

PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE LA ZONE AGRICOLE (PDZA)

2026-2029

DE LA MRC DES APPALACHES



Québec 

RÉALISATION

COORDINATION

Carole Mercier, conseillère en développement territorial MRC des Appalaches

CONSULTANT EXTERNE

Matthieu Clotteau, agronome - ID Territoires

COMITÉ DE PILOTAGE

- Rick Lavergne, directeur général de la MRC Appalaches
- Guy Roy, producteur laitier, porcin, acéricole et maire de Sacré-Cœur-de-Jésus
- Jean-François Roy, producteur porcin et maire de Sainte-Praxède
- Gina Turgeon, directrice de l'aménagement et du développement régional
- François Paré, producteur laitier, conseiller municipal à Sacré-Cœur-de-Jésus et président du conseil d'administration du Syndicat local de l'UPA des Appalaches
- Yannick Gagné, producteur laitier et vice-président du conseil d'administration du syndicat local de l'UPA des Appalaches
- Jean-François Guay PhD, coordonnateur à la planification du territoire au MAPAQ
- Alexandra Guimont, conseillère en développement régional au MAPAQ
- Carole Mercier, conseillère en développement territorial MRC des Appalaches
- Matthieu Clotteau, agronome - ID Territoires

COMITÉ SUR LA RELÈVE AGRICOLE

- David Paré, producteur laitier et acéricole
- Jason Nadeau, producteur laitier et acéricole
- Patrick Boislard, producteur acéricole
- Yannick Gagné, producteur laitier et acéricole
- Guy Roy, producteur laitier, porcin, acéricole et maire de Sacré-Cœur-de-Jésus
- Marjori Lehoux, productrice maraîchère, les Sacrés Potagers
- Éric Roy, technicien agricole et en écologie, conseiller territorial en acériculture
- Martin Larivière, directeur Réseau Agriconseils Chaudière-Appalaches
- Valérie Savard, conseillère aux entreprises à la Société de développement économique de la MRC des Appalaches
- Alexandra Guimont, conseillère en développement régional au MAPAQ

COMITÉ SUR LA MISE EN MARCHÉ ET LA COMMERCIALISATION

- Mathilde Tremblay-Grenier, productrice maraîchère biologique et transformatrice, Ferme Champ Gauche.
- Marie-Hélène Moisan, productrice maraîchère biologique, Ferme Sédanterre
- Rachel Asselin, productrice et transformatrice de sureau, Cultures MARA
- Jean-François Pelchat, producteur de vinaigres fins, La Villa vinaigres et jardins
- Justin Côté, production et transformation de différents produits carnés, Ferme Rudbeckie
- Lysa-Pier Bolduc, pomicultrice et transformatrice, Verger Custéau
- Élyse Gagnon, productrice maraîchère et de porc biologique, Ferme Aux Coureurs des Champs
- Geneviève Clavet-Roy, conseillère au tourisme MRC des Appalaches
- Alexandra Guimont, conseillère en développement régional au MAPAQ

REMERCIEMENTS

La MRC des Appalaches tient à remercier toutes les personnes (producteurs agricoles, citoyens et intervenants) qui ont participé aux entrevues de consultation de même que nos partenaires pour leur soutien technique et leur inspiration : Réseau Agriconseils, Syndicat de l'UPA des Appalaches, Société de développement économique région de Thetford, Table agroalimentaire Chaudière-Appalaches, SADC de l'Amiante, Club Agro-Champs-Thetford, la municipalité d'Adstock et le Germoir-parcours d'incubation.

Ce document a été réalisé grâce à l'appui financier du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dans le cadre du Programme de développement territorial et sectoriel 2023-2026.



MOT DU PRÉFET

Les particularités du territoire de la MRC des Appalaches ont favorisé le développement du secteur agricole. Elles ont façonné un modèle d'agriculture pratiqué depuis l'arrivée des premiers colons, et ce, sur un territoire vallonné et rocheux où les défis sont nombreux, tout comme les opportunités.

Le secteur agricole, incluant le volet agroalimentaire, forestier et acéricole, a su s'adapter, faire preuve de résilience et d'ingéniosité. Grâce à cela, le portrait a beaucoup évolué au fil du temps. Le plan que nous présentons aujourd'hui découlle de cette évolution, il reflète aussi les changements majeurs du marché qui s'opèrent à l'échelle locale et mondiale.

Etant moi-même producteur porcin et impliqué auprès de plusieurs instances (administrateur de Vivaco, président de la filière porcine, maire de Sainte-Praxède et préfet de la MRC), je réalise que pour suivre la cadence du progrès et assurer le développement de nos entreprises agricoles, cela exige une bonne capacité d'adaptation. Le présent document s'avère le deuxième PDZA de la MRC des Appalaches. Il précise les conditions et facteurs requis pour faire du secteur agricole un levier de développement socioéconomique de notre MRC.

Je suis aussi très heureux de constater que ce plan mise sur la relève, car il y a là un enjeu de taille pour l'avenir du secteur. Je suis d'ailleurs aux premières loges de ce phénomène, puisque j'ai repris le flambeau de la ferme familiale. Toutefois, je comprends qu'il arrive parfois que les enfants ne souhaitent pas prendre le relais. C'est pourquoi nous devons soutenir collectivement toutes les formes de démarche de transfert, qu'elles soient apparentées ou non-apparentées et promouvoir aussi les opportunités, d'achat ou de démarrage de nouvelles exploitations agricoles.

En somme, avec ce nouveau PDZA, la MRC des Appalaches se positionne comme une alliée, elle veille à la pérennité et au développement d'un secteur agricole fort et dynamique.

Jean-François Roy | PRÉFET



MOT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

La zone agricole, laquelle supporte les activités agricoles de la MRC, représente une superficie de 129 096 hectares, ce qui correspond à 73.4 % du territoire. Dans la perspective de la MRC, la planification du développement de ce vaste territoire s'avère donc un incontournable.

Le plan de développement de la zone agricole (PDZA) permet de convenir, avec les parties prenantes, d'une vision du développement du territoire et des activités agricoles ainsi que des moyens pour la mettre en œuvre.

La deuxième version du PDZA s'inspire des réalisations et des apprentissages du premier document tout en misant sur des préoccupations et des actions structurantes et davantage ciblées.

La MRC portera une attention particulière à la réalisation de la vision de développement en lui accordant les ressources et les moyens nécessaires. La concrétisation de la vision exprimée dans le PDZA sera rendue possible en construisant des partenariats et en l'ajustant au fur et à mesure.

À l'issue du processus d'élaboration du PDZA, je tiens à souligner le travail déterminant de madame Carole Mercier, conseillère en développement à la MRC appuyée par monsieur Matthieu Clotteau d'ID Territoires. En plus d'y avoir apporté leur expertise respective, ils ont réussi à mobiliser les partenaires et les producteurs de manière à ce que les choix reflètent le plus possible les préoccupations exprimées.

Rick Lavergne | DIRECTEUR GÉNÉRAL

TABLEAUX DES MATERIERES

Réalisation	i
Coordination :	i
Consultant externe :	i
Mot du préfet	II
Mot de la direction générale.....	II
Liste des tableaux.....	IV
Liste des graphiques.....	IV
Liste des schémas	IV
Liste des cartes	IV
Acronymes	IV
1. INTRODUCTION.....	1
2. RETOUR SUR LE DERNIER PDZA.....	2
2.1. Résumé du PDZA 2015-2023.....	2
2.2. Analyse des résultats du PDZA 2015-2023	4
2.3. Leçons apprises.....	4
3. ÉVOLUTION DU CONTEXTE.....	6
3.1. Potentiel agroclimatique, impact sur l'environnement, impact et lutte aux changements climatiques	5
3.1.1. Potentiel agroclimatique.....	5
3.1.2. Impact du secteur agricole et forestier sur l'environnement.....	7
3.1.3. Impact des changements climatiques sur le secteur	8
3.2. Analyse de la chaîne agroalimentaire.....	10
3.2.1. La production.....	12
3.2.2. La transformation.....	16
3.2.3. La distribution et les consommateurs	17
3.2.4. L'enjeu de la sécurité alimentaire	26
3.2.5. Les services de soutien au secteur	28
3.3. Impact de la zone agricole sur l'habitat dans la MRC	29
3.4. La gouvernance territoriale	32
3.5. Résumé de l'état de situation	33
4. LE PROCESSUS DE MISE À JOUR	35
4.1. Le processus	35
4.2. Chantier 1: Relève et dynamisation des filières conventionnelles.....	37
4.3. Chantier 2 : Soutien aux entreprises en émergence et à leur commercialisation	38
4.4. Chantier 3 : Comité de travail sur le Centre de transformation agroalimentaire	39
4.5. Approche pour les autres priorités.....	40
5. LE PLAN D'ACTION	42
5.1. Les orientations	42
5.2. Les stratégies développées	42
5.3. Axe 1 – Développement d'un parcours d'incubation Nova Terra	43
5.3.1. Mission et objectifs	44
5.3.2. Résumé de la stratégie.....	44
5.3.3. Les services du parcours d'incubation Nova Terra.....	45
5.3.4. Gestion des actifs actuellement mobilisés par l'incubateur	47
5.3.5. Mode de livraison des services	47
5.4. Axe 2 – Développement d'une stratégie de commercialisation pour les producteurs locaux	48
5.4.1. Mission et objectifs	49
5.4.2. Résumé de la stratégie	49
5.4.3. Les actions en lien avec la stratégie	50
5.4.4. Mode d'implantation de la stratégie	51
5.5. Axe 3 – Développement d'une stratégie pour stimuler la transformation agroalimentaire	51
5.5.1. Résumé et actions en lien avec la stratégie	52
5.6. Axe 4 – Accompagnement de la stratégie de sécurité alimentaire	53
5.7. Axe 5 – Préservation de l'environnement et adaptation aux changements climatiques	54
6. BIBLIOGRAPHIE ET RÉFÉRENCES	56

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Résumé des objectifs et actions du PDZA 2015-2023	2-3
Tableau 2 : Classification du potentiel des sols dans la zone agricole réparti par municipalité	6
Tableau 3 : Analyse FFOM : Environnement, impact et lutte aux changements climatiques	10
Tableau 4 : Structure des entreprises de la MRC en comparaison à la région Chaudière-Appalaches	11
Tableau 5 : Poids de la MRC des Appalaches dans les filières régionales	12
Tableau 6 : Évolution globale du nombre d'exploitation entre 2011 et 2021 pour la MRC des Appalaches et la région Chaudière-Appalaches	14
Tableau 7 : Analyse FFOM – Maillon de la production	15-16
Tableau 8 : Analyse FFOM – Maillon de la transformation	17
Tableau 9 : Situation de la distribution alimentaire dans la MRC	18-19
Tableau 10 : Profil des consommateurs	23
Tableau 11 : Récapitulatif des clients types	23
Tableau 12 : Récapitulatif des besoins	24
Tableau 13 : Marchés à prioriser	24
Tableau 14 : Analyse FFOM – Maillon de la distribution	25-26
Tableau 15 : Analyse FFOM : Défi de la sécurité alimentaire	28
Tableau 16 : Analyse FFOM – Maillon des services de soutien	29
Tableau 17 : Valeurs imposables des immeubles agricoles en proportion de la valeur globale en 2014 et 2023	30
Tableau 18 : Terrains vacants constructibles en zone agricole (à jour au 16 décembre 2025)	31
Tableau 19 : FFOM – Développement de l'habitat	32
Tableau 20 : FFOM – Gouvernance territoriale	33
Tableau 21 : Niveau de réponse des axes mis en place face aux enjeux identifiés	43
Tableau 22 : Calendrier de travail	48

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Variation du nombre d'exploitations dans la MRC des Appalaches entre 2022 et 2021	13
Graphique 2 : Profil de la MRC des Appalaches selon les catégories d'âge en 2021	20
Graphique 3 : Taux de Québécois favorisant l'achat de produits locaux en 2023	21

LISTE DES SCHÉMAS

Schéma 1 : Impact des changements climatiques en Chaudière-Appalaches	8
Schéma 2 : Modifications du climat en automne et hiver dans la Chaudière-Appalaches en 2050	8
Schéma 3 : Modifications du climat au printemps et été dans la Chaudière-Appalaches en 2050	9
Schéma 4 : Les étapes de développement d'un projet d'entreprise agricole	38

LISTE DES CARTES

Carte 1 : Moyenne des degrés-jours pour le sud du Québec	6
--	---

ACRONYMES

AEC	Attestation d'études collégiales
ACIA	Agence canadienne d'inspection des aliments
ASC	Agriculture soutenue par la communauté
CAA	Centre Agroalimentaire des Appalaches
CDAA	Comité de développement agroalimentaire des Appalaches
CDAQ	Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec
CDBQ	Centre de développement bioalimentaire du Québec
CHSLD	Centre d'Hébergement et de Soins de Longue Durée
CISS	Centre intégré de santé et de services sociaux
COBARIC	Comité de bassin de la rivière Chaudière
CPTAQ	Commission de protection du territoire agricole du Québec
CRAAQ	Centre de référence en Agriculture et Agroalimentaire du Québec
CRÉA	Centre régional d'établissement en agriculture
CUMA	Coopérative d'Utilisation de Matériels Agricoles
CUMO	Coopérative d'utilisation de main-d'œuvre partagée
FADQ	Financière agricole du Québec
FFOM	Forces, faiblesses, menaces, opportunités
FUSA	Fiducie d'utilité sociale agro-écologique
GES	Gaz à effet de serre
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
HRI	Hôtels, restaurants et institutions
LPTAA	Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles
MAPAQ	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
MELCCFP	Ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs
MRC	Municipalité régionale de comté
OBNL	Organisme à but non lucratif
OBV	Organisme de bassins versants
PDE	Plan directeur de l'eau
PDZA	Plan de développement de la zone agricole
PGMR	Plan de gestion des matières résiduelles
PRMH	Plan régional des milieux humides et hydriques
RCI	Règlement de contrôle intérimaire
REA	Règlement sur les exploitations agricoles
RMAAQ	Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec
SADC	Société d'aide au développement de la collectivité
SDE	Société de développement économique région Thetford
TACA	Table Agroalimentaire de Chaudière-Appalaches
UPA	Union des producteurs agricoles





1. INTRODUCTION

Le tout premier Plan de développement de la zone agricole (PDZA) de la MRC des Appalaches s'est déployé entre les années 2015 et 2023. Pour en arriver à ce premier PDZA, la MRC a mené un exercice de consultation et de mobilisation qui a regroupé divers acteurs qui gravitaient autour du monde agricole. Ce rapprochement a incité à la mise sur pied en 2016 du Comité de développement agroalimentaire des Appalaches, une table multisectorielle qui regroupe des représentants de plusieurs organismes intéressés à collaborer à l'atteinte des objectifs inscrits et d'assurer la mise en œuvre des actions planifiées. L'organisme sans but lucratif incorporé légalement implique des élus de la MRC, des représentants du Syndicat UPA des Appalaches, des producteurs et transformateurs agroalimentaires, divers intervenants et ressources liés au secteur.

Comme ce PDZA était le premier pour notre territoire, nous avons eu de l'ambition et nous rêvions grand. Cela a été l'occasion d'expérimenter, d'explorer et d'apprendre de nos erreurs comme c'est toujours le cas lorsqu'on ose entreprendre.

La démarche de révision de notre PDZA nous a permis de faire une évaluation du travail effectué jusqu'en 2023 et de retenir les leçons apprises, les bons coups et les erreurs. Vingt-trois rencontres de consultation ont été tenues et nous ont permis de dégager une nouvelle vision, plus réaliste et très bien alignée sur les besoins. Nous nous lançons donc dans ce PDZA renouvelé avec la confiance de ceux qui osent se remettre en question et qui ont fait des apprentissages collectivement. Avec ce nouveau PDZA, nous enrichirons nos acquis principalement en consolidant les relations entre les différents acteurs de notre MRC et en construisant des ponts avec des ressources et des expertises de la Chaudière-Appalaches et d'ailleurs au Québec.

Le nouveau PDZA de la MRC des Appalaches reflétera notre volonté de soutenir encore davantage les entreprises autant que de mettre en valeur notre territoire, le tout en respectant mieux nos capacités d'agir. Ainsi nous mènerons des chantiers pour la relève, pour soutenir la commercialisation et la mise en marché, pour accroître la transformation, pour valoriser nos terres agricoles, pour intégrer l'environnement dans nos façons de faire et enfin pour accroître la sécurité alimentaire.

2.1. RÉSUMÉ DU PDZA 2015-2025

Le premier plan de développement de la zone agricole a été élaboré en 2014-2015 et sa mise en œuvre a débuté par la suite. Ce plan d'action comportait 5 grandes orientations qui se déclinaient en 16 actions permettant d'atteindre 9 objectifs.

Tableau 1 : Résumé des objectifs et actions du PDZA 2015-2025

Orientation 1. Coordination des activités de concertation et de développement du secteur agroalimentaire	
Objectifs	Actions
1.1 Poursuivre et bonifier le travail de concertation municipale-agricole développé lors de l'élaboration du PDZA	1- Mandater un comité de suivi du PDZA à être défini par le conseil de la MRC, avec une présence active des élus
1.2 Cordonner les activités afférentes au secteur agroalimentaire	2- Embaucher un coordonnateur agroalimentaire
Orientation 2. Diversification des activités du secteur agroalimentaire pour développer le caractère distinctif de la MRC	
Objectifs	Actions
2.1 Accompagner les entreprises dans leurs nouvelles productions ou nouveaux produits de transformation	3- Mettre en place les structures de développement agroalimentaires que sont: • L'incubateur d'entreprises agricoles • Le centre de transformation • Un abattoir
2.2 Développer des créneaux porteurs, adaptés au territoire de la MRC	4- Mettre en place des outils de veille stratégique liés aux secteurs agroalimentaire et forestier en vue de susciter l'intérêt d'entreprises désireuses de mettre de nouveaux produits sur le marché ou de se diversifier 5- Initier des projets de recherche en transformation qui permettront de trouver de nouvelles avenues entre autres pour le bois, les huiles et les fibres végétales
2.3 Assurer la reconnaissance, la mise en marché et la consommation des produits locaux	6- Évaluer l'opportunité de se doter d'un produit d'appellation réservée 7- Dynamiser et promouvoir l'identification régionale « le goût de chez nous » 8- Soutenir et promouvoir les outils de mise en marché

Suite : Tableau 1 : Résumé des objectifs et actions du PDZA 2015-2025

Orientation 3. Diversification des activités du secteur agroalimentaire pour développer le caractère distinctif de la MRC	
Objectifs	Actions
3.1 Démontrer l'importance de l'apport économique du secteur agroalimentaire dans la MRC des Appalaches	9- Diffuser des capsules d'information sur l'apport économique et social de l'agriculture et du secteur agroalimentaire dans les médias de la MRC 10- Organiser une tournée par secteurs de la MRC (4) des élus municipaux auprès des acteurs 11- En collaboration avec les conseillers en orientation, réaliser des visites d'entrepreneurs des secteurs agroalimentaire et forestier dans les écoles primaires et secondaires dans le cadre de la semaine «le goût d'entreprendre» et associer ces entrepreneurs avec l'événement «portes ouvertes sur les fermes du Québec» de l'UPA
Orientation 4. Occupation dynamique du territoire par l'utilisation durable des ressources agroforestières	
Objectifs	Actions
4.1 Utiliser le plein potentiel du territoire dans une optique de développement durable	12- Mettre en place une banque de terres et de bâtiments agricoles disponibles 13- Caractériser les friches en vue d'en maximiser l'utilisation
4.2 Recruter des finissants des programmes en agriculture	14- Promouvoir la région dans les centres de formation en agriculture
Orientation 5. Offre de formation permettant de combler les besoins du secteur agroalimentaire	
Objectifs	Actions
5.1 Outiller les agriculteurs et la relève pour faire face aux exigences et aux réalités du secteur agroalimentaire	15- Développer et promouvoir des formations permettant la diversification (nouvelles cultures, transformation et conservation) et les offrir en ligne lorsque possible 16- Recruter des mentors pour les nouveaux entrepreneurs

CE PREMIER PDZA A PERMIS PLUSIEURS AVANCÉES NOTABLES DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE DANS LA MRC DES APPALACHES. QUATRE GRANDES RÉALISATIONS SONT À METTRE EN LUMIÈRE :

1. L'incubateur agroalimentaire, Nova Terra, qui est une vitrine importante pour la MRC. Il a permis l'implantation de nouvelles entreprises sur le territoire, l'arrivée de jeunes entrepreneurs (économiques et sociaux) et la diversification des activités agricoles ;
2. Le développement d'outils et d'actions de communication et de commercialisation a permis de mieux faire connaître le secteur agricole auprès de différents groupes cibles dans la MRC (élus, milieux scolaires, etc.)
3. La gouvernance par la mise en place du Comité de développement de la zone agricole (CDA) composé d'entrepreneurs agricoles impliqués dans les décisions ;
4. L'établissement du centre de transformation alimentaire.

2.2. ANALYSE DES RÉSULTATS DU PDZA 2015-2025

LES ÉLÉMENTS SUIVANTS SONT EXTRAITS DU BILAN PDZA 2015-2023 PRODUIT PAR LA MRC DES APPALACHES EN FÉVRIER ET MARS 2024 :

1. La mise sur pied du Comité de développement agroalimentaire des Appalaches (CDAA) a été un élément clé dans la mise-en-œuvre des actions et projets prévus dans notre PDZA. Les raisons qui en ont fait aussi un atout sont liées à sa composition multisectorielle qui regroupe des acteurs représentant l'ensemble des organisations liées au développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire. En plus de regrouper une variété d'expertises, le CDAA bénéficie d'un vaste réseau de soutien et de partenaires pour aider à réaliser les actions et projets prévus.
2. Les outils collectifs que sont le centre de transformation et l'incubateur agroalimentaires sont des acquis que la MRC a gagnés à travers le premier PDZA. Malgré les défis que représentent de telles réalisations, ils seront priorisés dans la réflexion découlant de la révision du PDZA.
3. Le site internet « Le Goût de chez nous » répond aux défis qui consistent à rejoindre les consommateurs. Le site internet a été rafraîchi et a intégré une section pour permettre les commandes des paniers-cadeaux, ce qui répond à une demande des entreprises et des organisations. Une trentaine d'entreprises y sont affichées.
4. Le Marché public de Thetford a maintenant plus de 15 ans d'existence et il a toujours été en croissance, autant par le nombre d'exposants (entre 25 et 30 producteurs et transformateurs présents chaque semaine) que par le nombre de fidèles clients. Le conseil d'administration, composé de productrices et d'un représentant de la clientèle, représente aussi un acquis qui met à l'avant-plan la détermination et l'implication des principaux intérêts. Le Marché public a aussi toujours maintenu la règle qui empêche la revente, et ce, de façon à garder l'esprit d'un véritable marché public.
5. Le nombre de formations offertes dans la MRC a été un gain important, et ce, grâce au partenariat avec le Centre régional de formation agricole de Chaudière-Appalaches et le Centre de formation aux adultes Le Tremplin. Auparavant les producteurs de la MRC ne participaient que très peu aux formations puisqu'ils devaient se déplacer à l'extérieur. Depuis 2015 une quinzaine de formations sont offertes chaque année directement dans la MRC, ce qui favorise la participation des producteurs de la MRC et enrichit leurs acquis.
6. L'événement « Le Goût d'entreprendre » qui se déroule annuellement a fait une belle place aux entreprises agroalimentaires. Ainsi, les étudiants ont l'occasion de visiter deux entreprises chaque année.

