

# **Front commun pour la réforme des plans conjoints de mise en marché des produits agricoles.**

*(Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche. L.R.Q. c. M-35.1)*

*Le système des plans conjoints, régis par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et la Régie des marchés agricoles, a été introduit dans les années 50.*

*Le but des plans conjoints de mise en marché est d'organiser de façon ordonnée et équitable la production et la mise en marché des produits agricoles d'un groupe de producteurs, par les moyens appropriés : négociation collective des prix, règles d'approvisionnement des transformateurs, canal unique de vente, contrôle de la qualité et de la salubrité, rationalisation des transports, programmes de recherche et de promotion, contingentement de la production, etc.*

*Le but ultime est de permettre à ce groupe de producteurs d'obtenir des prix qui couvrent leurs coûts de production et leur assurent un revenu familial décent.*

*Avec la compétition croissante des marchés, les plans conjoints, qui étaient au départ souples et diversifiés, ont eu tendance à former, dans chaque production, des cartels contraignants de mise en marché, gérés mur à mur par le syndicat unique (UPA).*

*Dans un contexte de concentration des entreprises et de libre échange, de plus en plus de producteurs, transformateurs et acheteurs remettent en question la façon de gérer les plans conjoints. Les principaux reproches sont les suivants :*

## **1. Ils sont gérés par le syndicat unique seul.**

Le syndicat, comme gestionnaire unique du plan conjoint, devient du même coup le patron des producteurs, ce qui le place en conflit d'intérêt. De plus, de cette façon, le secteur de la production décide seul, non seulement de la négociation des prix -ce qui va de soi- mais de tout ce qui concerne la production et la mise en marché, sans devoir tenir compte des contraintes du marché ni des autres intervenants de la chaîne alimentaire tels les

producteurs-transformateurs, les transformateurs, les fournisseurs et les consommateurs. Or, dans le contexte actuel, tous les intervenants de la chaîne constituent le marché et sont interdépendants. En outre, en l'absence de pluralisme syndical, les plans conjoints et les prélevés qui s'y rattache confère à l'UPA un pouvoir tel qu'elle peut exercer un contrôle très large sur les politiques agroalimentaires et tenir en otage pratiquement tout l'agroalimentaire.

***Revendication 1 :***

***La gestion de chaque plan conjoint doit être assurée par un Office de mise en marché multientrepreneurial dont font partie équitablement le ou les syndicats et associations de producteurs indépendants, les producteurs-transformateurs, les producteurs intégrés, les coopératives et les acheteurs ainsi qu'une représentation de l'État dans la production visée. La convention est proposée et négociée par les associations de producteurs et de producteurs-transformateurs à la table du conseil de l'Office.***

## **2. Ils imposent un modèle unique mur à mur dans chaque production**

Le modèle qui s'impose partout est celui d'un seul plan conjoint obligatoire dans chaque production pour un produit de plus en plus industriel et standardisé. Il n'y a pas de place pour des règles ou des plans conjoints spécifiques à des groupes de producteurs. Il n'y a pas de place pour des produits et une mise en marché diversifiés. Pas de place non plus pour les produits de créneaux, la transformation et la mise en marché locale et régionale et la vente à la ferme. Ce qui étouffe l'initiative et va à l'encontre de la demande croissante des consommateurs.

***Revendication 2:***

***Les plans conjoints doivent être diversifiés et morcelés selon que l'exige la spécificité des produits, des groupes et des territoires concernés. Chaque plan conjoint doit faire l'objet d'un référendum auprès des producteurs et des producteurs-transformateurs concernés lors de sa création, à tous les 5 ans ou à la demande d'un nombre représentatif de ses membres.***

## **3. Ils ne font pas de place aux groupements coopératifs de producteurs**

Dans le but de contrôler la totalité du produit, les plans conjoints refusent aux coopératives volontaires de producteurs l'accès aux produits de leurs

membres, les contraignant ainsi à devenir des entreprises de transformation qui s'alimentent au canal unique comme toute autre entreprise, incapables de garantir un produit spécifique de la ferme à la table.

***Revendication 3:***

***Le plan conjoint doit permettre aux groupements coopératifs de producteurs, dans le cadre d'une convention négociée, de commercialiser la production de ses membres (sorte d'opting out).***

## **4. Les services offerts sont obligatoires**

Plusieurs services créés dans les plans conjoints ne servent pas à tout le monde. Certains services qui visent à garantir une équité entre producteurs et entre régions peuvent se justifier. Les autres devraient être optionnels selon le principe utilisateur-payeur.

***Revendications 4:***

***En dehors des services qui garantissent la qualité du produit ou l'équité entre producteurs et entre régions, les services offerts par le plan conjoint doivent demeurer optionnels selon le principe utilisateur-payeur.***

## **5. Le canal de vente unique est inutilement contraignant**

Le canal unique de vente (agence de vente, encan électronique, etc) qui est imposé dans la plupart des plans conjoints est obligatoire et ne laisse aucune place à l'opting out. La sanction de la Régie des marchés fait de cette obligation une obligation légale et les contrevenants se voient imposer par leur propre syndicat des pénalités parfois très élevées et des poursuites devant les tribunaux. Dans la mesure où ce système ne fait pas ou plus le consensus de la quasi totalité des producteurs et n'est pas indispensable à la mise en marché ordonnée, comme c'est souvent le cas, il doit être assoupli, car il équivaut à l'établissement d'un cartel et à une sorte d'expropriation des entreprises de production et de transformation. Il constitue une violation de la liberté de commerce.