2.3. LEÇONS APPRISES

COMME DANS TOUT PROJET, IL Y A DIVERS ACCOMPLISSEMENTS ET DES OBSTACLES QUI ÉMERGENT PERMETTANT DE REVOIR ET RÉAJUSTER LES STRATÉGIES. CE QU'IL IMPORTE DE RETENIR PARMI LES LEÇONS APPRISES LORS DE CE PREMIER PDZA EST :

- La difficulté à accomplir la multitude des actions identifiées;
- La difficulté à identifier les retombées et impacts souhaités;
- Une somme colossale d'énergie a été consacrée afin de mettre en place des stratégies nécessitant d'importantes infrastructures qui exigeaient de lourdes capitalisations. Dans un futur PDZA, il conviendra de s'assurer de quantifier les efforts à consentir en fonction des résultats potentiels.

DEPUIS L'ÉLABORATION DU DERNIER PDZA, PLUS DE 10 ANNÉES SE SONT ÉCOULÉES. LE CONTEXTE A DONC PU ÉVOLUER FORTEMENT.

Dans un premier temps, il a été nécessaire de le mettre à jour et de déterminer dans quelle mesure l'analyse (FFOM) qui en avait été faite devait être ajustée. Pour ce faire, une première collecte de données ainsi que différentes rencontres préliminaires ont permis de dresser une première ébauche d'un nouvel état de situation (octobre 2024). Celui-ci a été partagé au comité de pilotage. Par la suite, au cours des rencontres de travail, la collecte d'informations et les réflexions sur l'état de situation ont pu se poursuivre. En août 2025, le comité de pilotage a pu prendre connaissance de l'état de situation complété. L'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces a été renouvelée. Elle est présentée dans les sections qui suivent.

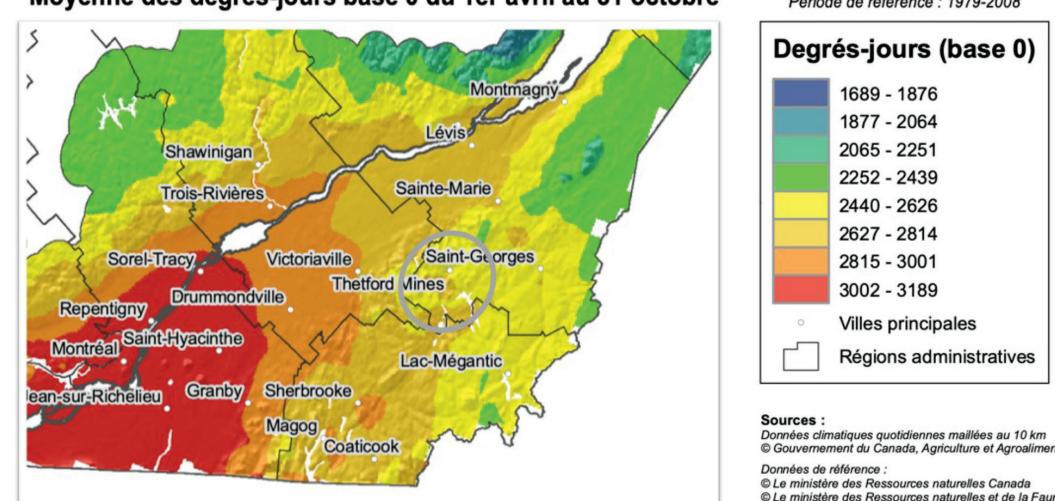
3.1. POTENTIEL AGROCLIMATIQUE, IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT, IMPACT ET LUTTE AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

3.1.1. POTENTIEL AGROCLIMATIQUE

Une variable qui évolue peu : la région de la MRC des Appalaches possède un potentiel agroclimatique limité. En effet, le relief vallonné combiné au climat légèrement plus rigoureux que la majorité des régions avoisinantes impose des contraintes plus importantes aux agriculteurs de la région. En se référant aux moyennes des degrés-jours évalués par Agriculture et agroalimentaire Canada (voir carte et tableau 1), il est possible de constater que la MRC se situe dans une zone où les degrés-jours entre le 1er avril et le 31 octobre oscillent entre 2440 et 2626, ce qui est passablement moins important que les régions limitrophes de l'Estrie (3002-3189) et du Centre-du-Québec (2815-3001). Même dans la région de Chaudière-Appalaches, les MRC voisines de Lotbinière et de Nouvelle-Beauce vont posséder des potentialités agroclimatiques plus avantageuses.

Carte 1 : Moyenne des degrés-jours pour le sud du Québec

Moyenne des degrés-jours base 0 du 1er avril au 31 octobre



Il s'ensuit que le développement des entreprises agricoles sur le territoire de la MRC est plus difficile. Pour stimuler son développement, des efforts plus importants que dans les régions voisines doivent y être consacrés.

Tableau 2 : Classification du potentiel des sols dans la zone agricole réparti par municipalité

Municipalité	Classe de potentiel						
	3	4	5	7	8	0	Total
Adstock	3%	29%	17%	50%	-	1%	100%
Beaulac - Garthby	13%	9%	17%	61%	-	-	100%
Paroisse de Disraeli	2%	13%	5%	79%	-	-	100%
Ville de Disraeli	14%	-	2%	83%	-	-	100%
East Broughton	18%	38%	27%	17%	-	-	100%
Irlande	5%	16%	33%	39%	-	7%	100%
Kinnear's Mills	0%	13%	23%	64%	-	-	100%
Sacré-Cœur de Jésus	6%	26%	30%	38%	-	-	100%
Saint Adrien d'Irlande	7%	21%	34%	38%	-	-	100%
Sainte Clotilde de Beauce	2%	19%	26%	53%	-	-	100%
Sainte Pradèxe	4%	6%	-	89%	-	-	100%
Saint Fortunat	4%	20%	18%	58%	-	-	100%
Saint Jacques de Leeds	-	32%	14%	53%	-	-	100%
Saint Jacques le Majeur	1%	16%	31%	51%	-	1%	100%
Saint Jean de Brébeuf	0%	14%	20%	66%	-	-	100%
Saint Joseph de Coleraine	-	-	50%	48%	-	-	98%
Saint-Julien	1%	20%	18%	61%	-	-	100%
Saint-Pierre de Broughton	2%	15%	20%	63%	-	-	100%
Thetford	-	23%	21%	55%	1%	-	100%
Total MRC	3%	19%	20%	57%	0%	1%	100%

Source : ARDA de l'inventaire des terres du Canada et BDTQ

3.1.2. IMPACT DU SECTEUR AGRICOLE ET FORESTIER SUR L'ENVIRONNEMENT

En conséquence de ce potentiel agroclimatique moins avantageux et du fait de l'historique de développement du territoire (développement et peuplement historiquement centré sur l'exploitation minière), il s'ensuit une activité agricole moins intensive. La structure des entreprises (fermes de plus petites tailles, etc.) et la densité des activités agricoles sur le territoire de la MRC conduisent à un impact de l'agriculture sur l'environnement relativement plus faible. En effet, si l'on considère que :

- Plus de 73 % du territoire est en zone agricole,
- Plus de 70 % du territoire est en milieu forestier,
- Qu'environ 60 % du territoire agricole est sous couvert forestier,
- Qu'il existe peu d'enjeux concernant les déjections animales et,
- Qu'une déprise agricole est toujours présente (terres en friches),

Force est de constater que les activités agricoles ne devraient pas représenter la principale préoccupation environnementale pour la MRC.

Par ailleurs, les secteurs agricoles et forestiers apportent une contribution significative à la qualité des paysages, valorisant ainsi le patrimoine visuel et l'attractivité du territoire. Ces activités participent également à l'occupation harmonieuse et structurante du territoire.



Il n'en reste pas moins que certaines initiatives telles que la collecte de plastiques usagés, les tubulures acériques et d'autres actions doivent être encouragées pour s'assurer que les secteurs forestiers et agricoles maintiennent ce bilan positif et même qu'il soit renforcé.

3.1.3. IMPACT DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES SUR LE SECTEUR

Les changements climatiques affectent déjà l'agriculture dans la région de Chaudière-Appalaches et par conséquent dans la MRC des Appalaches. Selon les données collectées par Ouranos, en prenant le scénario du GIEC d'un réchauffement climatique équivalent à 1,5 °C à l'échelle mondiale, on peut s'attendre à une augmentation de la température moyenne de 2,8 °C et une hausse des précipitations de 75 mm d'ici 2050.

Les saisons printanières et estivales seront aussi affectées. Des températures supérieures à 30 °C pourront s'observer plus fréquemment et sur de plus longues périodes, de même que de plus grandes périodes de sécheresse et une quantité globale de pluie diminuée en saison estivale. En revanche, les accidents climatiques pourraient représenter l'enjeu le plus préoccupant. Des épisodes plus fréquents de cellules orageuses, accompagnées de pluies et de vents plus intenses, ainsi que des périodes de sécheresse plus prolongées sont à prévoir.

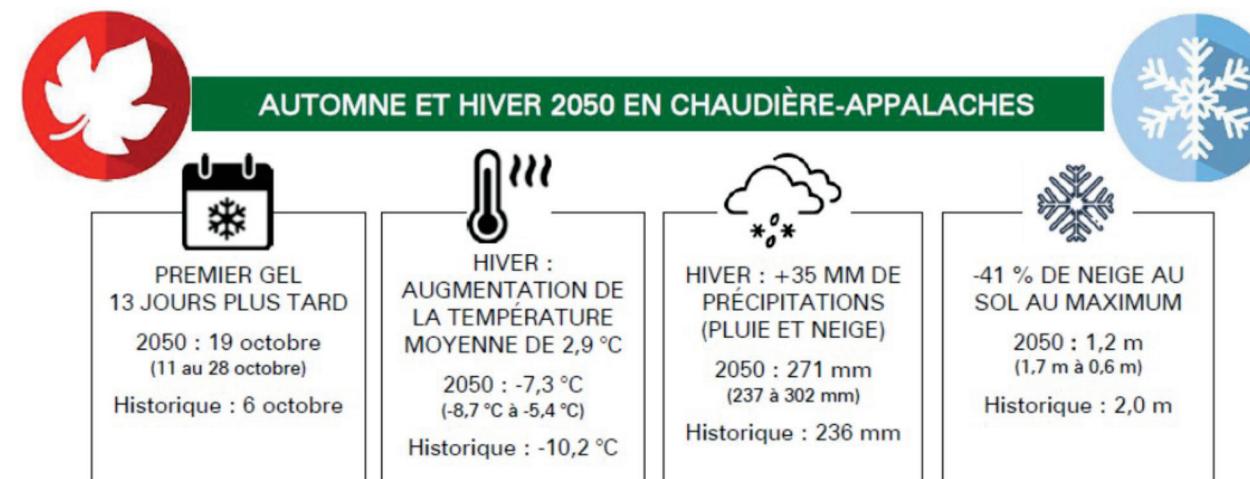
Schéma 1 : Impact des changements climatiques en Chaudière-Appalaches.



Source : Fiche Agriclimat région Chaudière-Appalaches (produit par CDAQ, Ouranos, nov. 2020).

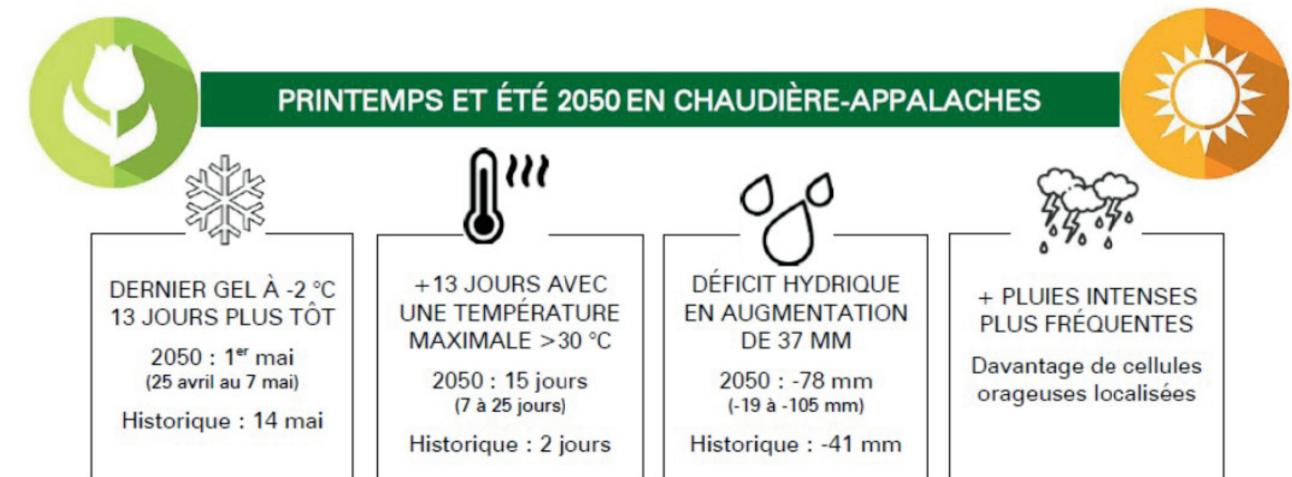
Ce réchauffement va impliquer une modification du climat durant les périodes automnale et hivernale. Tout d'abord, la période avec présence de gel pourrait diminuer de 26 jours en moyenne, soit une arrivée plus tardive à l'automne (13 jours) et un dégel plus précoce au printemps (13 jours). Si les précipitations globales en pluie et neige durant ces deux saisons augmentent, en revanche l'accumulation de neige au sol va diminuer fortement (-41%). Des périodes de dégel pourraient se produire plus fréquemment au cours de ces deux saisons ce qui pourrait influencer l'accumulation de glace durant l'hiver. Les infrastructures pourraient en être affectées. Des hivers moins rigoureux ont naturellement un effet moindre sur le contrôle des maladies et ravageurs.

Schéma 2 : Modifications du climat en automne et hiver dans la Chaudière-Appalaches en 2050.



Source : Fiche Agriclimat région Chaudière-Appalaches (produit par CDAQ, Ouranos, nov. 2020)

Schéma 3 : Modifications du climat au printemps et été dans la Chaudière-Appalaches en 2050.



Source : Fiche Agriclimat région Chaudière-Appalaches (produit par CDAQ, Ouranos, nov. 2020)

CERTAINES OPPORTUNITÉS SONT À SAISIR, NOTAMMENT, LE POTENTIEL DE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE QUI POURRAIT PARADOXALEMENT AMÉLIORER LE POTENTIEL AGROCLIMATIQUE DU TERRITOIRE, OUVRANT DE NOUVELLES PERSPECTIVES DE CULTURES.

En revanche, des adaptations seront à prendre en compte, telles que :

- Les types de cultures et variétés à cultiver/implanter,
- De nouveaux ravageurs à considérer,
- Des bâtiments à adapter (poids et emprise de la neige et de la glace), etc.

Cependant, c'est le dérèglement climatique et l'augmentation des risques climatiques qui devront être pris en compte prioritairement. Ces dérèglements climatiques vont entraîner des enjeux importants concernant la gestion de l'eau. Comment pourra-t-on gérer les périodes de sécheresse? Devra-t-on faire une meilleure évaluation des ressources hydriques disponibles et des modes d'approvisionnement (puits de surface, pompage de rivières, etc.). Des besoins en irrigation plus importants pourront-ils voir le jour? Des conflits d'usage pourront-ils survenir? De même, quelles seront les stratégies pour gérer les périodes de surabondances.

Ces alternances plus importantes dans le régime hydrique vont-elles avoir des impacts sur la qualité de l'eau?

Il est clair qu'une accélération des changements climatiques viendra déstabiliser les entreprises agricoles. Par conséquent, des efforts d'adaptation substantiels seront nécessaires pour assurer leur résilience et leur pérennité.

Tableau 3 : Analyse FFOM : Environnement, impact et lutte aux changements climatiques

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Points forts	
-Pression et impacts sur l'environnement limités, considérant un historique de culture peu intensive Paysages agricoles de qualité	-Ces points forts restent d'actualité. -Les efforts ne doivent pas être relâchés pour les maintenir. On peut citer la gestion des plastiques agricoles et d'autres actions pour diminuer l'empreinte environnementale des exploitations agricoles
Points faibles	
-Topographie et qualité des sols limitent la possibilité de grandes cultures. -Bassins versants dégradés sur l'ensemble de la MRC	-Ces points faibles restent d'actualité. -En ce qui concerne les bassins versants et la gestion de la ressource hydrique, des réflexions devront être menées en collaboration avec les OBV et l'UPA pour mieux comprendre l'évolution possible de la situation.
Opportunités	
-Potentiel forestier important (complément aux autres productions). -Possibilité de remise en culture des terres en friche	-Les changements climatiques pourraient globalement améliorer le potentiel agroclimatique du territoire.
Menaces	
-Risque de manque de polliniseurs (climat, parasites, maladies, pesticides, etc.). -Dénaturation du paysage (obstruction visuelle par les friches). -Problèmes phytosanitaires (espèces envahissantes, catastrophes naturelles, maladies, épidémies d'insectes).	-Une attention devra être portée à l'arrivée de nouveaux ravageurs, plantes envahissantes, etc. -Les risques reliés aux accidents climatiques seront en augmentation, des stratégies devront être adoptées pour les mitiger.

3.2. ANALYSE DE LA CHAÎNE AGROALIMENTAIRE

3.2.1. LA PRODUCTION

Plus de 725 entreprises agricoles sont présentes au sein de la MRC. Parmi elles, une majorité est active dans le secteur acéricole (497) et le secteur forestier (220). Les productions animales, les productions laitières (115) et bovines (143) constituent elles aussi des productions d'importance.

D'une façon générale, les entreprises sont de plus petites tailles dans la MRC que dans le reste de la région Chaudière-Appalaches. En effet, en moyenne, par type de filière, les entreprises vont posséder moins d'unités productives que la moyenne régionale (voir tableau 1). Ainsi, en moyenne, les éleveurs de bovins de boucherie possèdent 67 vaches dans la MRC alors que la moyenne régionale se situe à 89. De même, les revenus par exploitation sont aussi généralement plus faibles dans la MRC que pour le reste de la région. On peut observer que les éleveurs de vaches laitières dégagent près de 8% moins de revenus qu'ailleurs dans la région. Dans la filière porcine, c'est près de 37% de moins de revenus et en production bovine de boucherie l'écart atteint 65%.

Le plus petit nombre d'unités productives et le potentiel agroclimatique moins favorable peuvent constituer des éléments pour expliquer les revenus moindres observés pour les entreprises du territoire. Par ailleurs, d'autres facteurs tels que l'éloignement des services de soutien ou encore des marchés peuvent aussi être évoqués.

En revanche, il est possible de constater une situation plus avantageuse pour le secteur acéricole. En effet, les entreprises sont de plus grandes tailles et les revenus par exploitation sont aussi plus importants (plus de 24%).

Tableau 4 : Structure des entreprises de la MRC en comparaison à la région Chaudière-Appalaches

	Unités productive/Exploitation			Revenus/Exploitation		
	MRC	Région	%	MRC	Région	%
Horticole et ornemental	27	6	348%	267 938 \$	108 825 \$	146%
Acériculture	6 473	5 840	11%	51 865 \$	41 678 \$	24%
Bois et autres	58	54	8%	9 017 \$	9 141 \$	-1%
Fruits	5	9	-37%	45 121 \$	88 307 \$	-49%
Fourrages	55	67	-18%	13 651 \$	73 910 \$	-82%
Grandes cultures	26	57	-54%	21 595 \$	15 424 \$	40%
Légumes	2	27	-91%	7 108 \$	308 406 \$	-98%
Cultures abritées	0	0	-56%	71 314 \$	190 811 \$	-63%
Bovins boucherie	67	89	-24%	77 179 \$	220 964 \$	-65%
Bovins laitiers	99	102	-3%	396 108 \$	432 316 \$	-8%
Porcs	2 270	2 505	-9%	656 260 \$	1 045 101 \$	-37%
Volailles	13 765	30 057	-54%	289 922 \$	741 574 \$	-61%
Oeufs		28 712	-100%		1 119 410 \$	-100%
Autres	222	1 620	-86%	57 870 \$	81 507 \$	-29%

Source : Recensement de l'agriculture 2021, Statistique Canada. Compilation ID Territoires.

Si on observe des caractéristiques spécifiques pour la MRC en termes de structure d'entreprises, en revanche, leur distribution en fonction des différentes filières reste assez comparable à l'ensemble de la région qui compte 9 MRC et une ville MRC. On peut ainsi remarquer que la MRC ne se distingue pas pour une filière particulière. Autant au niveau du nombre d'exploitants que des revenus générés ou encore des capacités productives, on ne peut distinguer une filière où la MRC assume un poids franchement plus important que les autres MRC du territoire de Chaudière-Appalaches. Le secteur de l'horticulture ornementale semble se démarquer, en revanche il n'est constitué que par un très petit nombre d'entreprises. Les secteurs acéricole et forestier sont bien représentés avec 18% des producteurs du territoire qui génèrent 23% des revenus de la région pour la filière acéricole contre 16% des producteurs et 18% des unités productives dans le secteur forestier. Sans surprise, les grandes cultures ne constituent pas une filière très développée dans la MRC (à peine des 2% des unités productives de Chaudière-Appalaches sont répertoriées sur le territoire de la MRC. Il en est de même pour les cultures de légumes (2% des unités productives, U.P.) et les cultures abritées (2% des U.P.). En revanche, les productions animales sont bien représentées et occupent une part non négligeable des activités de ces filières dans la région.

Tableau 5 : Poids de la MRC des Appalaches dans les filières régionales

	Proportion de la région		
	Exploitants	Total revenu	Unités productives
Horticole	13%	33%	60%
Acériculture	18%	23%	20%
Bois et autres	16%	16%	18%
Fruits	13%	7%	8%
Fourrages	10%	2%	8%
Grandes cultures	4%	6%	2%
Légumes	10%	0%	1%
Cultures abritées	6%	2%	3%
Bovins boucherie	19%	7%	14%
Bovins laitiers	9%	8%	9%
Porcs	5%	3%	5%
Volailles	5%	2%	2%
Oeufs	0%	0%	0%
Autres	11%	8%	2%

Source : Portraits régionaux de l'agriculture | Gouvernement du Québec (MAPAQ). Compilation ID Territoires.

3.2.1.1. LES FILIÈRES

On constate que les filières animales constituent celles où l'on trouve le plus grand nombre d'entreprises agricoles. Parmi elles, les entreprises laitières composent le groupe générant le plus de revenus agricoles, soit 45 552 477 \$ selon le portrait établi par le MAPAQ. Ce groupe est constitué de 115 entreprises. Cette filière est l'une des plus structurées au Québec en termes de commercialisation. Cette structuration facilite la répartition des entreprises laitières sur une grande partie du territoire du Québec. La mutualisation des frais de transport, ainsi que des prix payés aux producteurs, constituent notamment des mesures contribuant au maintien des fermes laitières dans l'ensemble du territoire et conséquemment dans la MRC. Par ailleurs, la composition des entreprises laitières dans la MRC apparaît très comparable à celle de l'ensemble de la région, quoique de taille légèrement plus petite (3% d'unités productives en moins dans la MRC et générant 8% moins de revenus par ferme qu'en Chaudière-Appalaches).

La production porcine arrive en deuxième en ce qui concerne le revenu agricole (21 656 565 \$). Le poids de ces quelque 33 entreprises est moins important dans la région, à peine 3% des revenus de la région. En plus des dynamiques spécifiques ou des types de spécialisations des entreprises, l'éloignement des meuneries, des sites d'abattage et d'autres types de services peuvent représenter des facteurs influençant le développement de la filière porcine sur le territoire.

La production bovine de boucherie constitue le troisième groupe en importance au regard des revenus (11 036 541 \$). Quelque 143 producteurs bovins sont actifs sur le territoire de la MRC. La taille moyenne des troupeaux est moins importante dans la MRC qu'ailleurs dans la région (67 vaches contre 89 pour la région). Par ailleurs, les revenus générés par ferme sont aussi nettement moins élevés (-65%). Le niveau de technicité et possiblement la structure des entreprises (éleveurs à temps partiel) sont à prendre en compte pour tenter d'expliquer les écarts. En effet, avec un chiffre d'affaires moyen autour de 77 000 \$/an, on comprend qu'un nombre important de ces producteurs doivent combler une grande partie de leurs revenus à l'extérieur de l'exploitation agricole.

D'autres types de production animale sont aussi présents sur le territoire. Parmi ceux-ci, on peut identifier des producteurs ovins, de chèvres et plusieurs autres types de production.

La filière agroforestière-forestière est composée à 69 % de producteurs acéricoles et à 31 % de producteurs sylvicoles. Ainsi, 495 producteurs déclarent être actifs en acériculture. Cette activité génère 25 672 967 \$ de revenus dans la MRC. Comme mentionné précédemment, ces entreprises peuvent être, en moyenne, plus importantes que pour l'ensemble de la région. En revanche, l'acériculture reste majoritairement un complément de revenu tout comme les activités forestières. Dans ce secteur, 220 entreprises déclarent être actives en sylviculture.

Enfin, les autres activités agricoles peuvent être constituées par la culture de céréales et de fourrages. Ces deux activités sont pratiquées, dans une très grande majorité, en association avec une production animale. D'autres entreprises spécialisées en production végétale sont aussi présentes sur le territoire de la MRC, dans des productions variées (maraîchers, productions fruitières, etc.). Ces entreprises, qui peuvent apparaître de taille plus modeste qu'ailleurs dans la région, constituent néanmoins des exemples de diversification possibles des activités agricoles.

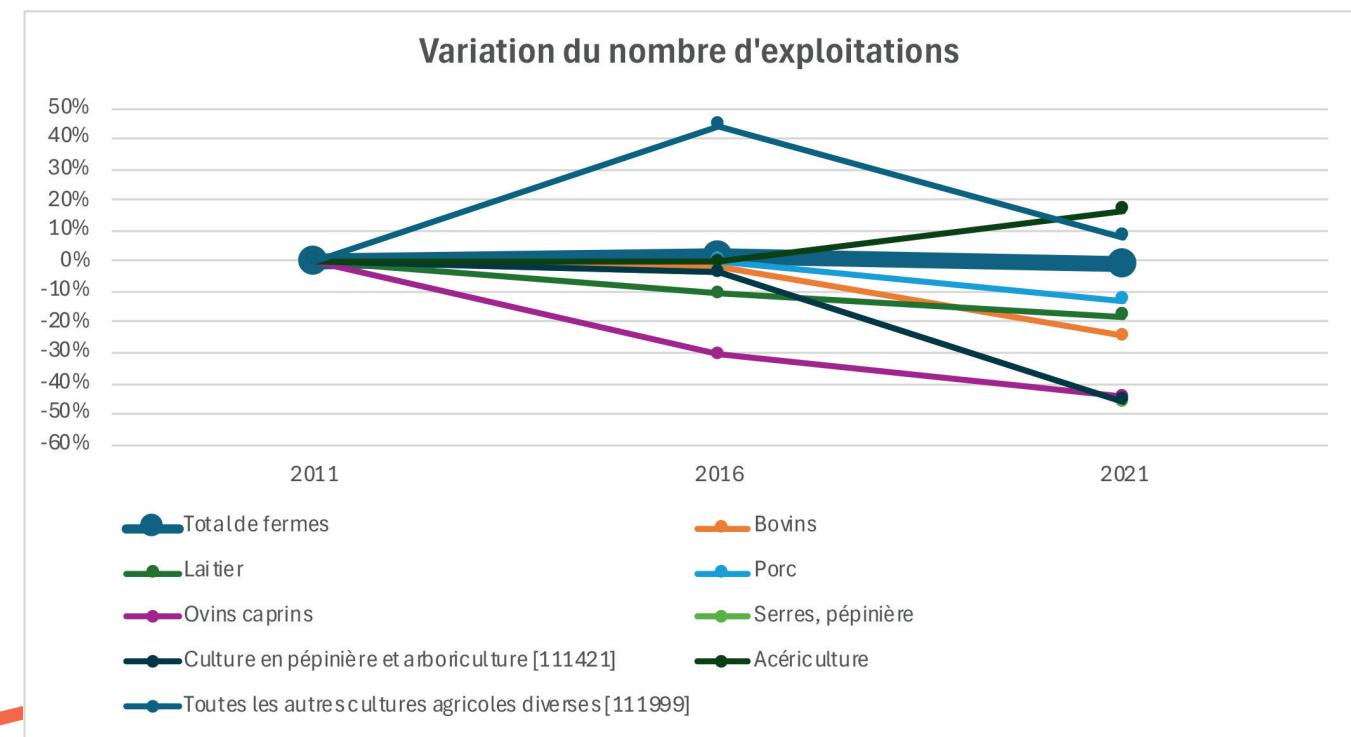
3.2.1.2. UNE VARIATION DU NOMBRE D'ENTREPRISES EN TROMPE-L'ŒIL

Le portrait global des entreprises et la comparaison avec la région permettent de poser différents constats sur la situation dans la MRC. Il convient cependant de prendre la mesure de l'évolution du secteur sur la durée. C'est pourquoi une comparaison a été faite sur l'évolution de la situation des entreprises entre 2011 et 2021. Si on s'en tient au nombre total d'entreprises agricoles, on constate que le nombre total évolue peu, ce qui pourrait laisser penser que la situation est restée stable.

En revanche, quand on s'attarde à l'évolution par filière de production, on constate des évolutions très différentes. En effet, le nombre de producteurs ovins et caprins est en diminution très importante (-40% sur 10 ans). Il en est de même pour les cultures en pépinière et l'arboriculture. Les fermes laitières, les fermes porcines ainsi que les fermes bovines sont toutes en diminution depuis les 10 dernières années.

Cette chute du nombre de fermes a été compensée par une augmentation importante du nombre d'entreprises actives en acériculture, ainsi que des entreprises dans des secteurs agricoles divers.

Graphique 1 : Variation du nombre d'exploitations dans la MRC des Appalaches entre 2022 et 2021.



Source : Recensements de l'agriculture 2011, 2016 et 2021, Statistique Canada. Compilation ID Territoires.

Afin de mieux comprendre l'évolution de la situation dans la MRC, il est possible de la comparer aux évolutions constatées à l'échelle de la région. Or, les évolutions ne suivent pas les mêmes trajectoires. Ainsi, si on prend les exploitations laitières, le nombre d'exploitations diminue plus rapidement dans la MRC (-29%) que dans la région (-25%). Par ailleurs, le nombre de vaches laitières présentes dans la MRC diminue lui aussi plus rapidement (-6% contre -1% pour la région). On constate donc que, plus qu'une consolidation des entreprises et des capacités productives, c'est une véritable baisse du niveau d'activité en production laitière qui est en cours dans la MRC. Le phénomène est encore plus marqué en production bovine. Non seulement le nombre d'entreprises diminue plus rapidement que dans la région (-34% MRC contre -29% Région), mais le nombre d'unités productives (vaches) est aussi en diminution plus rapide dans la région (-32% MRC contre -23% région). Il existe donc une importante baisse d'activité. L'écart dans la croissance des entreprises restantes est aussi remarquable. La taille du cheptel par entreprise augmente de 3% dans la MRC alors qu'il augmente de 9% dans l'ensemble de la région. Ceci combiné à la chute importante des exploitations agricoles dans les filières porcines, ovines et caprines, laisse apparaître un constat préoccupant. Les activités agricoles dans les secteurs plus conventionnels sont en net recul.

Tableau 6 : Évolution globale du nombre d'exploitation entre 2011 et 2021 pour la MRC des Appalaches et la région Chaudière-Appalaches.

	MRC	Région
Acériculture		
Total entailles	10 %	13 %
Nombre exploitations	7 %	11 %
Augmentation Uni. Prod. (Entailles)	3 %	1 %
Production laitière		
Total Vaches laitières	-6 %	-1 %
Nombre d'exploitations	-29 %	-25 %
Augmentation Uni. Prod. (Vaches)	32 %	32 %
Production bovine		
Total vaches	-32 %	-23 %
Nombre d'exploitations	-34 %	-29 %
Augmentation Uni. Prod. (Vaches)	3 %	9 %

Source : Recensements de l'agriculture 2011 et 2021, Statistique Canada. Compilation ID Territoires.

La filière acéricole vient compenser en partie cette dégradation de la situation. Cependant, encore une fois, la comparaison avec l'évolution de la région montre un dynamisme moins important sur le territoire de la MRC. Le nombre total d'entailles (+10%) et le nombre d'exploitants (+7%) augmentent moins rapidement dans la MRC que dans la région (+13% d'entailles et 10% d'exploitants). Par ailleurs, le vieillissement des producteurs est important, car 53 % des agriculteurs ont plus de 55 ans; comme pour une majorité de secteurs économiques, il faut stimuler l'installation de la relève agricole.

L'autre phénomène d'importance à prendre en compte, qui vient contrebalancer le déclin des productions plus traditionnelles, est celui de l'apparition continue de nouvelles productions agricoles diverses (+40% entre 2011 et 2016 et +10% entre 2016 et 2021). Ces nouvelles productions, porteuses d'avenir, constituent néanmoins de nouveaux défis pour le secteur agricole. En effet, les filières et chaînes de valeur de ces activités variées sont généralement beaucoup moins structurées. Les enjeux de mise en marché pour ces nouvelles productions viennent hausser le niveau de risque présent dans le secteur agricole.

DEUX CONSTATS SONT DONC À POSER :

- Si on souhaite maintenir les productions agricoles sur le territoire, des efforts doivent être faits pour dynamiser les filières animales. Parmi les mesures à envisager, stimuler l'installation d'une relève agricole apparaît une action essentielle à porter.
- Pour adresser l'enjeu des nouvelles entreprises agricoles actives dans des filières non structurées, il faut envisager des mesures de soutien à la mise en marché des produits.

La mise à jour des données pour le maillon de la production agricole permet d'actualiser l'analyse des forces, faiblesses, menaces et opportunités (FFOM) telle que décrite dans les tableaux suivants.

3.2.1.3. LES PRODUCTEURS ET LA STRUCTURE DES ENTREPRISES

Les éléments précédemment mentionnés sont en cohérence avec la structure du travail au sein des entreprises agricoles. En effet, un nombre significatif de familles agricoles pratique une agriculture à temps partiel : 59% des exploitants travaillent moins de 30 heures/semaine dans l'exploitation (52 % région) et les entreprises sont très souvent possédées par un seul exploitant (45% des entreprises). Les producteurs doivent aussi combler en grande partie leurs revenus par un travail à l'extérieur qui occupent une grande partie de leur temps, 38% des agriculteurs déclarent travailler aussi à l'extérieur de l'entreprise et 38% des agriculteurs consacrent plus de 30 heures/semaines à l'extérieur de l'entreprise. Enfin, l'âge médian des producteurs se situe à 56 ans. Le besoin de relève est ici clairement identifiable.

Tableau 7 : Analyse FFOM – Maillon de la production

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Bon nombre d'exploitations agricoles (733) sur le territoire	Le nombre total d'entreprises reste stable malgré de fortes variations par filière
Production animale (lait, porc et bœuf) bien établie	Les filières animales sont possiblement en processus de désinvestissement
ESSOR de la production acéricole (1 ^{er} rang de Chaudière-Appalaches)	Une diversification importante est constatée et de nouvelles productions sont en émergence.
Producteurs forestiers bien établis	Des jeunes entrepreneurs démontrent de l'intérêt envers la région.
Pratiques forestières encadrées par des services-conseils	
Faiblesses	
Retard entraîné par le délaissage des activités agricoles au détriment du secteur minier	Plusieurs entreprises dans les filières à mise en marché ordonnée (filières animales) apparaissent en processus de désinvestissement
Manque de main-d'œuvre agricole	Le vieillissement des entrepreneurs est constant et entraîne un besoin de relève criant
Peu de maraîchage ou d'horticulture	Les nouvelles entreprises ont des situations économiques plus précaires et des enjeux de marchés importants
Désaffection, désintérêt, évolution des valeurs et de la motivation des propriétaires pour la récolte des produits forestiers	
Pratiques des petits producteurs forestiers peu performantes	

Suite : Tableau 7 : Analyse FFOM – Maillon de la production

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Opportunités	
Programme de soutien gouvernemental (financier et formation – secteur forestier).	
Développement d'activités connexes à l'agriculture (ex. : agrotourisme, transformation, hébergement)	
Possibilité d'attraction de nouveaux exploitants et de relève	Ces opportunités sont encore d'actualité
Prix des terres moins élevé que dans les municipalités ou MRC environnantes	
Menaces	
Plus de 14 menaces identifiées	Ce sont des menaces sur lesquelles la MRC n'a pas de prise.
Principalement concernant la relève et la diminution des entreprises agricoles (5)	Cette menace est toujours présente
D'autres menaces étaient plus générales (mondialisation, finances publiques, etc.) (7)	
Deux en lien avec la conjoncture de l'industrie forestière	

3.2.2. LA TRANSFORMATION

Tout comme il avait été constaté lors de l'élaboration du premier PDZA, le maillon de la transformation alimentaire est actuellement peu développé dans la MRC. Cette situation peut être influencée par les dynamiques spécifiques du maillon de la production ou encore les réalités des marchés locaux. Les entreprises de transformation vont s'établir plus stratégiquement à proximité des consommateurs, soit les grands centres urbains ou encore dans des zones où la production agricole offre des volumes plus importants.

IL EST À NOTER QUE LA RÉGION PEUT COMPTER SUR LA PRÉSENCE D'ENTREPRISES DE TRANSFORMATION D'IMPORTANCE, NOTAMMENT :

- Boulangerie Saint-Méthode (produits de boulangerie)
- Appalaches Nature (transformation de produits d'érable)
- Abattoir Cliche (abattage et transformation de viande)

Pour stimuler le développement du maillon de la transformation, il est nécessaire qu'il bénéficie d'un certain soutien. Voilà pourquoi, lors du premier PDZA, le développement d'un centre de transformation agroalimentaire avait émergé comme une action prioritaire. Ce centre est maintenant érigé. La pérennisation des activités doit maintenant être assurée.

Tableau 8 : Analyse FFOM – Maillon de la transformation

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Présence d'entreprises leaders : Biodélices, St-Ferdinand B., Boulangerie St-Méthode, Pépinière ancestrale	Différentes entreprises d'importance actives sur le territoire
Faiblesses	
Peu de transformation – la MRC a le plus faible ratio de transformateurs/producteurs en Chaudière-Appalaches	Quelques nouvelles entreprises font de la transformation mais il y en a encore peu sur le territoire
Peu de cabanes à sucre commerciales	- Éloignement des marchés
Peu d'entreprises de transformation (perte de valeur ajoutée) des produits agricoles et forestiers	- Petites tailles des entreprises présentes sur le territoire
Bois d'œuvre vendu sur le territoire en grande partie transformé à l'extérieur de la MRC	- Pour se développer, la transformation alimentaire doit être soutenue
Opportunités	
Possibilité de transformation et de développement de nouveaux produits à partir des petits fruits, puisque les producteurs sont présents	Le centre de transformation agroalimentaire est en cours de structuration
Développement de produits/production non ligneuse (PFNL)	
Développement de créneaux agroindustriels (oléochimie, boulangerie, houblon, orge de maltage, cultures émergentes ou marginales)	Ces opportunités restent présentes. Des entrepreneurs pourraient s'en saisir, les partenaires institutionnels pourront alors soutenir leurs initiatives.
Menaces	
Aucune n'avait été recensée	La pérennisation du centre agroalimentaire reste à assurer et représente un atout important

3.2.3. LA DISTRIBUTION ET LES CONSOMMATEURS

3.2.3.1. Distribution alimentaire

La situation des services alimentaires dépend largement du pôle urbain qu'est Thetford Mines et, dans une moindre mesure, du centre de services que représente Disraeli. D'importants secteurs ruraux qui se caractérisent par de faibles volumes de ventes sont délaissés par les réseaux de distribution, ce qui peut impacter la qualité de vie et la consommation des populations rurales. On peut évoquer ici la notion de désert alimentaire.

Tableau 9 : Situation de la distribution alimentaire dans la MRC

	Population (2021)	Services alimentaires	Institutions
Pôle 1			
Adstock	2 903	Dépanneur Bonichoix, SAQ, Coopérative multiservices Sacré-Cœur-de-Marie (Dépanneur et essence)	CHSLD, école primaire, services de garde
East Broughton	2 248	Marché Tradition (dépanneur)	CHSLD, écoles primaires et secondaires, services de garde
Sacré-Cœur-de-Jésus	536	Dépanneur coopératif	Nil
Sainte-Clotilde-de-Beauce	569	Dépanneur indépendant	Nil
Total	6 397	15%	
Pôle 2			
Thetford	26 072	60% Ensemble de services	Ensemble de services
Saint-Jacques-de-Leeds	711	Dépanneur Marché l'Ami	Nil
Kinnear's Mills	397	Nil	Nil
St-Pierre-de-Broughton	889	Station essence, dépanneur	Service de garde
Total	27 781		
St-Jean-de-Brébeuf	351	Nil	Nil
Saint-Adrien-d'Irlande	395	Nil	Nil
Irlande	897	Nil	Nil
Total	1665		
Total pôle 2	29 446	68%	

Suite : Tableau 9 : Situation de la distribution alimentaire dans la MRC

	Population (2021)	Services alimentaires	Institutions
Pôle 3			
Ville de Disraeli	2 360		Écoles primaire et secondaire, CLSC
Disraeli Paroisse	1163	Ensemble de services	
Saint-Joseph-de-Coleraine	1 820	Dépanneur Omni Épicerie	École Primaire
Saint-Jacques-le-Majeur-de-Wolfestown	186	Nil	
Saint-Fortunat	255	Nil	Nil
Saint Julien	378	Nil	
Beaulac-Garthby	931	Nil	CHSLD, école primaire
Sainte-Praxède	351	Nil	
Total pôle 3	7 508	17%	
Total MRC	43 351	100%	

Sources : Recensement de la population 2021, Statistique Canada et compilation ID Territoires.

Ces enjeux ont d'ailleurs été identifiés dans le portrait sur la sécurité alimentaire de la MRC des Appalaches qui a été réalisé en 2024, enjeux particulièrement importants pour les populations rurales plus vulnérables :

✓ **ÉLOIGNEMENTS DES POPULATIONS RURALES DES POINTS D'ALIMENTATION D'IMPORTANCE :**

- Aucun supermarché à l'extérieur de Thetford et Disraeli

✓ **POUR LES POPULATIONS PLUS VULNÉRABLES :**

- Besoins de développement de services de proximité et d'augmentation des possibilités de transport pour le déplacement des personnes venant chercher l'aide alimentaire.
- Dans le premier cas, ce sont les organismes qui vont vers les personnes (ex. points de chute, popotes roulantes, frigos collectifs). Dans l'autre, ce sont les personnes qui viennent vers les services (navette, taxi-bus, etc.).
- Difficulté à trouver des fournisseurs (particuliers et organismes) dans un territoire où peu d'épiceries sont présentes.

Extrait: Portrait en sécurité alimentaire de la MRC des Appalaches 2024

Concernant les réseaux de commercialisation de proximité, l'émergence de nouveaux producteurs orientés vers ce type de mise en marché est venue stimuler une offre de kiosque de vente à la ferme. La présence du marché de Thetford actif depuis plus de 17 années est aussi à souligner. Toutefois, peu d'autres initiatives de commercialisation de proximité sont présentes sur le territoire.