***Revendication 5:***

***Un protocole d'opting out, pouvant comporter le maintien de certaines obligations jugées essentielles, doit être prévu dans tous les règlements d'agence de vente ou de canal unique de vente. La vente au détail et la production artisanale ou de créneau ne doivent pas être soumis aux règles de commercialisation de l'agence de vente ou du canal unique de vente.***

## **6. Les quotas en vente libre augmentent indûment les coûts de production**

Plusieurs plans conjoints ont opté pour le contingentement de leur production avec des quotas payants en vente libre. Avec les années, le prix élevé des quotas augmente les coûts de production au point qu'aucun prix garanti du produit ne peut réussir à les couvrir. C'est ce qu'on voit dans le lait notamment. De plus, le prix élevé des quotas défavorise les petits producteurs et les fermes familiales indépendantes, les régions où les conditions de production sont plus lourdes, la transformation régionale en raison des économies d'échelle, la relève qui n'a pas les moyens de reprendre les fermes, les produits de créneaux qui nécessitent déjà des investissements supplémentaires, la mise en marché locale et à la ferme à petite échelle. Le nombre de fermes a d'ailleurs diminué tragiquement dans toutes les productions contingentées.

### ***Revendication 6:***

***Les quotas de production payants déjà existants doivent être progressivement ramenés et plafonnés à leur valeur d'achat originel, et les autres qui seront établis ne doivent pas être monnayables. De plus, ils doivent être répartis en fonction de la taille des fermes qu'on veut favoriser et de façon à favoriser la relève, la distribution régionale, les producteurs-transformateurs artisans, les produits de créneau et la vente à la ferme.***

## **7. Les décisions ne sont pas suffisamment démocratiques**

Les décisions concernant les plans conjoints, particulièrement celles qui imposent des agences de vente obligatoires et des contingentements, sont prises par des assemblées de délégués étroitement contrôlées par les dirigeants et l'information à la base est souvent déficiente. Le syndicat étant mandaté pour gérer l'office de producteur qui applique le plan conjoint, on confond les deux structures et les producteurs qui ne sont pas membres du syndicat se retrouvent sans représentation dans la délégation. Pour des décisions qui imposent d'aussi importantes contraintes à la liberté de production et de commerce, ces garanties démocratiques ne sont pas suffisantes.

***Revendication 7:***

***Les règlements imposant une agence de vente ou un contingentement doivent faire l'objet d'un référendum auprès de tous les producteurs et producteurs-transformateurs et être précédés d'une information suffisante. Les assemblées des Offices de mise en marché doivent être clairement dissociées des assemblées syndicales.***

## **8. Les prix garantis ne couvrent plus les coûts de production**

Les prix négociés et accordés, sous la pression à la baisse de plus en plus forte du marché mondial, ne permettent plus aux producteurs de couvrir leurs coûts de production, ce qui est le but primordial des plans conjoints. La crise du revenu des producteurs dans toutes les productions est là pour le démontrer. Par ailleurs, les assurances agricoles et les programmes de soutien basés sur les volumes de production ne combleront pas la différence également pour tous les producteurs, spécialement pour les producteurs familiaux et paysans.

***Revendication 8:***

***Pour assurer un revenu garanti aux agriculteurs, il faut démonétariser les quotas et compléter les conventions de prix négociées par des programmes d'assurance et de rémunération de la multifonctionnalité conditionnels à la taille et aux pratiques de la ferme.***

## **9. L'attribution de volumes garantis aux transformateurs favorise les monopoles.**

Le mécanisme d'attribution de volumes garantis (VAG) aux transformateurs ou abattoirs constitue à la longue des monopoles ou des clubs fermés de transformateurs et rend très difficile la traçabilité nécessaire pour le développement de produits de créneau et d'appellation.

***Revendication 9:***

***Des règles permettant une saine concurrence et le développement de produits de créneau doivent être assurées dans l'attribution de volumes d'approvisionnement garantis aux transformateurs s'il y a lieu.***

## **10. La Régie des marchés n'est pas indépendante.**

La Régie des marchés, qui applique la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et doit approuver et arbitrer les plans conjoints, est étroitement liée à l'UPA, le syndicat unique et obligatoire qui gère tous les plans conjoints. Pas étonnant qu'elle soit clairement complaisante envers le syndicat et le secteur de la production qui détient tout le pouvoir dans le système. Cette absence d'indépendance l'empêche de jouer son rôle d'arbitrage équitablement.

### ***Revendication 10:***

***Une réforme s'impose dans la composition et la nomination des régisseurs à la Régie des marchés pour assurer l'indépendance et la transparence nécessaire à cet organisme d'arbitrage des plans conjoints.***

## **Conclusion**

*En un mot, les plans conjoints, tels qu'ils sont gérés mur à mur par le syndicat unique seul, ne garantissent plus un revenu familial décent, ne permettent plus de développer une mise en marché diversifiée et dynamique où les produits de marque et la mise en marché locale occupent une place de choix, enfin, ils briment la liberté de commerce d'un trop grand nombre de producteurs et de transformateurs.*

***Il faut donc en soustraire la gestion au seul syndicat et y réintroduire l'ensemble des acteurs de la chaîne agroalimentaire ainsi que la diversité et la liberté nécessaire à une mise en marché dynamique.***

***Ce qui implique une réforme de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles qui tiennent compte des revendications énumérées ci-dessus.***