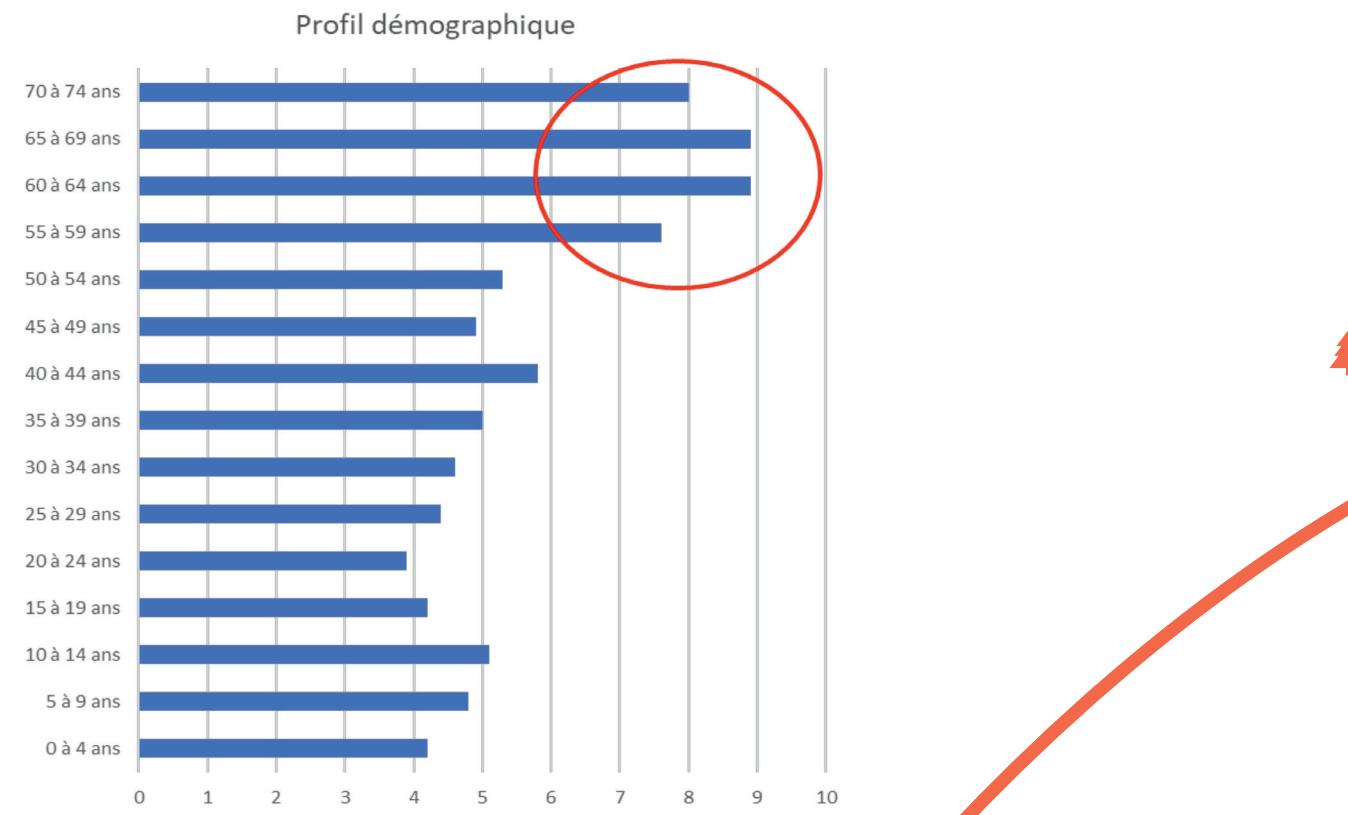
Concernant le marché public de Thetford, il est important de souligner que celui-ci a su garder sa prépondérance alimentaire au cours des années. En grande partie, ceci peut s'expliquer par sa gouvernance, il s'agit d'une coopérative de producteurs. On peut ici signaler que cette gouvernance est en soi un défi, car la coopérative compte une douzaine de producteurs ou transformatrices, ainsi le renouvellement des instances administratives devient chaque année plus complexe. Concernant les infrastructures de ce marché, des enjeux sont, là aussi, présents. Les étals sont à l'extérieur en très grande majorité, ce qui soumet les activités commerciales aux aléas de la météo. Enfin, la taille du marché public (moins d'une quinzaine de producteurs) impose aussi des contraintes en termes de gestion. Les capacités financières pour rémunérer un ou une gérante sont très limitées, ce qui entraîne un roulement important des ressources humaines et limite d'autant plus les capacités de développement de la structure. Depuis quelques années, les ventes sont stables ou en baisse. Une concertation a été réalisée avec la Ville de Thetford, à la suite de celle-ci, des investissements sont prévus en 2026 pour construire un préau dans le secteur du marché qui pourra permettre éventuellement une réinstallation du marché public dans cette nouvelle installation. D'une façon générale, ce marché fait face à plusieurs défis (gouvernance, croissance, infrastructure, etc.). Il apparaît important de soutenir son renouvellement.

En plus de ce marché public et des kiosques à la ferme, on doit souligner la présence du dépanneur coopératif à Sacré-Cœur-de-Marie (Adstock) qui jouait jusqu'à tout récemment un rôle important pour la commercialisation des produits issus de l'incubateur.

3.2.3.2. LES CONSOMMATEURS DE LA RÉGION

Le profil de la population de la MRC impacte fortement la consommation sur le territoire. Comme premier facteur d'importance, on doit prendre en considération la pyramide des âges de la population de la MRC (voir diagramme ci-dessous). On constate qu'elle s'étire fortement vers le haut. Les 55 ans et plus constituent une majorité de la population.

Graphique 2 : Profil de la MRC des Appalaches selon les catégories d'âge en 2021.



Sources : Recensement de la population 2021, Statistique Canada. Compilation ID Territoires.

Dans les municipalités rurales qui composent la MRC, cette tendance au vieillissement de la population est encore plus accentuée. Caractéristique des territoires où la population est vieillissante, on constate aussi un taux important de personnes veuves (7,7%) ou plus précisément de femmes veuves (12%). En plus de cette population vieillissante, on peut aussi observer un nombre important de ménages composés de deux personnes ou moins (77%). Concernant les données socioéconomiques, il est à noter que 41% ou moins de la population jouissent d'un revenu de 45 000 \$ ou moins, contre (39% au Québec). Par ailleurs, une bonne portion de la population sans diplôme et avec diplôme études secondaires (max) de 44 % (39 % QC).

Les dynamiques socioéconomiques du territoire indiquent qu'une part relativement restreinte de la population dispose du pouvoir d'achat ou de l'intérêt nécessaire pour consommer des produits de niche ou à valeur ajoutée. Ainsi, ces marchés demeurent limités dans la région, et des efforts soutenus seront nécessaires pour renforcer la commercialisation et l'accès des produits agroalimentaires locaux.

En revanche, l'analyse des distances et des habitudes de travail révèle que la MRC des Appalaches est un marché local concentré qui bénéficie d'une autonomie significative face à la concurrence des grands centres :

- Lieux de travail des populations : 58 % dans la MRC
- Temps de navettement inférieur à 30 min : 80 %
- Population inactive : 43%

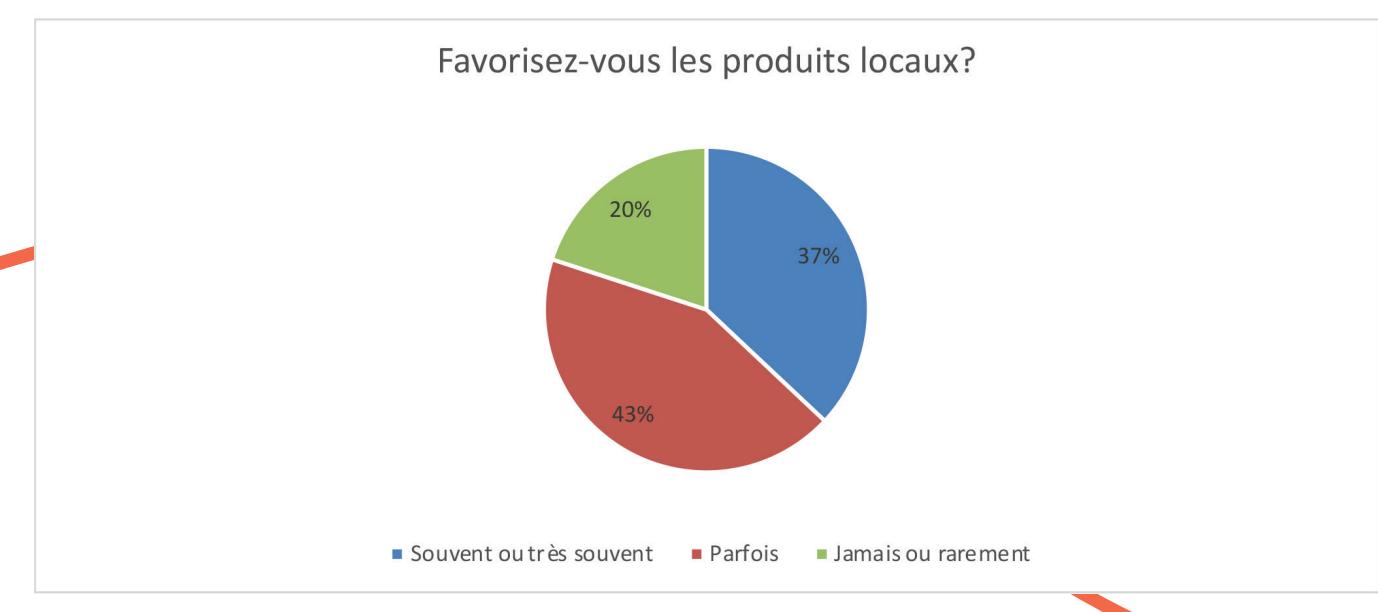
Cependant, hormis la ville de Thetford, les centres urbains où se concentrent les consommateurs sont passablement éloignés (Lévis est à 95 km, Victoriaville à 68 km et Saint-Georges à 67 km de la MRC). Les transports s'effectuent principalement sur des routes provinciales, ce qui oblige des temps de transport souvent supérieurs à une heure de route.

Malgré tout, avec un centre urbain d'importance comme la ville de Thetford et les autres pôles de services, des opportunités commerciales sont présentes sur le territoire.

ÉVOLUTION DES HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA POPULATION

Les informations de cette section sont tirées du Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments (2023). Dans ce document, on constate qu'une forte proportion de Québécois qui favorise souvent les produits locaux (37%) ou parfois (43%).

Graphique 3 : Taux de Québécois favorisant l'achat de produits locaux en 2023.



Toutefois, cette proportion est en baisse depuis les dernières années. Ce sont 35 % des répondants qui envisagent d'augmenter légèrement ou considérablement leur consommation d'aliments du Québec au cours de la prochaine année, tandis que 54 % prévoient la maintenir. Cette situation représente un renversement complet par rapport à 2021 (où 54 % des répondants souhaitaient augmenter leur consommation d'aliments du Québec alors que 38 % souhaitaient la maintenir).

En milieu rural, la proportion de personnes souhaitant acheter des aliments du Québec est plus forte qu'en milieu urbain (38% contre 32%). On constate qu'en contrôlant toutes les variables sociodémographiques, c'est réellement la langue, l'âge et le fait d'avoir des enfants qui expliquent le plus le fait d'acheter en priorité des aliments du Québec. Ainsi, pour la MRC des Appalaches, si la langue apparaît comme un facteur positif, les données démographiques propres aux territoires sont moins prometteuses.

On constate également une tendance plus grande, soit 24 % des Québécois, qui utilisent fréquemment ou occasionnellement l'épicerie en ligne aujourd'hui. Les producteurs agricoles rencontrés lors des ateliers ont eux aussi constaté la capacité et l'intérêt des gens à utiliser des outils web pour acheter leurs produits, et ce, peu importe le groupe d'âge.

COMME AUTRES DONNÉES POUVANT PORTER À RÉFLEXION, ON PEUT NOTER QUE CONCERNANT LE PRIX DES PRODUITS :

- Plus de Québécois affirment aujourd'hui ne pas avoir assez d'argent pour acheter de la nourriture en quantité suffisante par rapport à 2021 (27 % en 2023 vs 21 % en 2021).
- Plus de Québécois modifient leurs choix alimentaires en fonction des spéciaux (57 % en 2023 vs 51 % en 2021)
- La proportion de personnes achetant souvent des aliments sans se soucier de leur prix a diminué (14 % en 2023 vs 22 % en 2021), tout comme la proportion de personnes prêtes à payer plus cher pour certains aliments (15 % en 2023 vs 23 % en 2021).

Ces informations permettent de mettre en valeur que la commercialisation des produits locaux est maintenant plus ardue que par les années passées. On peut ici faire le lien avec les résultats obtenus au Marché public de Thetford qui n'échappe pas à cette tendance québécoise.

IL EST AUSSI POSSIBLE DE PRENDRE EN COMPTE, CONCERNANT LE TYPE DE PRODUITS QUE :

- La proportion de personnes souhaitant augmenter leur consommation de fruits et légumes a diminué par rapport aux années précédentes (elle reste nettement supérieure à celle des personnes souhaitant la réduire).
- La proportion de Québécois souhaitant augmenter leur consommation de produits biologiques a connu une baisse graduelle depuis 2019.
- La proportion de ceux qui souhaitent augmenter leur consommation de produits biologiques est presque équivalente à celle de ceux qui souhaitent la réduire, ce qui suggère un plateau.

Encore une fois ici, on peut constater que les producteurs agricoles qui se sont lancés ces dernières années dans ce type de production pourront faire face à un fléchissement de la demande.

SEGMENTS DE MARCHÉS

Lors des ateliers de réflexion avec un groupe de producteurs qui effectuent eux-mêmes leur commercialisation, il a été possible d'identifier 5 segments de clientèles qui pourraient avoir un potentiel spécifique envers les produits de la région. Ces segments sont les villégiateurs qui séjournent dans les campings ou les chalets en saison estivale, les jeunes retraités qui représentent une part importante de la population, les personnes âgées qui ont des besoins très spécifiques, ainsi que les familles, de même que les femmes (entre 35 et 65 ans). Le groupe de travail a tenté d'analyser chacun de ces groupes afin de mieux situer leur comportement d'achats. Les tableaux suivants résument les réflexions des participants et permettent, dans le dernier tableau, de prioriser les segments de marché pour une future stratégie de soutien à la commercialisation des produits.

Tableau 10 : Profil des consommateurs.

Villégiature	Jeunes retraités	Personnes âgées	Familles	Femmes (35-65 ans)
<ul style="list-style-type: none"> • + de 6 000 consommateurs • (15 % d'augmentation de population l'été) 	<ul style="list-style-type: none"> • (+/-) 14 500 consommateurs de 55 à 75 ans 	<ul style="list-style-type: none"> • + de 6 000 consommateurs de 80 ans et plus 	<ul style="list-style-type: none"> • de 10 000 à 15 000 consommateurs (+) de 5 000 familles avec en moyenne 1,8 enfants 	<ul style="list-style-type: none"> • + de 8 000 consommatrices résidentes de la MRC
<ul style="list-style-type: none"> • Comportement réel mal connu. • Marché pas ciblé actuellement 	<ul style="list-style-type: none"> • En recherche de produits spécifiques • Mobilité importante (réseau familial, etc.) • Foyer familial (2 personnes et moins) 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de déplacements de manière individuelle (soutien externe) • Revenu possiblement limité • Souvent seul 	<ul style="list-style-type: none"> • Contraintes de temps, donc besoins de faciliter les achats • Chercher à capter l'attention des enfants 	<ul style="list-style-type: none"> • Contraintes de temps • Nécessité de faciliter l'accès aux produits
<ul style="list-style-type: none"> • Consomment dans les grands centres avant leur séjour • Provenance: grands centres mais une bonne partie de la région (mal connu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consomment en supermarchés mais aussi dans les épiceries fines et autres lieux de consommation (possiblement à l'extérieur de la région) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation dans les supermarchés ou encore en institutions 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendance de consommer en supermarchés pour regrouper les achats 	

Source : Compilation ID Territoires à partir des ateliers de consultation

Tableau 11 : Récapitulatif des clients types

Villégiature	Jeunes retraités	Personnes âgées	Familles	Femmes (35-65 ans)
<ul style="list-style-type: none"> • Deux types: chalets et campings 	<ul style="list-style-type: none"> • Une bonne proportion de ce groupe possède de bonnes capacités financières (à déterminer) 	<ul style="list-style-type: none"> • Principalement Femmes (parfois veuves) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le + souvent achat par les femmes 	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe spécifique
<ul style="list-style-type: none"> • Pour le moment, il n'est pas possible d'identifier un client type (âge, famille?) • Plus d'hommes acheteurs? 	<ul style="list-style-type: none"> • Souvent bon niveau d'éducation • Niveau d'activité important • Acheteurs principalement des femmes • Goût de la découverte 	<ul style="list-style-type: none"> • Contraintes de déplacement mais pas de temps • Conservateurs dans les habitudes alimentaires • Recherchent contact humain (lien de confiance) 	<ul style="list-style-type: none"> • Horaire contraint, fin de journée ou fin de semaine 	<ul style="list-style-type: none"> • Actives • Plus éduquées • Conscientisées aux enjeux écologiques, de société, de santé, etc. • Sociables • Aiment partager
<ul style="list-style-type: none"> • Peu mobile, profitent des installations (camping, lacs)? • Ne se considèrent pas comme touristes 	<ul style="list-style-type: none"> • Possiblement des effets de groupes (ambassadeurs) 		<ul style="list-style-type: none"> • Effet de groupe (réseaux sociaux, etc.) 	

Source : Compilation ID Territoires à partir des ateliers de consultation

Tableau 12 : Récapitulatif des besoins

Villégiature	Jeunes retraités	Personnes âgées	Familles	Femmes (35-65 ans)
<ul style="list-style-type: none"> En période festive, on estime des besoins de types: repas de peu de préparation, festif, réception de familles, etc. Un intérêt pour la découverte? Un intérêt pour faire découvrir des produits de la région? (Méconnaissance des produits régionaux) La consommation locale est constituée par des achats de compléments (bières, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Petites portions Produits santé Diversifiés Recherches de produits nouveaux Produits simples à cuisiner Recherche d'authenticité (relation avec le producteur?) 	<ul style="list-style-type: none"> Petites épiceries: mangent peu et foyer familial de moins de 2 personnes Produits conventionnels Relation de confiance avec le producteur Espace de socialisation 	<ul style="list-style-type: none"> Achat structuré: boites à lunch, souper, etc. Possiblement restrictions (contraintes) alimentaires et choix éthique/santé (bio, local, frais, etc.) Idéalement des produits simples et rapides à cuisiner Possiblement prévoir des espaces de type « gardiennage » dans le commerce 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir avec soin Produits de qualité (sueur et originalité) Produit contribuant au bien-être Une expérience client spécifique Contact avec le producteur Achat raisonné (valeur sociale, écologique, etc.)

Source : Compilation ID Territoires à partir des ateliers de consultation.

Tableau 13 : Marchés à prioriser

Clientèle	Points forts	Points faibles
Villégiature	Volume de clientèle important Capacité, intérêt à consommer intéressant?	Comportement mal connu Difficile à rejoindre
Jeunes retraités	Un nombre de consommateurs important avec des besoins correspondant à l'offre de produit	Il faudra valider, dans la région le volume réel de consommateurs types
Personnes âgées	Volume de consommateurs important (en croissance!)	Niveau de consommation faible
Familles	Volume par acheteur plus important, achats orientés valeur santé-éthique	Contraintes de temps à adresser, Restrictions alimentaires à prendre en compte
Femmes (35-65 ans)	Des besoins spécifiques en lien avec les produits des producteurs	Plusieurs sous-groupes de femmes à identifier

Source : Compilation ID Territoires à partir des ateliers de consultation.

Tableau 14 : Analyse FFOM – Maillon de la distribution

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025	
	Forces	Faiblesses
Effort de diversification des activités économiques depuis 15 ans	Plusieurs jeunes entrepreneurs se sont installés dans des secteurs en émergence, sur le territoire	Un important groupe de nouveaux producteurs effectuent leurs commercialisations principalement à la ferme
Plusieurs outils de mise en marché par circuits courts : logo « Le goût de chez nous », Marché public de Thetford Mines, le circuit des 12 Arrêts gourmands	Chemin des artisans également un circuit touristique déjà en place	Ce circuit à disparu
Manque de suivi ou de mise à jour d'outils de promotion en place (ex. : Le goût de chez nous)	Peu de nouveaux outils et actions pour soutenir la commercialisation ont vu le jour Le marché public de Thetford doit s'adapter, être renouvelé.	
Opportunités		
Centre d'interprétation et de valorisation de l'activité acéricole	Ville de Thetford Mines, une agglomération importante, située au centre de la MRC	Même si ces opportunités restent présentes, le contexte du marché pour les producteurs émergents de la région reste un défi
Population en hausse dans plusieurs municipalités	Population saisonnière importante dans plusieurs municipalités – les villégiateurs sont des acheteurs potentiels de produits locaux	
Tendance vers les produits santé et biologiques (crâneau possible)	Plus faibles ces dernières années	
		Des segments de marché sont identifiés et des efforts collectifs pour les exploiter permettront de soutenir la commercialisation des produits locaux.
		La MRC a misé sur le plein air pour sa signature innovation, elle attire donc davantage d'adeptes qui recherche souvent des produits locaux et santé
		La MRC a misé sur le plein air de proximité pour sa Signature. Elle attire donc davantage d'adeptes de plein air souvent à la recherche de produits locaux et santé

Suite : Tableau 14 : Analyse FFOM – Maillon de la distribution

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Menaces	
Revenu médian des ménages largement sous la moyenne	
Population de la MRC vieillissante (pyramide d'âges s'inverse)	Ces menaces, faiblesses sont toujours présentes La capacité de payer des consommateurs semble plus limitée
Diminution de la population observée depuis 15 ans et prévue d'ici 25 ans. Risque de dévitalisation des communautés	
MRC loin des grands centres	
Tourisme limité	La villégiature est en développement et pourrait constituer un segment de marché intéressant
Incapacité de répondre aux exigences du marché	

3.2.4. L'ENJEU DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Cet enjeu a déjà été abordé brièvement dans une section précédente. Par ailleurs, une étude sur la sécurité alimentaire a été réalisée en juin 2024. Cette section en reprend les principaux éléments.

TOUT D'ABORD, ON PEUT S'ATTARDER À UNE DÉFINITION DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE :

« La sécurité alimentaire est atteinte lorsque des aliments sains et nutritifs sont disponibles sur le territoire et lorsque toute la population a les moyens physiques et économiques de se les procurer, et ce en tout temps, de façon à satisfaire ses besoins pour mener une vie saine et active ».

IL EST AUSSI PRIS EN COMPTE QUE :

« Dans une perspective d'équité et de justice sociale, la sécurité alimentaire est une responsabilité collective liée au droit fondamental de se nourrir. Elle vise l'accès à une « saine alimentation pour tous » sur l'ensemble du territoire de la MRC des Appalaches et elle accorde une attention particulière aux besoins des personnes en situation de vulnérabilité (Réf : p.13) »

Parmi les principaux constats de l'étude, on peut mentionner que « L'approvisionnement en denrées est complexifié par les exigences d'accréditation de Moisson Beauce et par la difficulté à trouver des fournisseurs dans un territoire où peu d'épiceries sont présentes. Cette situation est source de tension en créant une dynamique délétère de concurrence entre les organismes pour l'accès aux denrées. (Réf : p. 8) »

DE CE CONSTAT EST RESSORTI UNE DES 8 PRIORITÉS, SOIT DE :

« Mettre en place des stratégies communes afin de garantir un approvisionnement suffisant en denrées aux organismes locaux. »

Par ailleurs, dans le plan stratégique de la MRC des Appalaches, une action spécifique concernant la sécurité alimentaire a aussi été énoncée, soit de « faire un portrait de situation afin de répondre collectivement de façon optimale et concertée en matière de sécurité alimentaire. »

La pandémie a fait surgir le grand phénomène de précarité de la population de la MRC des Appalaches et la difficulté des organismes et des autorités à répondre aux besoins criants des personnes vulnérables en matière de sécurité alimentaire. Depuis, plusieurs initiatives ont vu le jour et ont mobilisé les efforts d'organismes et de municipalités dans le but d'augmenter notre résilience et notre souveraineté alimentaire :

- Les Incroyables comestibles, une initiative déployée dans les communautés ou les quartiers plus vulnérables. Ils transforment des espaces dans les municipalités en potagers libres d'accès.
- Des jardins communautaires ou collectifs dans plusieurs municipalités ou quartiers ont permis à des citoyens de s'initier au jardinage ou d'échanger dans leur pratique ;
- Glaner, en bref, c'est ramasser ce qui reste dans les champs ou les arbres fruitiers une fois que le producteur a fait sa récolte. Il reste en effet toujours des légumes et des fruits qui n'ont pas été ramassés ou cueillis. Ils sont trop petits ou déformés, quelque peu abîmés ou trop mûrs pour être vendus, tout en étant parfaitement comestibles. Ce sont parfois des surplus de production que le maraîcher n'arrive pas à écouter.

Le glanage met de l'avant l'équité et la solidarité. Les récoltes sont en effet partagées également entre les cueilleurs bénévoles, les producteurs et un ou plusieurs organismes ou institutions dédiés aux besoins de la communauté.

DEUX INITIATIVES DE GLANAGE PORTÉES PAR DES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES ONT VU LE JOUR DANS LES DERNIÈRES ANNÉES.

Il pourrait être envisageable que des alliances se créent entre le monde agricole et le monde communautaire pour renforcer notre résilience et contribuer à surmonter les défis que rencontrent les deux parties. En adéquation avec les besoins du monde agricole, l'objectif serait de faciliter un meilleur accès économique aux aliments, une saine alimentation et le développement d'aptitudes en employabilité. Le nombre élevé de personnes vulnérables et de personnes aînées dans la MRC nous incite à mettre en place de nouvelles initiatives. En voici quelques exemples :

LES COUPONS NOURRICIERS

Les coupons nourriciers sont des bons d'achat remis à des personnes en situation de vulnérabilité et destinés à être utilisés en circuits courts. Une telle initiative permettrait de lutter contre l'insécurité alimentaire et de renforcer les circuits alimentaires de proximité.

UN PLATEAU DE TRAVAIL

Un plateau de travail est un environnement d'expérimentation conçu pour aider les gens à apprendre des compétences essentielles au travail tout en favorisant leur intégration sociale. C'est un cadre idéal pour acquérir de l'expérience et se préparer à entrer dans le monde du travail. Ici un tel projet permettrait de produire des denrées (végétales ou animales) pour les organismes intervenant en sécurité alimentaire tout en offrant une occasion pour de jeunes adultes d'expérimenter des emplois répondant au besoin de main-d'œuvre sur les fermes.

L'exemple des Moissonneurs solidaires dans la MRC de Lotbinière peut être inspirant à cet égard. L'organisme développe une alternative d'approvisionnement en légumes frais au profit des banques alimentaires.

Leurs objectifs sont d'accroître en volume et sur une plus longue période de l'année, la consommation de légumes chez les personnes en situation de pauvreté et aider des personnes en difficulté à réintégrer leur place en société à travers des travaux agricoles.

LE GLANAGE

Plusieurs initiatives de glanage existent au Québec et visent à réduire le gaspillage alimentaire et à partager ces récoltes dans la communauté

Le glanage met de l'avant l'équité et la solidarité. Les récoltes sont en effet partagées également entre les cueilleurs bénévoles, les producteurs et un ou plusieurs organismes ou institutions dédiés aux besoins de la communauté (Ex : banques et comptoirs alimentaires, cuisines collectives et popotes roulantes, maisons des jeunes, CPE etc).

Tous les acteurs impliqués dans les activités de glanage sont gagnants. Les bénévoles sont bien encadrés, s'activent en plein air et repartent avec des aliments frais. Les donateurs réduisent leur impact environnemental et contribuent à la santé de la collectivité, tandis que les organismes bénéficiaires améliorent leur offre alimentaire. (Réf : Cent degrés/Françoise Ruby, journaliste, 9 novembre 2021)

CANTINE POUR TOUS ET CANTINE À DOMICILE

La Cantine à l'école est un programme à l'échelle du Québec qui vise à offrir des repas sains, équilibrés et à petits prix, livrés directement dans les écoles primaires participantes. La Cantine dans les écoles offre aux enfants une plus grande sécurité alimentaire, et ce, sans stigmatisation. Les repas sont préparés par des organismes communautaires ou des entreprises d'économie sociale accréditées et cela peut permettre de soutenir l'agriculture de proximité.

La Cantine à domicile est une plateforme de commande de repas congelés et abordables livrés au domicile des personnes aînées. Les plats sont préparés par des traiteurs sociaux certifiés par Cantine pour tous. Actuellement une école de la MRC des Appalaches est desservie par ce programme, l'école Saint-Louis du secteur de Black Lake.

Tableau 15 : Analyse FFOM : Défi de la sécurité alimentaire

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Non traité	La possibilité de location ou d'achat de terres.
Faiblesses	
Non traité	Une population vieillissante avec des réalités socioéconomiques souvent difficiles. Des milieux ruraux dispersés, ce qui entraîne des enjeux de mobilité pour les individus en situation précaire. En zone rurale, peu de présence de fournisseurs locaux à grands volumes (épiceries) ce qui limite l'accès à des produits de liquidation.
Opportunités	
Non traité	La mobilisation des organismes communautaires, autour de la table en sécurité alimentaire, représente un atout pour développer des projets collectifs.
Menaces	
Non traité	Une concurrence entre les organismes pourrait nuire à la bonne gestion de l'enjeu.

3.2.5. LES SERVICES DE SOUTIEN AU SECTEUR

3.2.5.1. La formation, les services-conseils et la recherche et développement

La formation, les services-conseils et la recherche et développement (R&D) dans la MRC des Appalaches sont clairement le maillon faible de l'écosystème agroalimentaire et commercial. Les services actuellement présents sont :

- Un service-conseil en agroenvironnement à Thetford;
- Des services de mécanique agricole dans la région Est (Adstock);
- Aucune structure de formation, recherche, expertise en agriculture n'est présente sur le territoire de la MRC;
- Pas de services de soutien technique spécialisés;
- Peu de meuneries ou de coopératives spécialisées.

Ces services étant peu présents, on comprend que la promotion des services est aussi moins présente. Le Réseau Agriconseils de Chaudière-Appalaches a d'ailleurs pu notifier que la MRC des Appalaches constitue le territoire où les activités de formation et de services-conseils sont les moins présentes sur l'ensemble de la région.

Cette situation a un impact certain sur l'attractivité du territoire pour une possible relève agricole. Pour obtenir des formations, pour s'informer sur les innovations technologiques du secteur, les jeunes doivent sortir de la région. En plus de la fonction d'apprentissage, de formation, etc., le maillon de la formation, des services-conseils et de la recherche et du développement exerce un important rôle d'animation, de concertation, de dynamisation des milieux et d'attractivité auprès des jeunes. On comprend que le métier d'agriculteur et l'ensemble des métiers reliés à l'agroalimentaire sont peu valorisés sur le territoire. Une action doit être mise en place pour remédier à cette situation.

Tableau 16 : Analyse FFOM – Maillon des services de soutien

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Aucun identifié	Plusieurs services conseils sont disponibles via le Réseau Agriconseils (à l'extérieur de la région)
Faiblesses	
Manque de programmes de formation agricole complète (cours ponctuels et ciblés seulement)	
Manque de valorisation de la profession et de promotion de l'agriculture auprès des jeunes	
Pas de foire agricole. Peu d'activités connexes à l'agriculture sur le territoire de la MRC	Les points faibles présentés restent d'actualité
Manque de veille sur les transactions foncières	
Expertise et services-conseils limités	

3.3. IMPACT DE LA ZONE AGRICOLE SUR L'HABITAT DANS LA MRC

Les données sur la fiscalité municipale révèlent l'importance significative du secteur agricole pour une grande partie des municipalités de la MRC. Cette influence peut avoir des implications importantes sur les décisions politiques, l'aménagement du territoire et la stratégie de développement du secteur agricole et municipal. Principalement, ce sont 5 municipalités sur 19 dont la valeur des immeubles imposables provient à plus de 50% du secteur agricole et 11 municipalités sur 19 dont la valeur des immeubles imposables provient à plus de 25% du secteur agricole. Ces données montrent l'importance du maintien, voire du développement du secteur agricole sur le territoire.

Tableau 17 : Valeurs imposables des immeubles agricoles en proportion de la valeur globale en 2014 et 2023

Municipalité	2014	2023
Saint Jean de Brébeuf	69%	67%
Kinnear's Mills	59%	53%
Sacré-Cœur de Jésus	58%	52%
Saint Adrien d'Irlande	56%	50%
Saint Fortunat	54%	58%
Saint-Pierre de Broughton	50%	39%
Saint-Julien	49%	47%
Saint Jacques de Leeds	48%	47%
Irlande	44%	42%
Sainte Clotilde d'Beauce	42%	35%
Saint Jacques le Majeur	32%	25%
Adstock	17%	14%
Sainte Pradèxe	15%	14%
Paroisse de Disraeli	12%	15%
Beaulac - Garthby	8%	7%
Saint Joseph de Coleraine	3%	3%
Thetford	3%	3%
East Broughton	2%	1%
Ville de Disraeli	0%	0%

Source : Rôles d'évaluation - Compilation ID Territoires.

IMPACT ARTICLE 59

Depuis maintenant plus de 10 ans (2013), la Commission de la Protection du Territoire Agricole du Québec (CPTAQ) en vertu de l'article 59 de la loi sur la protection du territoire agricole, a permis, à la suite d'une demande à portée collective, la construction de résidences en zone agricole tout en respectant différents paramètres, notamment la désignation de secteurs bien définis où les autorisations peuvent être émises et un respect de superficie minimale concernant les propriétés. Cette mesure vient toucher deux facteurs importants concernant le dynamisme des communautés rurales, soit l'activité agricole, ainsi que l'habitation dans des territoires peu densément peuplés. Après une telle durée d'application, il est possible d'en mesurer l'impact. Selon le bilan 2023-2024 préparé par le service d'aménagement du territoire de la MRC : « Depuis que la décision de la demande à portée collective a été rendue dans la MRC des Appalaches, 236 résidences ont été construites dans la zone agricole permanente. Néanmoins, un peu plus de la moitié (59 %) de ses nouvelles résidences relèvent de la décision rendue pour la demande à portée collective.

Ainsi l'impact a été indéniable en termes de développement de l'habitat. Concernant le développement des activités agricoles, il n'a pas été constaté de recrudescence d'enjeux de cohabitation entre le milieu agricole et la population. Par ailleurs, un nombre significatif d'activités agricoles ont pu être consolidées grâce à cette mesure. Il n'a pas été possible, dans le cadre du présent PDZA de mesurer précisément l'augmentation des activités agricoles d'une telle mesure.

En revanche, dans la MRC de l'Érable, une initiative « FERME 59 », a permis d'associer le droit de construire en zone agricole à un engagement à développer une activité agricole. Cette initiative a permis, en quelque six années, l'installation de près d'une trentaine d'exploitations agricoles, majoritairement à temps partiel.

Il est notable, que cette possibilité de développement de l'habitat constitue un atout pour l'attractivité du territoire face à des citoyens qui désireraient s'installer dans la MRC et exercer une activité agricole possiblement à temps plein ou à temps partiel. Dans un prochain plan d'action pour le développement de la zone agricole, il conviendra de mieux mettre en valeur cette opportunité pour les citoyens afin de faire un levier pour stimuler l'arrivée de nouveaux habitants.

Tableau 18 : Terrains vacants constructibles en zone agricole (à jour au 16 décembre 2025)

Municipalité	Nombre de terrains disponibles	Municipalité	Nombre de terrains disponibles
Adstock	208 (33)	Saint-Fortunat	42 (2)
Beaulac-Garthby	22	Saint-Jacques-de-Leeds	31 (6)
Disraeli Paroisse	54 (15)	Saint-Jacques-le-Majeur-de-Wolfestown	40 (7)
East-Broughton	9	Saint-Jean-de-Brébeuf	48 (3)
Irlande	82 (33)	Saint-Joseph-de-Coleraine	12
Kinnear's Mills	110 (14)	Saint-Julien	67 (9)
Sacré-Cœur-de-Jésus	84 (19)	Saint-Pierre-de-Broughton	138 (28)
Saint-Adrien-d'Irlande	35 (12)	Ville de Disraeli	3
Sainte-Clotilde-de-Beauce	43 (9)	Ville de Thetford Mines	197 (95)
Sainte-Praxède	73 (8)	TOTAL	1 298 (293)

Note : Le premier chiffre indique les terrains globaux disponibles pour la construction. Celui entre parenthèse indique ceux disponibles dans les îlots déstructurés. Le nombre entre parenthèse est inclus dans le nombre total.

Source : Services d'aménagement MRC Appalaches

Tableau 19 : FFOM - Développement de l'habitat

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Non traité	Le monde agricole reste névralgique pour le secteur municipal
Faiblesses	
Non traité	Nil
Opportunités	
Possibilité d'environ 1 700 nouvelles résidences à l'intérieur de la zone agricole selon la décision de la CPTAQ (demande à portée collective – article 59 de la LPTAA)17.	Cette opportunité de développement est encore présente.
Menaces	
Non traité	La cohabitation entre agriculteurs et résidents reste à surveiller.

Tableau 20 : FFOM - Gouvernance territoriale

PDZA 2015-2025	Actualisation 2025
Forces	
Présence du Comité de développement agroalimentaire des Appalaches	Les points forts restent d'actualité
Faiblesses	
Le secteur agricole à un impact majeur sur les municipalités de la MRC	Peu de regroupement de producteurs, transformateurs sur le territoire
Peu d'intérêt du secteur municipal envers le secteur agroalimentaire	Une gouvernance fortement pilotée par des acteurs extérieurs au monde agricole
Une gouvernance fortement pilotée par des acteurs extérieurs au monde agricole	Manque de valorisation de la profession et de promotion de l'agriculture auprès des jeunes
Les points faibles présentés restent d'actualité	

3.4. LA GOUVERNANCE TERRITORIALE

Avant même le premier PDZA, il était possible de compter sur un comité de travail chargé d'assurer un leadership fort pour le développement du secteur agroalimentaire dans la MRC. Il s'agit du Comité de développement agroalimentaire des Appalaches (CDAA). Celui-ci, par sa présence et son dynamisme, a contribué fortement à la mise en place d'importantes initiatives porteuses sur le territoire. Le CDAA est composé de 13 représentants d'organisations et d'entreprises impliquées dans le développement du secteur bioalimentaire. La MRC y délègue ses représentants. Deux sièges sont réservés pour des élus nommés par la MRC. Le CDAA est constitué sous forme d'organisme à but non lucratif reconnu comme entreprise d'économie sociale. Ce statut lui donne accès à des programmes de financement spécifiques.

Selon le bilan du dernier PDZA, la mise sur pied du CDAA sous la forme d'un OBNL avec une composition multisectorielle a été un élément clé pour assurer la concertation, le partage d'expertises et le réseautage nécessaire à l'avancement des actions inscrites au PDZA. Il apparaît essentiel que cette organisation soit maintenue dans l'avenir. Cet OBNL pourra assurer un rôle de suivi des activités du PDZA.

En revanche, les membres du CDAA ne pourront, par eux-mêmes, assurer une mise en œuvre adéquate du PDZA. Il faut se questionner sur l'opportunité qu'une ressource humaine soit dédiée à ce plan d'action.

3.5. RÉSUMÉ DE L'ÉTAT DE SITUATION

LE PREMIER PDZA A PERMIS D'OBtenir DES AVANCÉES CONCRÈTES POUR LE MONDE AGRICOLE :

- Des résultats intéressants grâce au développement de l'incubateur agroalimentaire et l'atteinte d'une notoriété régionale forte grâce à cette initiative;
- La mise sur pied d'un centre de transformation agricole;
- Le développement d'une offre de formation destinée aux agriculteurs de la MRC.

LES PRINCIPALES LEÇONS APPRISES :

- La difficulté à accomplir l'ensemble des actions identifiées;
- La difficulté à identifier les retombées et impacts souhaités;
- S'assurer de maintenir un ratio ressources investies (humaines, techniques, financières) / résultats escomptés optimaux.

DE MÊME, L'ANALYSE DE LA SITUATION PERMET DE METTRE EN VALEUR DIFFÉRENTS ENJEUX :

► Relève et dynamisation des exploitations agricoles

Dans les filières conventionnelles, un nouveau dynamisme doit être insufflé. L'enjeu criant de la relève agricole doit être adressé et faire partie intégrante d'une stratégie de développement du secteur.

► Soutien aux entreprises en émergence et aux entreprises de proximité

Les entreprises des secteurs en émergence et de proximité se trouvent souvent dans des situations précaires ce qui peut être dû à leur démarrage récent, ou encore aux importants défis de commercialisation de leurs produits. C'est pourquoi elles doivent être soutenues.

► Soutien aux services-conseils

Les services de soutien aux entrepreneurs agricoles et plus précisément les secteurs de la formation, du conseil et de la R&D sont pratiquement absents de la MRC. La présence d'une nouvelle ressource en appui-conseil et accompagnement pourrait permettre de combler en partie cette carence.

► Soutien à l'habitat en milieu rural

Par ailleurs, les opportunités qui se sont ouvertes grâce à l'acceptation par la CPTAQ de la demande à portée collective restent encore bien présentes. Il convient de mieux faire valoir cet avantage auprès de possibles nouveaux arrivants.

► Soutien au développement de la transformation agroalimentaire

Le secteur de la transformation reste peu développé, et les facteurs limitant son développement sont toujours présents (éloignement des grands marchés de consommation, concurrence avec les régions de fortes productions agricoles). Le Centre Agroalimentaire des Appalaches (CAA) reste un actif à valoriser pour le territoire et sa pérennisation un défi à relever.

► Soutien à la commercialisation des productions en émergence

L'organisation de la distribution alimentaire de même que les réalités socioéconomiques du territoire représentent des défis complexes à relever pour les producteurs des filières en émergence. Il convient de soutenir les efforts de commercialisation pour ce groupe d'entreprises.

► Renforcement de la sécurité alimentaire

Dans la MRC des Appalaches, il existe une présence non négligeable de personnes vulnérables (personnes plus âgées, à faibles revenus, etc.). Le caractère rural de la MRC peut accentuer les enjeux en termes de sécurité alimentaire pour ces groupes de population. Il convient d'assurer une concertation pour faire face à cet enjeu et déployer de nouveaux moyens pour faciliter l'accès à une nourriture saine et abordable.

► Environnement et adaptation aux changements climatiques

Si les changements climatiques peuvent globalement améliorer le potentiel agroclimatique présent dans la MRC et si, globalement l'empreinte environnementale du secteur agricole apparaît raisonnable, des efforts doivent tout de même être consacrés pour mieux comprendre et gérer les risques agricoles qui augmentent : plantes envahissantes, gestion de la ressource hydrique, etc. De même les initiatives pour diminuer l'empreinte écologique des entreprises doivent être maintenues : recyclage des plastiques usagés et autres.

4.1. LE PROCESSUS

Comme mentionné précédemment, pour mettre à jour le PDZA de la MRC des Appalaches, il était important de s'appuyer sur les acquis du premier plan, analyser l'évolution de la situation et prendre en compte les nouvelles préoccupations de la MRC. Il était aussi essentiel de travailler avec les différents partenaires et principalement les premières personnes concernées, soit les agricultrices et agriculteurs, pour faire émerger des propositions de solutions et construire des stratégies en concertation afin de s'assurer que les solutions proposées soient à la hauteur, non seulement des enjeux rencontrés, mais surtout des réalités et des ambitions des communautés. Ce travail de réflexion s'est aussi appuyé sur différentes concertations avec les partenaires et organismes de soutien au milieu agricole et au secteur agroalimentaire dans sa globalité.

LE COMITÉ DE PILOTAGE

Dans un premier temps, pour assurer une cohérence d'ensemble à la démarche, un comité de pilotage a été formé. Sa composition reflète la logique d'arrimage entre le secteur agricole et son territoire tel qu'elle a été conceptualisée dans la méthodologie des PDZA. Il a donc été formé de représentants du monde agricole :

- Monsieur François Paré, producteur laitier situé à Sacré-Cœur-de-Jésus, président du conseil d'administration du Syndicat local de l'UPA des Appalaches ;
- Monsieur Yannick Gagné, producteur laitier situé à East-Broughton, vice-président du conseil d'administration du syndicat local de l'UPA des Appalaches.

Ainsi que d'élus municipaux :

- Monsieur Guy Roy, maire de Sacré-Cœur-de-Jésus ;
- Monsieur Jean-François Roy, maire de Sainte-Praxède.

L'équipe des professionnels de la MRC :

- Madame Carole Mercier, conseillère en développement territorial (coordination de la démarche) ;
- Madame Gina Turgeon, Directrice de l'aménagement et du développement régional ;
- Monsieur Rick Lavergne, directeur général de la MRC Appalaches.

Enfin, monsieur Jean-François Guay PhD, coordonnateur à la planification du territoire au MAPAQ et madame Alexandra Guimont, conseillère en développement régional, complétaient le groupe de travail.

Avant de réunir une première fois ce comité, une collecte d'informations préliminaires, ainsi que différentes rencontres exploratoires, ont permis une première mise à jour de l'état de situation. Près d'une vingtaine d'intervenants ont été rencontrés (producteurs agricoles, centre de transformation, organismes locaux, régionaux, maires, etc.).

Par ailleurs, en amont de la démarche de renouvellement du PDZA, un exercice d'analyse et de bilan du premier PDZA avait été réalisé en mars 2024 par un comité de travail formé de membres du Comité de Développement Agroalimentaire des Appalaches (CDA) et les professionnelles de la MRC.

La première réunion du comité de pilotage a permis d'énoncer une ébauche préliminaire de l'état de situation, de soulever certains enjeux prioritaires et de proposer la mise en place de trois chantiers de réflexion.

CES CHANTIERS S'ÉNONCENT COMME SUIT :

1. Relève et dynamisation des filières conventionnelles ;
2. Soutien aux entreprises en émergence et à la commercialisation des productions en émergence ;
3. Soutien au développement de la transformation agroalimentaire.

Pour travailler ces différents chantiers des comités de travail ont été mis en place. Les membres de ces comités ont amorcé une réflexion en groupe afin d'approfondir les réflexions et d'énoncer une stratégie d'action spécifiques.

LES AUTRES PRIORITÉS IDENTIFIÉES DANS L'ANALYSE DE LA SITUATION, QUI ONT AUSSI FAIT L'OBJET D'UNE ATTENTION PARTICULIÈRE, SONT :

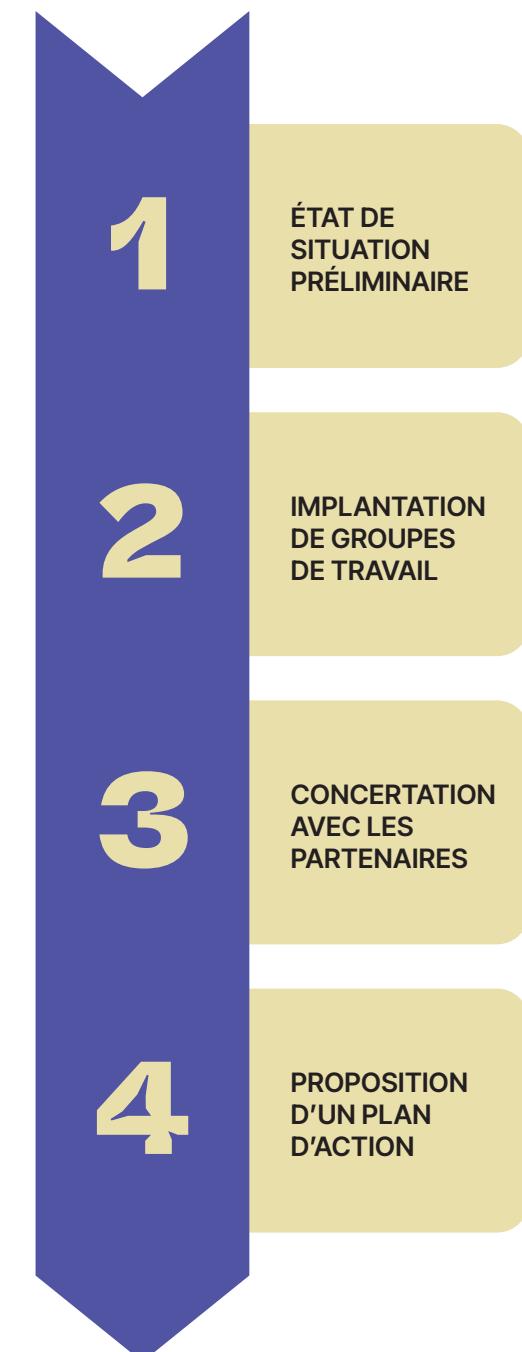
- Le soutien aux services conseils ;
- Le soutien à l'habitat en milieu rural ;
- L'atteinte de la sécurité alimentaire ;
- La préservation de l'environnement et l'adaptation aux changements climatiques.

Différentes rencontres de partenaires et consultations auprès d'experts spécifiques ont permis d'identifier des propositions d'action ciblées.

Les trois comités de travail se sont donc réunis au cours des mois de décembre 2024 à avril 2025. Ils ont permis la structuration de la stratégie spécifique qui pourra faire partie intégrante du futur PDZA. Tout au long de la conduite de ces chantiers, différents intervenants ont aussi été rencontrés individuellement pour poursuivre les réflexions sur l'ensemble des enjeux.

En avril 2025, des propositions concrètes de stratégies ont pu être énoncées. Une série de rencontres avec des partenaires d'action se sont tenues, afin d'enrichir les réflexions et bonifier les propositions préliminaires. Ces rencontres se sont déroulées entre les mois de mai et juillet 2025.

À la suite de l'ensemble de ce processus, il a été possible de retourner auprès du comité de pilotage afin de présenter les résultats de l'ensemble du processus de consultation.



4.2. CHANTIER 1: RELÈVE ET DYNAMISATION DES FILIÈRES CONVENTIONNELLES

Un chantier a été lancé pour travailler sur les enjeux spécifiques de la relève dans les exploitations agricoles du territoire de la MRC ainsi que la dynamisation des filières conventionnelles.

Comme première action de ce chantier, un groupe de travail a été formé. Il était composé principalement de producteurs agricoles issus du territoire. Les membres du conseil d'administration de l'UPA ont soutenu la démarche en proposant des producteurs agricoles avec un parcours de vie ou encore des champs d'expertise spécifiques. Les responsables de la MRC ont complété le comité de travail avec différents intervenants afin d'obtenir certaines expertises pertinentes et points de vue spécifiques.

CE COMITÉ A DONC ÉTÉ FORMÉ PAR :

- Madame Marjori Lehoux qui a séjourné durant une bonne période dans l'incubateur agroalimentaire Nova-terra. Elle en a même assuré la coordination durant quelques mois.
- Monsieur David Paré qui a pu démarrer en production laitière en prenant la relève d'une entreprise dont les propriétaires cédants n'avaient aucun lien de parenté direct avec lui.
- Monsieur Jason Nadeau qui a, lui aussi, suivi un processus similaire de démarrage en production laitière.
- Monsieur Patrick Boislard, producteur acéricole.
- Monsieur Yannick Gagné, producteur agricole et membre du conseil d'administration du CDAA.
- Monsieur Guy Roy, producteur agricole, maire de Sacré-Cœur-de-Jésus et membre du CDAA.
- Monsieur Éric Roy, technicien agricole et en écologie, Conseiller territorial en acériculture qui était présent au moment de l'initiation des réflexions sur l'incubateur agroalimentaire.
- Monsieur Martin Larivière, directeur réseau Agriconseil Chaudière-Appalaches
- Madame Valérie Savard, conseillère aux entreprises SDE.

L'ANIMATION ÉTAIT ASSURÉE PAR :

- Carole Mercier, conseillère en développement territorial à la MRC;
- Matthieu Clotteau, agronome ID Territoires.

Madame Alexandra Guimont agr., conseillère en développement régional – MRC de Montmagny, L'Islet et les Appalaches au MAPAQ participait également au comité de travail.

Ce comité s'est réuni à quatre reprises. Entre les ateliers, des rencontres téléphoniques individuelles avec les participants ont aussi pu se tenir afin de s'assurer de la justesse des propos rapportés lors des ateliers.

Atelier 1 : Définition des objectifs et de l'orientation générale

Le contenu du premier atelier a porté sur l'analyse des résultats obtenus par l'incubateur Nova Terra au cours des dernières années, ainsi que sur des difficultés auxquelles l'initiative a été confrontée. Une analyse des besoins spécifiques de la région a aussi été faite. Dans une dernière étape de cet atelier, il a été possible d'énoncer différentes orientations préliminaires qui pourraient être données à la stratégie de soutien à la relève agricole, ainsi que la dynamisation des filières conventionnelles.

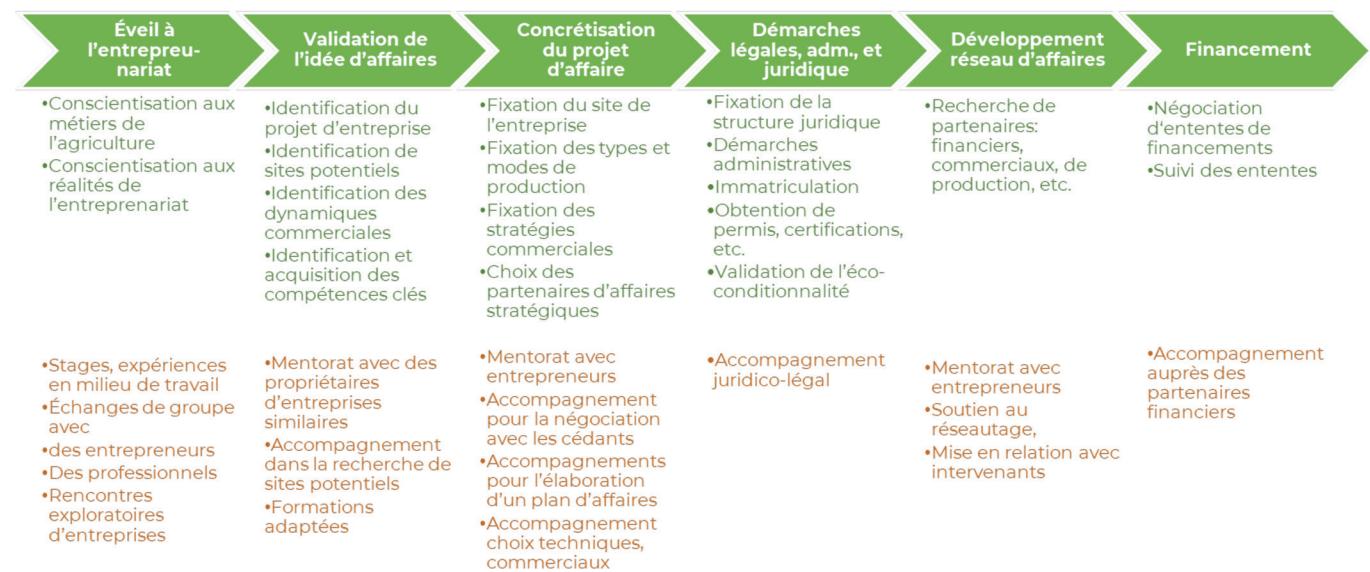
Atelier 2 : Définitions des services à offrir

Lors du deuxième atelier, différentes stratégies et outils développés pour faciliter et stimuler le transfert d'entreprise agricole ont été présentés : l'initiative Arterre, la formule vendeur-prêteur de la Financière agricole du Québec, le Fonds d'Investissement pour la Relève Agricole, les modèles des fiducies foncières, des motels agricoles, parcours d'incubation, etc. Les participants ont été invités à se prononcer sur les opportunités d'initiatives de ce type pour la MRC.

Atelier 3 : Définition sur les types de services à offrir

Le quatrième atelier a été initié par une présentation des étapes de développement d'un projet d'entreprise agricole, ainsi que des besoins des entrepreneurs et des cédants à chacune de ces étapes. Par la suite, les participants se sont prononcés sur le type de services qui pourraient être mis de l'avant pour stimuler l'installation de la relève agricole sur le territoire et pour s'assurer que leurs besoins de soutien soient répondu.

Schéma 4 : Les étapes de développement d'un projet d'entreprise agricole



Atelier 4 : Échanges sur une proposition initiale de parcours d'incubation

En préparation au dernier atelier, en fonction des réflexions et propositions qui ont été énoncées au cours de trois premiers ateliers, une proposition de stratégie a été élaborée. Elle a été acheminée aux participants préalablement à l'atelier. Lors du dernier atelier, les participants ont pu échanger sur cette stratégie et valider sa pertinence.

La deuxième action de ce chantier a consisté par le moyen de rencontres d'échanges avec différents partenaires à partager cette stratégie, valider sa pertinence, les possibles bonifications à y apporter et le niveau d'adhésion des partenaires. Cette action s'est déroulée entre les mois d'avril et août 2025.

4.3. CHANTIER 2 : SOUTIEN AUX ENTREPRISES

EN ÉMERGENCE ET À LEUR COMMERCIALISATION

Le deuxième chantier a porté sur le soutien aux entreprises en émergence et plus précisément le soutien à la commercialisation des produits de ces entrepreneurs. De nouveau, un groupe de travail a été formé afin de développer une stratégie pour faire face à ces enjeux. Le comité a été formé afin de regrouper des producteurs aux prises avec ce défi, ainsi que des intervenants pouvant appuyer la réflexion.

CE COMITÉ A DONC ÉTÉ FORMÉ PAR :

- Mathilde Tremblay-Grenier, productrice maraîchère biologique et transformatrice.
- Marie-Hélène Moisan, productrice maraîchère biologique.
- Rachel Asselin, productrice et transformatrice de sureau.
- Jean-François Pelchat, producteur de vinaigres fins.
- Justin Côté Ferme Rudbeckie, production et transformation de différents produits carnés, mise en marché de proximité.
- Lysa-Pier Bolduc, pomonaïtrice et transformatrice.
- Élyse Gagnon, productrice maraîchère et de porc biologique.
- Geneviève Clavet-Roy, Conseillère tourisme SDE

L'ANIMATION ÉTAIT ASSURÉE PAR :

- Carole Mercier, conseillère en développement territorial à la MRC et,
- Matthieu Clotteau, agronome ID Territoires.

Madame Alexandra Guimont agr., conseillère en développement régional – MRC de Montmagny, L'Islet et les Appalaches au MAPAQ participait également au comité de travail

Atelier 1 : État de situation de l'offre et de la demande sur le territoire de la MRC

Ce premier atelier a permis de dresser un état de situation partagé sur la situation de la demande pour les produits locaux et en émergence sur le territoire de la MRC. Il a été constaté que les opportunités sont moins présentes que dans d'autres régions adjacentes. Malgré tout, il est apparu aux participants qu'un espace de croissance était présent sur le territoire et qu'il apparaissait importants dans un premier temps de chercher à l'exploiter à son plein potentiel. Pour ce faire, il convenait de travailler sur les segments de marché les plus porteurs.

Atelier 2 et 3 : Réflexion sur des éléments de stratégies par clientèles cibles

Au cours des deuxièmes et troisièmes ateliers, un travail de caractérisation des différentes clientèles-types a été effectué. Il a entre autres été question des attentes spécifiques de ces groupes de consommateurs, leurs besoins en termes d'offres, leur comportement vis-à-vis du prix des produits, des critères de qualité, services commerciaux, etc. À cette réflexion de caractérisation, c'est ajoutée l'identification de stratégies possibles pour rejoindre ces groupes-cibles et s'assurer de répondre à leur besoin. Enfin, le positionnement à adopter pour répondre à ces différentes demandes a été abordé. Les participants ont été invités à se positionner sur l'intérêt ou non de développer des stratégies collectives, groupées.

Atelier 4 : Échanges sur une proposition initiale de stratégie

Le dernier atelier a permis, sur l'ensemble des propositions énoncées de dégager une stratégie régionale concertée. Les participants ont perçu ces ateliers comme une intéressante initiative de concertation et de mobilisation des acteurs. Dans l'ensemble, ils ont estimé qu'il serait pertinent que ces ateliers constituent le point de départ d'une action collective de soutien à la mise en marché des produits régionaux dans la MRC.

Tout comme pour le premier chantier, une fois les ateliers terminés, différentes rencontres avec des partenaires se sont tenues pour présenter la stratégie, l'étoffer et la valider.

4.4. CHANTIER 3 : COMITÉ DE TRAVAIL SUR LE CENTRE

DE TRANSFORMATION AGROALIMENTAIRE

Le Comité de développement agroalimentaire des Appalaches (CDA) étant l'organisme promoteur du centre de transformation agroalimentaire, il a mené un chantier qui visait à se doter d'un plan de relance.

Le Comité de Développement Agroalimentaire des Appalaches (CDA) est un organisme à but non lucratif, incorporé depuis juin 2016, reconnu comme une entreprise en économie sociale. Né d'une volonté de la MRC des Appalaches de stimuler le développement du secteur bioalimentaire et de soutenir les acteurs de l'industrie sur le territoire de la MRC et les alentours. C'est dans le cadre de cette mission que le CDA a initié le projet de doter la région de Chaudière-Appalaches d'un centre de transformation alimentaire.

L'ouverture du centre de transformation alimentaire, en 2023, pour répondre aux besoins de sa clientèle n'a pas connu le succès anticipé. Les services actuellement offerts sont :

- Mise en marché de nouveaux produits alimentaires ;
- Formations spécialisées (boucherie, cuisine santé, hygiène et salubrité) ;
- Location d'espaces de production et d'entreposage (installations C1) ;
- Accompagnement en développement de produits alimentaires ;
- Service de sous-traitance.

Après une année de fonctionnement et le départ du directeur, le CDAA a constaté que son modèle d'affaires ne tenait plus la route et ne répondait plus aux besoins identifiés à la suite de l'étude de marché qui avait donné naissance au projet. Plusieurs facteurs ont mené à ce constat : la hausse des coûts de construction de l'infrastructure, l'offre de programmes de financement pour l'aménagement de cuisines directement chez les producteurs et les conditions de financement imposées par le principal bailleur de fonds.

Ainsi, le CDAA et la Société de développement économique de la région de Thetford (SDE) et la MRC ont entrepris de réaliser un plan de relance.

- La MRC a procédé à l'embauche d'une ressource spécialisée en sciences de la transformation des aliments et en gestion stratégique de projets pour mener la démarche du plan de relance;
- Dans le cadre de la démarche plusieurs intervenants ont été consulté : le CDBQ, Mycélium etc
- Des entrevues ont été mené auprès de plusieurs organisations offrant des services de transformations. Plus spécifiquement la Manufacture à Ste-Agathe-des-Monts a été mise à profit en partageant des informations sur son mode de fonctionnement et son plan d'affaires. Une visite de leur part a permis d'inspirer le CDAA et la MRC/SDE afin de constituer les bases du plan de relance;
- Une liste des opportunités avec les transformateurs et partenaires potentiels a été élaborée;
- L'ensemble du projet a été questionné à travers les travaux menés. Les étapes suivantes ont été réalisées afin de définir le plan de relance :
 - Un comparatif des services concurrents;
 - Des entrevues avec les producteurs et les transformateurs afin d'évaluer leurs besoins et leur intérêt;
 - Un plan de réaffectation des usages dans les locaux du centre;
 - Une réévaluation des coûts des services;
 - Une analyse stratégique du marché;
 - L'établissement des besoins financiers associés à la relance et les prévisions financières.
- L'approbation et la mise en œuvre du plan de relance sont attendues dans un futur proche.

4.5. APPROCHE POUR LES AUTRES PRIORITÉS

Le soutien aux services conseils

Le réseau AgriConseils de Chaudière-Appalaches a identifié la MRC des Appalaches comme territoire où les activités de services-conseils sont les moins actives dans l'ensemble de la région. Des actions spécifiques sont donc envisagées par ce réseau pour faire valoir l'offre de services disponible. Par ailleurs, il a été pris en compte que les jeunes entrepreneurs et les possibles cédants constituaient les personnes qui pouvaient bénéficier le plus d'une offre de services-conseils. C'est pourquoi, il a été jugé pertinent d'associer la direction du réseau AgriConseils au premier chantier de réflexion afin que tout au long du processus des liens puissent se faire entre la stratégie de soutien à la relève agricole et la dynamisation des filières conventionnelles et l'offre de service conseil présente dans la région.

Le soutien à l'habitat en milieu rural

Au cours du processus d'élaboration du PDZA, il a été tenté de mieux connaître les citoyens qui ont pu bénéficier de la permission de construire en zone agricole (article 59). Les efforts ont été vains, car le taux de réponses aux demandes d'information a été jugé trop faible. Néanmoins, il est indéniable que des résultats intéressants en termes de dynamisme pour le développement de l'habitat sont observables.

Tout comme pour le soutien aux services-conseils, il a été jugé préférable de ne pas disperser les efforts et de concentrer les actions sur quelques axes stratégiques. Encore, une fois, il est apparu clair que se sont principalement de possibles relèves agricoles qui pourront avoir le plus d'intérêt à bénéficier de ces permissions spécifiques. Il a donc été pris en compte que dans la stratégie axée vers la relève agricole, les opportunités offertes par l'article 59 seront mises en valeur mises en valeur.

Rechercher l'atteinte de la sécurité alimentaire

En 2024, la MRC des Appalaches, en collaboration avec la Table de développement des communautés des Appalaches a élaboré et mis en œuvre une démarche visant à élaborer un plan d'action pour favoriser l'atteinte de la sécurité alimentaire. Les résultats obtenus sont encore récents et d'actualité. Par ailleurs, la MRC des Appalaches a intégré les principales orientations proposées à sa planification stratégique 2025-2029. Il est apparu cohérent de respecter les orientations qui ont été énoncées dans ces documents.

Assurer la préservation de l'environnement et l'adaptation aux changements climatiques

Il a été établi dans l'état de situation que le secteur agricole de la MRC n'avait pas le caractère problématique que l'on peut connaître dans d'autres régions et qu'en définitive, le secteur contribue à la qualité des paysages du territoire. Par ailleurs, il existe déjà un groupe conseil en agroenvironnement actif sur le territoire. Enfin, les producteurs doivent se conformer à toute une série de directives provenant du ministère de l'Environnement.

En revanche, les enjeux d'adaptation aux changements climatiques sont bien présents. Plusieurs initiatives, comme le programme Agriclimat, soutiennent le monde agricole dans le nécessaire processus d'adaptation.

Pour ce présent PDZA, il est apparu qu'il était plus pertinent de contribuer aux efforts et action en cours à l'échelle provinciale et régionale que de chercher à faire cavalier seul sur ces enjeux. C'est pourquoi, les principales démarches et actions en cours ont été de répertoriées et la stratégie d'adaptation aux changements climatiques du présent PDZA va s'aligner sur ces différentes actions.

5.1. LES ORIENTATIONS

POUR RAPPEL CONCERNANT LES LEÇONS APPRISES, ON CONSTATAIT LES ÉLÉMENTS SUIVANTS :

- Difficultés à accomplir l'ensemble des actions identifiées;
- Difficultés à identifier les retombées et impacts souhaités;
- Une somme colossale d'énergie a été consacrée afin de mettre en place des stratégies nécessitant d'importantes infrastructures qui exigeaient de lourdes capitalisations.

Dans un futur PDZA, il conviendra de s'assurer de quantifier les efforts à consentir, les ressources disponibles en fonction des résultats potentiels.

En fonction des apprentissages du premier PDZA, différentes orientations sont prises pour l'élaboration de la mise à jour du PDZA.

ORIENTATION 1

Les initiatives qui seront mises en œuvre impliqueront peu d'investissements en infrastructure, les efforts financiers seront principalement axés sur l'appui en ressources humaines.

ORIENTATION 2

Le nombre d'actions proposées sera réduit, en revanche les actions proposées seront plus détaillées et les résultats attendus seront identifiés de manière plus précise.

ORIENTATION 3

La durée du plan d'action sera plus courte, soit d'une durée de 3 ans et le moment de renouvellement sera identifié de manière précise.

5.2. LES STRATÉGIES DÉVELOPPÉES

Lors de l'étape préalable d'élaboration de l'état de situation, il a été possible d'identifier 8 enjeux à adresser. Les consultations et les chantiers de travail ont permis de préciser 5 axes d'actions pour lesquels des stratégies ont pu être élaborées. Si chacune des stratégies a été construite pour répondre à un enjeu spécifique, leur mise en œuvre permettra de façon transversale d'apporter des réponses à chacun des enjeux identifiés :

Tableau 21 : Niveau de réponse des axes mis en place face aux enjeux identifiés

Les enjeux	Les axes d'action				
	Développement d'un parcours d'incubation agroalimentaire	Développement d'une stratégie de soutien à la commercialisation	Développement d'une stratégie de soutien à la transformation des produits	Accompagnement de la stratégie de sécurité alimentaire	Actions pour valoriser et conserver la qualité de l'environnement et faciliter l'adaptation aux changements climatiques
Relève et dynamisation des exploitations agricoles	xxx	x	x		
Soutien aux entreprises en émergences	x	xxx	xx		
Soutien aux services-conseils	xx	xx	x		
Soutien à l'habitat en milieu rural	xx				
Soutien à la transformation agroalimentaire			xxx		
Soutien à la commercialisation des productions en émergences		xxx			
Renforcement de la sécurité alimentaire				xxx	
Environnement et adaptation aux changements climatiques					xxx

LÉGENDE, NIVEAU DE RÉPONSE :

- Élevé : xxx
- Important : xx
- Moyen : x

5.3. AXE 1 – DÉVELOPPEMENT D'UN PARCOURS D'INCUBATION NOVA TERRA

Les membres du groupe de travail ont pu élaborer une proposition concernant un « parcours d'incubation agroalimentaire pour la MRC ». Celui-ci a, par la suite, été bonifié par différents intervenants. Les sections suivantes présentent cette stratégie.

5.3.1. MISSION ET OBJECTIFS

MISSION/VISION DU PARCOURS D'INCUBATION

Les repreneurs ou les cédants de tous types d'entreprises agricoles présentes ou en devenir sur le territoire agricole de la MRC sont accompagnées tout au long de leur processus afin d'encourager la relève et de soutenir le dynamisme du secteur agricole. Les filières qui constituent les forces du territoire telles que les filières acéricoles ou bovines (laitière ou de boucherie) seront valorisées.

LES OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LE PARCOURS D'INCUBATION ET LES RÉSULTATS ATTENDUS

1. Le nombre de nouveaux entrepreneurs s'installant sur le territoire de la MRC est en augmentation

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, entre 9 et 12 candidats sont intégrés au programme du parcours d'incubation et bénéficient des services du parcours

2. La MRC des Appalaches est reconnue comme un territoire qui offre un environnement favorable aux entrepreneurs agricoles

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, au moins 10 activités permettant de présenter les opportunités de la MRC et les parcours d'incubation sont élaborées et dispensées chaque année :

- 3 activités auprès de clientèles cibles à l'extérieur de la MRC
- 3 activités auprès de clientèles cibles à l'intérieur de la MRC
- 1 activité auprès de potentiels cédants

3. Une structure pour accompagner les nouveaux entrepreneurs agricoles sur le territoire est développée et en activité

Résultats/cibles attendus :

D'ici un an :

- Le cadre financier permettant de soutenir le parcours d'incubation est développé
- Les ressources humaines permettant d'administrer le parcours d'incubation et d'assurer la mise en œuvre des activités sont réunies.
- Les partenariats avec les différentes structures de soutien sont établis (Agriconseil, institution d'enseignement, etc.).
- Un premier inventaire des opportunités d'installation présentes dans la MRC est disponible.

5.3.2. RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

Le parcours d'incubation va consister à offrir du soutien à l'installation en milieu agricole dans la MRC des Appalaches. Il sera conçu pour accompagner les cédants et les repreneurs à travers les trois grandes étapes du processus soit :

1. PRISE DE CONTACT

i. Recruter des repreneurs, entrepreneurs qui pourront être intéressés à développer un projet d'entreprises agricoles sur le territoire;

1. En mettant en valeur les opportunités, les forces et opportunités des diverses filières de production présentes sur le territoire notamment la filière acéricole.
2. Actions de promotion qui pourront être effectuées autant sur le territoire de la MRC (écoles, etc.) qu'à l'extérieur (Cégeps, autres).

ii. Inventorier, catégoriser et mettre à jour les opportunités d'installation présentes dans la MRC;

2. ACCOMPAGNEMENT

i. Assurer une mise en contact entre les candidats et les cédants éventuels;

ii. Assurer un soutien-conseil/mentorat auprès des repreneurs, entrepreneurs potentiels ainsi que les cédants;

3. SOUTIEN AUX PROJETS

i. Orienter les candidats et cédants dans la toile des services et des aides financières aux entreprises agricoles;

ii. Faciliter l'obtention d'emploi secondaire pour les repreneurs et entrepreneurs potentiels;

iii. Structurer et animer un réseau d'échange entre les candidats, cédants et partenaires du milieu.

D'autres actions de soutien aux projets ont été envisagées au cours des réflexions menant au PDZA : création d'un motel agricole, d'une fiducie, d'un fonds de soutien, etc. Il a été estimé que, dans un premier temps, la mise en place du parcours d'incubation apparaissait prioritaire. Toutefois, il est entendu que toutes initiatives provenant de partenaires du milieu pour apporter une forme de soutien de nature matériel ou financier seront considérées avec intérêt et que les possibilités de partenariat seront envisagées.

GROUPES CIBLES

Deux groupes cibles sont identifiés :

Les repreneurs ou entrepreneurs

- ✓ Toute personne qui possède un réel désir de s'installer sur le territoire de la MRC
- ✓ Il sera possible de moduler l'appui à l'entrepreneur en fonction de ses capacités (expériences, formation) et du niveau de développement de son projet

Les cédants ou propriétaires de terres

- ✓ Tout propriétaire de terres agricoles qui souhaite que ses terres soient mises en valeur par l'agriculture
- ✓ Ces cédants peuvent souhaiter transférer leur entreprise ou toute autre formule permettant l'installation d'une exploitation agricole.

Les entreprises en démarrage

- ✓ Toute personne aspirant à un projet de démarrage agricole et dont le projet enrichit la diversité des produits et favorise l'occupation du territoire.

5.3.3. LES SERVICES DU PARCOURS D'INCUBATION NOVA TERRA

ÉTAPE 1 : PRISE DE CONTACT

Autant pour la relève que pour les cédants, le potentiel, le dynamisme de la région doit être démontré ainsi que l'intérêt des intervenants envers la présence d'une relève dynamique ainsi que le souci d'appuyer les cédants dans leur processus de transfert d'entreprises ou d'actifs.

Pour les repreneurs ou entrepreneurs

- ✓ Les repreneurs ou entrepreneurs sont en faible nombre tant dans la région qu'au Québec. Il convient d'adopter des mesures pour s'assurer de les rejoindre et idéalement les attirer ou les retenir dans la région. Des actions de recrutement auront donc lieu en partenariat avec des organisations clés (Institutions d'enseignement, TACA, etc.).
- ✓ Il sera important d'assurer une concertation régionale. En effet, l'ensemble des MRC de la région et bon nombre de territoires au Québec sont aux aussi à pied d'œuvre pour recruter de possibles repreneurs. La présence de différentes MRC, intervenants dans les écoles ou autres dans des espaces temps rapprochés pourra créer de la confusion auprès de possibles repreneurs.
- Pour les cédants
- ✓ Un nombre important d'entrepreneurs agricoles vont bientôt entamer un processus de retraite. Parmi eux, plusieurs n'ont pas identifié de relève. Un risque important existe que des entreprises cessent leurs activités. Encore une fois, il convient d'adopter des mesures pour s'assurer de rejoindre ces futurs cédants et idéalement les accompagner afin de permettre le maintien d'activités agricoles sur le territoire.

Les services du parcours d'incubation

- ✓ Un service de promotion sera développé et mis en œuvre;
- ✓ De même un recensement des opportunités de transferts d'entreprises ou d'actifs de la part de cédants sera élaboré et sa mise à jour continue sera assurée. Ce travail pourra se faire en concertation avec le syndicat de l'UPA des Appalaches.

LIEN AVEC L'ARTICLE 59 :

La possibilité de construction en zone agricole fera partie intégrante de la promotion du parcours d'incubation. Ainsi, en même temps que les possibilités de reprise d'exploitation agricole, d'installation pour de nouvelles activités, il sera fait mention des opportunités d'agriculture à temps partiel présente grâce à la présence de l'article 59.



ÉTAPE 2: ACCOMPAGNEMENTS ET SOUTIEN

Une fois les repreneurs et les cédants identifiés, ceux-ci doivent passer au travers d'un processus long et complexe afin qu'ils puissent réussir avec succès la reprise ou encore le démarrage d'une entreprise.

Pour les repreneurs ou entrepreneurs

- ✓ À chacune des étapes de ce processus, les repreneurs ou entrepreneurs devront développer et mettre en œuvre différentes stratégies, acquérir différentes compétences et savoir-faire.
- ✓ Pour ce faire, ils devront obtenir différents soutiens qui pourront provenir de formateurs, conseillers, mentors.

Pour les cédants

- ✓ Les cédants doivent eux aussi faire face à une situation qu'il leur est difficile d'anticiper. Ils doivent pouvoir bénéficier de soutien pour s'assurer qu'un processus de transfert se réalise de façon harmonieuse.

Un nombre important d'organisations et de services existent pour conseiller, former, accompagner autant les repreneurs, les entrepreneurs que les cédants. En revanche, il est difficile pour ceux-ci de s'y retrouver dans l'ensemble des services offerts spécialisés en agricole (Agri-réseau, etc.) ou en développement local et économique (SDE, etc.), et même de savoir quels services ou structures pourront apporter le soutien le plus pertinent pour leur cas précis.

Par ailleurs, il sera utile que, tant les repreneurs que les cédants, bénéficient d'un cadre de travail qui leur permettra d'échanger, de confronter leurs idées avec différents partenaires et intervenants et d'être au fait des opportunités présentes dans la région. Ce cadre de travail, s'il est développé dans une dynamique de groupe, facilitera la cohésion et le renforcement de liens d'appartenance à la région.

Il est vrai que des services ponctuels peuvent être offerts aux repreneurs, de même que des rencontres ponctuelles avec un groupe de soutien. En revanche, le processus de démarrage d'une entreprise ou encore d'intégration à une entreprise existante se situe dans un temps long (plusieurs mois, voire plusieurs années). Une des conditions gagnantes de parcours d'incubation sera d'assurer un suivi auprès des repreneurs et des cédants sur des périodes assez longues. En effet, des besoins importants seront présents en termes de planification des activités, d'élaboration de stratégies de financement, d'appui en gestion sur une longue période, etc.

Les services du parcours d'incubation

- ✓ Un/une professionnel/le ayant une bonne connaissance du monde agricole analysera, en complémentarité avec les partenaires, avec les repreneurs leur situation et pourra les guider vers les ressources les plus pertinentes en fonction de leur cheminement.
- ✓ Cette ressource qualifiée aura des compétences en développement d'entreprise ce qui lui permettra d'assurer un suivi continu auprès des repreneurs et entrepreneurs au cours du processus de reprise ou de mise en place du projet d'entreprise.
- ✓ Un groupe de soutien sera formé dans la MRC qui se réunira de façon périodique afin d'échanger avec les repreneurs et possiblement les cédants (possiblement le CDAA).
- ✓ Lors de ces rencontres, différents thèmes pourront être traités (financement des entreprises, élaboration de plans d'affaires, etc.). Ces rencontres seront l'occasion d'échanger de l'information ainsi que de permettre aux repreneurs de présenter leurs projets ou encore faire parts de leurs difficultés auprès d'intervenants aux parcours et compétences variées (agriculteurs d'expérience, conseillers techniques, financiers, etc.)
- ✓ En plus de cette tâche d'accompagnement et de suivi, le/la professionnel/le pourra assurer la coordination et l'animation du groupe de soutien et assurer la promotion du service auprès des potentiels repreneurs, entrepreneurs

ÉTAPE 3 : SOUTENIR, ACCOMPAGNER LES PROJETS D'ENTREPRISE

Les difficultés pour financer les actifs nécessaires à l'établissement d'une entreprise agricole sont bien connues. Différentes stratégies peuvent être adoptées pour réduire la charge financière: la formule vendeur-prêteur, le rachat par un organisme tiers tel que des fiducies foncières, le développement de motel agricole, etc. Les repreneurs doivent être informés de ces différentes options.

Par ailleurs, pour plusieurs raisons (Ex : projet d'entreprise en cours de maturation, délais entre la réalisation des investissements et l'augmentation de la productivité des actifs (terres, cheptel, etc.), capacités d'investissements modérés, choix de vie, etc., il est fort possible que les repreneurs et les entrepreneurs aient à combler une partie de leurs coûts de vie par l'entremise d'un emploi à l'extérieur de l'entreprise agricole.

Il est aussi possible que ce premier emploi constitue une expérience de travail pertinente pour permettre d'orienter un futur projet d'entreprise.

Les services du parcours d'incubation

- ✓ Un/une professionnel/le ayant une bonne connaissance du monde agricole ainsi que des compétences en développement d'entreprise assurera un suivi continu auprès des repreneurs et entrepreneurs au cours du processus de reprise ou de mise en place du projet d'entreprise. Cette ressource pourra faire connaître aux repreneurs et cédants les outils financiers qui seront mis à leurs dispositions.
- ✓ En plus des services de soutien au développement de l'entreprise. Il sera possible de faciliter l'obtention d'un emploi secondaire pour les repreneurs. Pour ce faire, des maillages voire des sensibilisations pourront être réalisées auprès des employeurs potentiels provenant du secteur agricole ainsi que du secteur manufacturier et autres.

LIEN AVEC L'ARTICLE 59 :

Là encore, les possibilités d'installation en zone agricole pour des familles valorisant un projet de vie rurale où l'agriculture à temps partiel et de proximité occupe une place prépondérante seront particulièrement prises en considération.

5.3.4. GESTION DES ACTIFS ACTUELLEMENT MOBILISÉS PAR L'INCUBATEUR

Les actifs actuellement mobilisés pour assurer le fonctionnement de l'incubateur Nova Terra (parcelles en location et immobilisées, bâtiments de services, serres, équipements) pourront être reconvertis pour constituer éventuellement un motel agricole, une FUSA ou autre.

- ✓ Une étude pourra être conduite pour valider la pertinence et la faisabilité de ces options;
- ✓ Une collaboration spécifique sera à établir avec la municipalité d'Adstock qui identifie le secteur Sacré-Cœur-de-Marie comme pôle agroalimentaire;
- ✓ Cette étude devra pouvoir identifier quelle structure pourra assumer le rôle de promoteur et en assumer la gouvernance.

5.3.5. MODE DE LIVRAISON DES SERVICES

L'accompagnement et les services offerts aux candidats (repreneurs/entrepreneurs) et aux cédants dans le cadre du parcours d'incubation pourront être modulés et intégrés pour répondre aux défis spécifiques de l'établissement et du transfert en milieu rural. Dans ce parcours, pourront être définis :

DES SERVICES INDIVIDUELS

- ✓ Une banque d'heures auprès de services spécialisés
- ✓ Un/e conseiller/ère en démarrage d'entreprise agricole qui soutient l'élaboration des plans d'affaires, le démarchage auprès des ressources et services de soutien, ainsi que le maillage auprès des cédants pour une période d'un an renouvelable jusqu'à 5 fois.

DES SERVICES DE GROUPE

- ✓ Promotion, recrutement des candidats
- ✓ Activités de présentation des incubés
- ✓ Activités de présentation et d'échanges sur les plans d'affaires
- ✓ 5 à 7 de réseautage
- ✓ Ateliers-conférence de ressources spécialisées, producteurs agricoles d'expériences, etc.

De même, ces services pourront se matérialiser dans un calendrier de travail annuel qui pourra avoir la forme suivante :

Tableau 22 : Calendrier de travail

	Services de groupe	Services individuels
Été	Élaboration d'une offre de services	
Automne	Promotion dans les écoles et autres lieux Début des ateliers de concertation	
Hiver	Recrutement des candidats	
Printemps	Élaboration d'un calendrier d'ateliers de concertation	
Été	Sensibilisation auprès d'employeurs potentiels	Élaboration de plans d'action personnalisés
Automne	Début des ateliers de concertation	Maillage avec les cédants et employeurs Début des activités de formation
Hiver		
Printemps	Fin des ateliers de concertation	Suivi des plans d'action individuels
Été		

5.4.1. MISSION ET OBJECTIFS

MISSION/VISION DE LA STRATÉGIE DE SOUTIEN À LA COMMERCIALISATION

Les entrepreneurs de petites exploitations agricoles dans les secteurs en émergence et de proximité bénéficient d'une structure de soutien à leur activités commerciales au niveau local. Ces entrepreneurs sont parties prenantes de ce cadre de soutien.

LES OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

1. Une majorité de producteurs et transformateurs sont intégrés dans un cadre de concertation formelle permettant de soutenir leurs activités de commercialisation, soit par l'appui-conseil individuel ou encore par le soutien au développement d'outils, des stratégies collectives de commercialisation.

Résultats/cibles attendus :

D'ici un an, un regroupement de producteur et transformateurs de marchés de proximité est formé et s'assure de la mise en œuvre de la stratégie de commercialisation pour les producteurs locaux

2. Une stratégie de promotion et commercialisation agrotouristique a été mise en œuvre qui a permis une augmentation de l'achalandage des kiosques à la ferme, au moins de façon ponctuelle.

Résultats/cibles attendus :

D'ici un an, au moins une activité de promotion est développée et mis en œuvre permettant l'augmentation de l'achalandage aux kiosques à la ferme.

D'ici trois ans, une stratégie comprenant un calendrier d'activités annuelles est développée et sa mise en œuvre est assurée.

3. Pour chacun des quatre segments des marchés identifiés, des tests de marchés ont été effectués et analysés.

Résultats/cibles attendus :

D'ici deux ans, des rapports d'évaluation des tests sont disponibles

4. Pour chacun des segments de marchés identifiés, une stratégie de commercialisation est clairement établie dès la troisième année et sa mise en œuvre est entamée.

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois an, quatre plans d'action spécifiques sont élaborés, diffusées et leurs plan de mise en œuvre sont clairement identifiée.

5. Des services-conseils et formation sont disponibles auprès des producteurs et transformateurs de produits de proximité

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, au moins trois activités de formation et de soutien-conseil en commercialisation sont organisées sur le territoire.

Profil de compétences de l'équipe du parcours d'incubation

Le profil de l'équipe ne se limite pas à l'expertise agricole, mais exige un mélange de compétences relationnelles, de gestion et de développement. Ce profil est essentiel pour assurer la cohérence et la continuité du parcours d'incubation et les domaines de compétences se détaillent comme suit :

- ✓ Habiléités relationnelles auprès de publics variés (jeunes entrepreneurs, agriculteurs en fin de carrière, experts techniques, etc.) ;
- ✓ Capacités en communication pour faire connaître l'incubateur et faciliter le recrutement;
- ✓ Habiléités en gestion de projet ;
- ✓ Compétences en gestion administrative et financière des entreprises agricoles et notamment dans les processus de démarrage;
- ✓ Compétences en développement de programmes, d'initiatives de développement pour créer un environnement favorable au développement d'entreprises agroalimentaires.

5.4.2. RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

LA STRATÉGIE SE DÉCLINE EN TROIS DIMENSIONS :

1. Développer et mettre en œuvre une stratégie de promotion/sensibilisation collective des produits de la région
2. Développer une offre groupée de commercialisation auprès des segments de clientèles ciblés
3. Développer une dynamique régionale de concertation et de développement de la commercialisation

5.4. AXE 2 - DÉVELOPPEMENT D'UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

POUR LES PRODUCTEURS LOCAUX

Tout comme pour le parcours d'incubation, la stratégie présentée ici découle des propositions du comité de travail portant sur le soutien aux entreprises en émergence, ainsi que des bonifications émanant des rencontres complémentaires.

5.4.3. LES ACTIONS EN LIEN AVEC LA STRATÉGIE

L'enjeu de la commercialisation des produits agricoles n'a pas fait l'objet d'une priorité importante lors du précédent PDZA. Ainsi, moins d'efforts ont été consacrés régionalement et collectivement concernant la commercialisation des produits régionaux. En conséquence, peu d'expériences et de connaissances collectives peuvent être mises en valeur. En revanche, la taille des entreprises, les exigences de marchés et d'autres facteurs conduisent à des actions communes en termes de commercialisation des produits

Les paramètres à prendre en compte

Étant donné le niveau actuel d'implication collectif et les réalités propres aux entreprises, quelques paramètres sont à prendre en compte :

- Débuter les actions en se concentrant sur le développement d'une dynamique collective;
- Dans une première phase, concentrer les efforts collectifs sur les marchés locaux;
- Prendre en compte la faible disponibilité des producteurs et transformateurs;
- S'assurer de maintenir un équilibre adéquat entre les efforts collectifs consentis et les retombées pour chaque entreprise.
- Une première étape de développement des compétences et connaissances collectives des marchés doit être mise en œuvre avant de pouvoir proposer une stratégie plus élaborée.

Dimension 1: Promotion/sensibilisation

Dans un premier temps il convient de diriger la promotion sur les kiosques actuellement en activités (kiosque à la ferme, autocueillette, etc.). Pour ce faire, il sera mis en place une stratégie de type: circuit agrotouristique. Un circuit pourra être élaboré et les outils de communications qui y seront reliés et plus précisément, des événements régionaux de promotion/sensibilisation seront développés. Il pourra s'agir de balades gourmandes auprès de clientèles plus âgées, de sorties scolaires ou familiales dans les fermes locales, etc. Il sera aussi souhaitable d'associer une dimension agroalimentaire locale aux différents événements socioculturels présents dans la MRC.

Dans un même temps, une stratégie de fidélisation des consommateurs par des partenariats avec les entreprises locales (cartes de fidélité prépayées, etc.) sera développée.

Dans un deuxième temps, des stratégies spécifiques de promotion seront élaborées pour chacun des groupes de clientèles cibles, soit les jeunes retraités, les familles, les femmes (35-65 ans) et la clientèle de villégiature.

Parmi les paramètres à prendre en compte, pour les jeunes retraités, il sera possible d'identifier les maillages à faire avec les activités récréatives, les groupes de loisirs (cultures, sports, etc.), les associations présentes sur le territoire. Pour les familles, des efforts pourront être faits en début d'année scolaire pour fidéliser les familles, des liens pourront être faits dans le cadre des activités parascolaires. En encore pour la villégiature, il sera important de s'appuyer sur les partenaires locaux (campings, parcs, marina, etc.)

Dimension 2 : La distribution

Auprès de chacun des groupes cibles identifiés, des tests de marché, des essais de points de vente groupés de manière ponctuelles seront effectués.

- Ainsi pour les jeunes retraités et retraités actifs: de la même manière que pour la promotion, des maillages pourront être envisagés avec différents partenaires pour valider l'intérêt de valoriser voire développer un/des points de distribution spécifique (visite à la ferme, marché public, vente en ligne, autres).
 - Spécifiquement pour les familles, il sera pertinent de valider l'opportunité de réaliser des tests de points de vente en début d'année scolaire dans des sites à proximité des milieux de vie (écoles, lieux de travail, etc.)
 - Concernant la clientèle de villégiature, l'opportunité de développer des points de vente ponctuels groupés lors de journées d'animation, en partenariat avec des campings et autres partenaires devra être évaluée. Spécifiquement pour cette clientèle, des stratégies de types Food truck, activités festives, etc. pourront être expérimentées.
- Une fois les premières séries de tests réalisées, en fonction des résultats obtenus, des stratégies spécifiques pour chacun des quatre segments de clientèles pourront être élaborées de manière plus précise et potentiellement intégrées dans un prochain PDZA.

Dimension 3 : Dynamique régionale

Pour cette stratégie de soutien à la commercialisation, il sera essentiel que les actions se réalisent de manière concertée avec les producteurs et transformateurs locaux. Il sera aussi essentiel de s'assurer d'une implication effective des entrepreneurs, participation aux activités, co-financement minimal, co-construction des activités, etc. Ceci permettra de s'assurer que les actions proposées soient en lien réel avec leurs besoins et leurs capacités et qu'ils s'approprient la démarche, autant dans ces succès que ces défis. Pour ce faire :

- Un comité de soutien à la mise en marché simple pourra être mis en place pour les producteurs et transformateurs qui permettra de développer des outils et des stratégies collectives de commercialisation.
- Ce cadre constituera, dans un même temps, un moyen d'accumuler une expérience et une compétence régionale.

En plus de cette action collective, des renforcements pourront être faits auprès des différents promoteurs par le moyen de formation ou de soutien-conseil.

5.4.4. MODE D'IMPLANTATION DE LA STRATÉGIE

Mise en place d'un comité de soutien à la mise en marché

Dans un premier temps, un comité de travail formé de producteurs impliqués en mise en marché de proximité sera formé. À cet égard, les participants au chantier de travail ont largement exprimé leur intérêt à poursuivre la démarche engagée. Avec le soutien de la MRC, ce groupe de travail sera chargé d'élaborer un plan de mise en œuvre annuel comprenant un calendrier de travail indiquant les événements promotionnels à mettre en œuvre, les événements commerciaux à développer, ainsi que des activités de formation.

Ce groupe, toujours avec le soutien de la MRC, aura la responsabilité de solliciter le financement nécessaire pour l'élaboration et la mise en œuvre des différents tests de marchés et activités promotionnelles (auprès des partenaires gouvernementaux et des ressources provenant directement des producteurs). Il en sera de même pour la mise en œuvre de ce plan de travail.

Il sera important au sein de ce groupe d'assurer une concertation et une médiation entre les différents producteurs et transformateurs pour répartir les efforts et les retombés de manière équitable.

Type d'accompagnement de la MRC

Une ressource humaine spécialisée en commercialisation et marketing agroalimentaire assurera l'animation du comité. Cette ressource pourra elle-même assurer certaines des formations qui seront dispensées ou s'assurer de trouver les ressources nécessaires à leur réalisation. Idéalement, cette ressource pourra de manière sporadique assurer la mise en œuvre de certaines actions de commercialisation.

5.5. AXE 3 – DÉVELOPPEMENT D'UNE STRATÉGIE POUR STIMULER LA

TRANSFORMATION AGROALIMENTAIRE

Lors de la mise en œuvre du précédent PDZA, d'importants efforts ont été consacrés pour assurer le développement de Centre Agroalimentaire des Appalaches (CAA). Comme mentionné précédemment, actuellement un plan d'action (relance) est en cours de finalisation pour assurer la pérennisation des activités de ce centre. Si la stratégie de développement d'un centre de transformation agroalimentaire peut constituer un axe central pour stimuler le développement de la transformation agroalimentaire dans la MRC, d'autres actions peuvent aussi être envisagées. Les orientations générales et les objectifs spécifiques vont, eux, rester pertinent.

Orientation générale

Stimuler le développement du secteur bioalimentaire en soutenant et accompagnant les entreprises de l'industrie alimentaire dans la MRC des Appalaches et les alentours et faciliter le développement et la croissance d'entreprises en transformation alimentaire.

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, une stratégie d'accompagnement structurée est développée et mise en place dans la MRC pour soutenir les entreprises souhaitant développer la transformation bioalimentaire dans la MRC.

Objectifs spécifiques

1- Les orientations à prendre concernant le CAA sont identifiées.

Résultats/cibles attendus, d'ici un an :

- Une stratégie de relance du centre de transformation agroalimentaire de la MRC a été proposée.
- Les partenaires techniques et financiers ont pu se positionner concernant cette stratégie.
- Une décision finale concernant l'avenir du centre pour les 3 prochaines années a pu être rendue.

2- La stratégie générale permettant de soutenir le développement de la transformation agroalimentaire est clarifiée et sa mise en œuvre est débutée

Résultats/cibles attendus :
D'ici 18 mois, un plan d'action comprenant les principaux objectifs à atteindre, activités à mettre en place et résultats attendus est développé. Sa mise en œuvre est entamée.

5.5.1. RÉSUMÉ ET ACTIONS EN LIEN AVEC LA STRATÉGIE

Il est possible de brièvement présenter une idée générale du centre de transformation agroalimentaire des Appalaches (CAA). Le CAA répond à la pénurie d'infrastructures certifiées et aménagées dédiées à la transformation alimentaire en offrant la location de ses installations. Plus précisément, le CAA offre des :

- Espaces d'entreposage (sec, réfrigéré, congelé) ;
- Locaux de transformation générale et spécialisés (produits carnés, découpe de viande) ;
- Espaces de préparation ;
- Bureau collaboratif.

En permettant d'utiliser ses infrastructures et l'accès à de nombreux équipements mutualisés, le CAA supporte le développement des entreprises en soutenant leur démarrage tout en réduisant leurs coûts d'investissement et de conformité.

Cette proposition de départ, qui a mené à l'édition du centre doit être réévaluée à la lumière du nouveau contexte présent dans la MRC et de l'ensemble de la région. Pour ce faire, différentes propositions de fonctionnement du centre doivent être évaluées. Un nouveau plan d'affaires sera construit comprenant notamment un nouveau cadre financier. Ce nouveau plan d'affaires pourra être validé par les partenaires clés et les parties prenantes. La clientèle de ce centre, les utilisateurs et bénéficiaires seront aussi être clairement identifiée. Il sera pris soin dans cette démarche d'identifier d'autres options possibles advenant la possibilité que le projet du CAA soit mis de côté.

5.5.1.1. PARTENAIRES-CLÉS ET PARTIES PRENANTES

Partenaires financiers :

- Investissement Québec ;
- MRC des Appalaches ;
- Municipalités d'Adstock ;
- Desjardins/BDC.

Partenaires-clés :

- Créneaux d'excellence Aliments Santé et Acéricole et TACA (référencement, recrutement et projets collaboratifs) ;
- Réseaux d'affaires des Appalaches ;
- École d'entrepreneurship de Beauce ;
- Experts-partenaires (support technique) ;
- CDBQ ;
- CISSS Chaudière-Appalaches ;
- La Tablée des chefs.

Parties prenantes :

- Instances gouvernementales régissant les normes d'hygiène et salubrité (MAPAQ/ACIA) ;
- Commissions scolaires : programmes de transformation alimentaire et gestion d'entreprises.

5.5.1.2. LES SEGMENTS DE CLIENTÈLES

Transformateurs alimentaires :

- Entreprises en idéation et entrepreneurs dont les moyens financiers et connaissances techniques sont limités et à la recherche d'accompagnement et d'installations à prix modique (Espace de préparation) ;
- Entreprises en mise à l'échelle et en croissance cherchant à augmenter le volume de production tout en limitant les investissements d'immobilisations (Locaux de transformation court & long terme, Entreposage) ;
- Entreprises matures dont les prévisions de vente et/ou demandes excèdent leur capacité d'entreposage (Entreposage).

Producteurs :

- Entreprises avec des surplus de production destinés à la vente (Entreposage).

5.5.1.3. LES UTILISATEURS ET BÉNÉFICIAIRES

Résidents de la MRC :

- Partenaires institutionnels et détaillants ;
- Institutions d'éducation.

Bénéficiaires :

- Détailants et institutions qui souhaitent élargir l'offre à leur propre clientèle ;
- Résidents de la MRC qui bénéficient d'éventuels opportunités d'emploi dans le secteur agroalimentaire ;
- Étudiants dans des programmes de transformation alimentaire ;
- MRC et municipalité via la création d'entreprises sur le territoire et la création d'emplois.

5.6. AXE 4 - ACCOMPAGNEMENT DE

LA STRATÉGIE DE SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

L'enjeu de la sécurité alimentaire est clairement identifié sur le territoire de la MRC, par ailleurs plusieurs organismes sont actifs sur le terrain. Il apparaît essentiel de valoriser les actions de ces organismes. C'est pourquoi, la MRC souhaite se positionner comme acteur de soutien aux intervenants du milieu. Par ailleurs, dans un premier temps, la concertation entre les acteurs est essentielle afin d'apporter une réponse optimale à cet enjeu fondamentale.

Orientation générale

Favoriser la concertation entre les différents acteurs afin d'optimiser et améliorer la réponse aux besoins alimentaires de la population.

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, au moins 3 activités de concertation ont été initiées ou soutenues par la MRC.

Objectifs spécifiques

1- Favoriser l'élaboration d'un état de situation afin de répondre collectivement de façon optimale et concertée en matière de sécurité alimentaire.

Résultats/cibles attendus, d'ici un an :

D'ici trois ans, différentes fiches concernant l'évolution de l'état de situation concernant la sécurité alimentaire dans la MRC auront été produites.

2- Soutenir une démarche structurée permettant d'améliorer la réponse aux besoins en matière d'aide alimentaire.

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, la MRC aura contribué à l'élaboration d'une feuille de route pour soutenir le développement de la démarche.

Actions spécifiques

- Supporter la mise en place d'un continuum d'intervention local entre des différents acteurs pour agir sur l'ensemble des déterminants de la sécurité alimentaire;

- Encourager le développement des connaissances et compétences terrain concernant les défis pour rejoindre les personnes en situation d'insécurité alimentaire;

- Inciter les partenaires à développer une réponse concertée face à cet enjeu;

- Stimuler la mise en place de stratégies communes afin de garantir un approvisionnement suffisant en denrées aux organismes locaux.

Actions spécifiques

• Autant au niveau de la mise en place du parcours d'incubation que de la stratégie commerciale, il sera considéré que les entrepreneurs accompagnés auront pris en compte l'impact des changements climatiques sur le développement des leurs activités et la nécessité de préserver l'environnement. Au besoin, ces entrepreneurs seront mis en relation avec les services-conseils adéquats pour leur permettre de développer un plan d'adaptation et d'atténuation spécifiques à leurs exploitations et de se conformer au Règlement sur les exploitations agricoles (REA)

• La MRC restera à l'écoute des différents partenaires du milieu, afin, dans la mesure du possible, de soutenir leurs initiatives d'adaptation, d'atténuation des changements climatiques voire de valorisation ou de préservation de l'environnement. Parmi ces initiatives, la MRC sera particulièrement sensible :

- ▶ Au respect du règlement sur les exploitations agricoles (REA) ;
- ▶ À la rationalisation de l'utilisation des pesticides pour réduire les risques pour la santé humaine et l'environnement ;
- ▶ À la protection de la qualité du sol et des eaux ;
- ▶ À la conservation et l'amélioration la biodiversité en milieu agricole ;
- ▶ À la promotion d'une gestion écologique des matières résiduelles agricoles ;
- ▶ Compostage des résidus organiques (déjections animales, déchets de récolte et de transformation) ;
- ▶ Réduction et récupération des plastiques agricoles ;
- ▶ À l'adoption de pratiques agricoles innovantes favorisant la séquestration du carbone (ex. agroforesterie, cultures de couverture).

5.7. AXE 5 – PRÉServation de l'environnement et

ADAPTATION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Concernant cet enjeu, étant donné les expertises et ressources déjà présentes et actives sur le terrain, la MRC assumera un rôle d'accompagnatrice des initiatives en cours et à venir. En fonction des besoins des organisations, la MRC pourra apporter un soutien à différentes propositions d'action. Néanmoins, différents objectifs et orientations viendront guider les futures actions de la MRC :

Orientation générale

Assurer une utilisation durable du territoire agricole en préservant l'environnement et les ressources naturelles associées à l'activité agricole.

Objectifs spécifiques

1- Accompagner les producteurs et productrices agricoles face aux enjeux liés aux changements climatiques tant sur le plan de l'adaptation que de l'atténuation.

Résultats/cibles attendus, d'ici un an :

D'ici trois ans, l'ensemble des agro-entrepreneurs ayant bénéficié d'un accompagnement de la MRC auront entamé des actions pour s'assurer d'adapter leurs entreprises aux changements climatiques en cours et afin d'atténuer l'empreinte écologique de leurs exploitations.

2- Préserver et mettre en valeur les paysages agricoles en conciliant l'activité agricole et la préservation des milieux naturels.

Résultats/cibles attendus :

D'ici trois ans, la MRC aura accompagné au moins trois actions de partenaires permettant de valoriser les paysages agricoles et la préservation des milieux naturels.

INTERVENANTS EXTERNES CONSULTÉS

Benoît Curé, coordonnateur de L'ARTERRE, CRAAQ
CRAAQ | Notre équipe

Catherine Bourgault, coordonnatrice pour le Germoir Parcours d'incubation
Incubateur – Table de concertation bioalimentaire – Bas-Saint-Laurent

Carl Robidoux agr., Conseiller développement agroalimentaire MRC de L'Érable
Agroalimentaire et forêt | Région de L'Érable

Marlène Lagacé, agente de développement agroalimentaire MRC Montmagny
Équipe - MRC de Montmagny

DOCUMENTS, SITES WEB CONSULTÉS (HORS DOCUMENT MRC)

Abattoir Cliche

Agriclimat – Adaptation agriculture & climat au Québec

AgriRÉCUP

Agrotourisme, saveurs et produits régionaux | Cantons-de-l'Est (Estrie)

Analyse du potentiel de marché pour les produits biologiques dans le Bas-Saint-Laurent, TCBBSL, mars 2023

Anne Weill, Ph.D., agronome, Jean Duval, M.Sc., agronome, Le maraîchage biologique diversifié : Guide de gestion globale, 2010 CRAAQ

Atelier Agricole, MRC Montmagny

Banque de données des statistiques officielles (Québec)

Boulangerie St-Méthode

COBARIC - COMITÉ DE BASSIN DE LA RIVIÈRE CHAUDIÈRE

COGESAF – Organisme de bassin versant

COPERNIC – Rivière, je boirai de ton eau.

Comment fonctionne une Fiducie d'utilité sociale agroécologique(FUSA)?

De Marcellis-Warin, N., Peignier, I., & Gleize, T. (2023). Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments -3e édition (2023RP-09, Rapports de projets, CIRANO.)

Entreprises ayant des produits certifiés, Portail Bio Québec, 2024.

Fiducie Agricole, UPA-Fondaction

Fonds d'Investissement pour la Relève Agricole

Goutez Lotbinière

Guide de rédaction d'un plan de commercialisation, MAPAQ (2023)

Jean-François Drouin, Investir en acériculture : comment bien évaluer la rentabilité?, Centre d'Études sur les Coûts de Production en Agriculture, dans le cadre des journées acéricoles 2023 du MAPAQ

La chèvre et le chou

La fiducie d'utilité sociale (FUS) est un véhicule juridique qui pourrait bien changer notre conception de la propriété.

La relève agricole féminine au Québec : Remuer ciel et terre portrait d'agricultrices, Le conseil du statut de la femme, Gouvernement du Québec, 2018.

Le gout de chez-nous

Les abonnements de paniers de légumes en baisse de 14 % - La Terre de chez nous

Les FUSA au Québec - Protec-Terre

Les incubateurs d'entreprises agricoles au Québec : Pour une approche concertée du développement. Institut de recherche en économie contemporaine (IREC), 2020.

Les modèles d'économie sociale en agriculture (CQCM, CRAAQ)

Les paniers bios forcés de se réinventer | Protégez-Vous.ca

Les paysages de la Chaudière-Appalaches : Vers la connaissance et la mise en valeur Rapport final Volume 1, Juillet 2013

MAPAQ - Statistiques économiques de l'industrie bioalimentaire

Marc-André Côté, Ariane Généreux-Tremblay, Diane Gilbert, Nancy Gélinas, Article publié dans la revue Forest Policy and Economics (2017) 78 :116-121 sous le titre « Comparing the profiles, objectives and behaviours of new and longstanding non-industrial private forest owners in Quebec, Canada »

Moyenne des degrés-jours base 0 du 1er avril au 31 octobre pour le Québec, agriculture et agroalimentaire Canada (en collaboration avec CRAAQ, Ouranos, Fonds vert Québec, ressources naturelles Canada)

Parcours de l'entrepreneur | Laval Économique

PDZA MRC : Bellechasse, L'Islet, Montmagny, Lotbinière, Beauce-Centre, Etchemins, Lévis

Plan d'agriculture durable 2020-2030 | Gouvernement du Québec

Portrait-diagnostic sectoriel de l'industrie acéricole du Québec (MAPAQ)

Portraits régionaux de l'agriculture | Gouvernement du Québec (MAPAQ)

Plan de développement de la zone agricole - Le processus de révision, MAPAQ

Plateforme bioalimentaire boréale Solidar (amélioration de l'offre alimentaire au Saguenay-lac-Saint-Jean en soutenant la relève agricole et en favorisant son établissement par les services d'incubateur agricole et de l'ARTERRE)

PROFIL RÉGIONAL de l'industrie bioalimentaire au Québec, estimations pour l'année 2023 (MAPAQ)

Programme Services-conseils (MAPAQ)

Recensement de l'agriculture (statistique Canada)

Repenser l'habitation pour la relève agricole : résultats de l'enquête sur les défis et les besoins (CISA)

Royer, A., Mundler, P., & Ruiz, J. (2023). L'évolution du secteur bioalimentaire sur les territoires du Québec. Identification des principales dynamiques et facteurs explicatifs (2023RP-14, Rapports de projets, CIRANO.)

Soutien majeur à la relève agricole - 100 M\$ pour les entreprises de la relève agricole Gouvernement du Québec

Statistique Canada, donnée de recensement

Stratégie 2025-2030 pour l'agriculture de proximité - Ouvrir l'horizon des possibles (MAPAQ)

Table de concertation agroalimentaire de Chaudière-Appalaches

Tout savoir sur les fiducies d'utilité sociale agroécologiques (FUSA) | Pomme de terre - Agri-Réseau | Calendrier

Tubulures, Environek

Une communauté de pratique autour des « motels agricoles » (CISA)

Vente aux institutions | guide des producteurs (CAPE)

DOCUMENTS, SITES WEB CONSULTÉS (HORS DOCUMENT MRC)

Bilan du PDZA Appalaches (document interne)

Demande à portée collective article 59, Dossier 373059 Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles, BILAN 2023-2024, Préparé par le service d'aménagement du territoire de la MRC

Différents documents de travail interne Centre Agroalimentaire de Appalaches

PDZA MRC Appalaches 2015-2023

Planification stratégique 2025-2029

Politique environnementale MRC Appalaches, adoptée 130 mai 2025

Politique développement économique de Adstock 2025-2030

Portrait en sécurité alimentaire dans la MRC des Appalaches, État de situation et perspectives pour l'action communautaire locale, Pair-services, juin 2024

Axes	Objectifs	Résultats, cibles, échéancier	Porteurs, collaborateurs potentiels
Axe 1- Développement d'un parcours d'incubation Nova Terra	O.G.- Accompagner les repreneurs et cédants de toutes les entreprises agricoles du territoire de la MRC tout au long de leur processus afin de soutenir le dynamisme du secteur agricole, tout en valorisant les filières stratégiques du territoire, notamment les filières acéricoles et bovines (laitière et de boucherie)		
	1.1- Augmenter le nombre de nouveaux entrepreneurs s'installant sur le territoire de la MRC	D'ici trois ans, entre 9 et 12 candidats sont intégrés au programme du parcours d'incubation et bénéficient des services du parcours	
	1.2- Renforcer la reconnaissance de la MRC des Appalaches comme un territoire offrant un environnement favorable au développement et à la réussite des entrepreneurs agricoles	D'ici trois ans, au moins 10 activités permettant de présenter les opportunités de la MRC et les parcours d'incubation sont élaborées et dispensées chaque année	Porteur MRC des Appalaches
		3 activités auprès de clientèles cibles à l'extérieur de la MRC	Collaborateurs Réseau agriconseil, SDE, UPA, institutions d'enseignement, CISA, Artere, TACA, Réseau Racines, MAPAQ, municipalités
		3 activités auprès de clientèles cibles à l'intérieur de la MRC	
		1 activité auprès de potentiels cédants	
		Le cadre financier permettant de soutenir le parcours d'incubation est développé	
		Les ressources humaines permettant d'administrer le parcours d'incubation et d'assurer la mise en œuvre des activités sont réunies.	
		Les partenariats avec les différentes structures de soutien sont établis (AgriConseil, institution d'enseignement, etc.).	
	1.3- Mettre en place une structure d'accompagnement destinée aux nouveaux entrepreneurs agricoles sur le territoire	Un premier inventaire des opportunités d'installation présentes dans la MRC est disponible.	

Axes	Objectifs	Résultats, cibles, échéancier	Porteurs, collaborateurs potentiels
Axe 3- Développement d'une stratégie pour stimuler la transformation agroalimentaire	O.G.- Stimuler le développement du secteur bioalimentaire en soutenant et accompagnant les entreprises de l'industrie alimentaire dans la MRC des Appalaches et les alentours et faciliter le développement et la croissance d'entreprises en transformation alimentaire	D'ici trois ans, une stratégie d'accompagnement structurée est développée et mise en place dans la MRC pour soutenir les entreprises souhaitant développer la transformation bioalimentaire dans la MRC	
		D'ici un an, une stratégie de relance du CAA est proposée	Porteur CDAA
	3.1- Les orientations à prendre concernant le CAA sont identifiées	D'ici un an, les partenaires techniques et financiers ont pu se positionner concernant cette stratégie	Collaborateurs SDE, MRC, les chambres de commerce, UPA, IQ, SADC, Desjardins, CERT, MAPAQ, MAMH, DEC, Mycelium, CDBQ, Aliment Santé
		D'ici un an, une décision finale concernant l'avenir du centre pour les trois prochaines années a pu être rendue.	
	3.2- La stratégie générale permettant de soutenir le développement de la transformation agroalimentaire est clarifiée et sa mise en œuvre est débutée	D'ici 18 mois, un plan d'action comprenant les principaux objectifs à atteindre, activités à mettre en place et résultats attendus est développé. Sa mise en œuvre est entamée	
		D'ici trois ans, au moins 3 activités de concertation ont été initiées ou soutenues par la MRC	
		D'ici trois ans, au moins 3 activités de concertation ont été initiées ou soutenues par la MRC	Porteur Table de développement des communautés
		D'ici trois ans, différentes fiches concernant l'évolution de l'état de situation concernant la sécurité alimentaire dans la MRC auront été produites	Collaborateurs MRC, organismes en sécurité alimentaire, CISS, MAPAQ, UPA, Moisson Beauce
		D'ici trois ans, la MRC aura contribué à l'élaboration d'une feuille de route pour soutenir le développement de la démarche	
Axe 4 - Accompagnement de la stratégie de sécurité alimentaire	O.G. Favoriser la concertation entre les différents acteurs afin d'optimiser et améliorer la réponse aux besoins alimentaires de la population.	D'ici trois ans, au moins 3 activités de concertation ont été initiées ou soutenues par la MRC	
	4.1- Favoriser l'élaboration d'un état de situation afin de répondre collectivement de façon optimale et concertée en matière de sécurité alimentaire	D'ici trois ans, différentes fiches concernant l'évolution de l'état de situation concernant la sécurité alimentaire dans la MRC auront été produites	
	4.2- Soutenir une démarche structurée permettant d'améliorer la réponse aux besoins en matière d'aide alimentaire	D'ici trois ans, la MRC aura contribué à l'élaboration d'une feuille de route pour soutenir le développement de la démarche	
			Porteur TMRC des Appalaches
			Collaborateurs UPA, Groupe conseil agroenvironnement, OBV, Ministères environnement, agriculture et affaires municipales, municipalités
Axe 2 - Développement d'une stratégie de commercialisation pour les producteurs locaux	O.G.- Accompagner les repreneurs et cédants de toutes les entreprises agricoles du territoire de la MRC tout au long de leur processus afin de soutenir le dynamisme du secteur agricole, tout en valorisant les filières stratégiques du territoire, notamment les filières acéricoles et bovines (laitière et de boucherie)		
	2.1- Intégrer une majorité de producteurs et transformateurs dans un cadre de concertation formelle afin de soutenir leurs activités de commercialisation	D'ici un an, un regroupement de producteurs et transformateurs de marchés de proximité est formé et s'assure de la mise en œuvre de la stratégie de commercialisation pour les producteurs locaux	Porteur MRC des Appalaches
	2.2- Déployer une stratégie de promotion et de commercialisation agrotouristique visant à augmenter l'achalandage des kiosques à la ferme, au moins de façon ponctuelle	D'ici un an, au moins une activité de promotion est développée et mise en œuvre permettant l'augmentation de l'achalandage aux kiosques à la ferme.	Collaborateurs Les producteurs et transformateurs, TACA, Marché public de Thetford, Office de tourisme, ATR, les chambres de commerce, Réseau agriconseil, SDE, UPA, MAPAQ
	2.3- Réaliser et analyser des tests de marché pour chacun des quatre segments identifiés.	D'ici deux ans, des rapports d'évaluation des tests sont disponibles	
	2.4- Élaborer une stratégie de commercialisation pour chacun des segments de marché identifiés d'ici la troisième année et en amorcer la mise en œuvre	D'ici trois ans, quatre plans d'action spécifiques sont élaborés, diffusées et leurs plans de mise en œuvre sont clairement identifiée.	
	2.5- Rendre disponibles des services-conseils et des formations destinés aux producteurs et transformateurs de produits de proximité	D'ici trois ans, au moins trois activités de formation et de soutien-conseil en commercialisation sont organisées sur le territoire.	





Plan de développement de la zone agricole