



Idées fraîches pour garantir la compétitivité du Canada

Règlement sur les étiquettes avec mention *Produit du Canada*

Présenté au
Chambres des communes
Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire
Règlement sur les étiquettes
avec mention *Produit du Canada*
Le 1 Mai 2008

Table des matières

- . Le Conseil canadien de l'horticulture
- . L'industrie canadienne de l'horticulture
- . À l'Issue
- . Annexe
 - . Exemples : étiquettes
 - . CCH Fiche de renseignements : Règlement sur les étiquettes avec mention *Produit du Canada*

Le Conseil canadien de l'horticulture

Le Conseil canadien de l'horticulture (CCH) est une association nationale bénévole sans but lucratif qui, depuis 1922, se voue à promouvoir les intérêts de ses membres et à représenter le secteur dynamique et diversifié de l'agriculture canadienne qui est désigné sous le nom d'horticulture.

La mission du CCH consiste en un engagement inébranlable à promouvoir la croissance et la viabilité économique du secteur de l'horticulture par la favorisation de la coopération et de l'entente en vue d'atteindre un consensus national sur les enjeux clés de manière à présenter un front uni et un message clair aux autorités gouvernementales ainsi qu'aux autres parties nationales et internationales.

Situés partout au Canada, les membres du CCH produisent, emballent et transforment une vaste gamme de cultures horticoles comprenant des fruits et des légumes.

Le corps des membres du CCH est formé d'associations nationales et provinciales représentant quelque 25 000 producteurs des diverses cultures horticoles du Canada ainsi que d'organismes des secteurs connexes et du secteur des services, d'agences gouvernementales provinciales ainsi que de producteurs individuels.

Une des principales industries agroalimentaires du Canada

L'horticulture est une production agricole hautement diversifiée qui englobe plus de 120 espèces et sous-espèces de fruits, de légumes et de fines herbes.

Le secteur de l'horticulture est l'une des plus importantes industries agroalimentaires du Canada. En effet, les Canadiens et les Canadiennes dépensent annuellement chez les détaillants plus quatorze milliards de dollars en produits fruitiers et maraîchers, ce qui représente 25 % de tous les achats au détail de nourriture. Cette estimation ne tient pas compte de leurs dépenses en vin qui atteignent le demi-milliard de dollars, ni les trois milliards dépensés en produits horticoles par le secteur des services alimentaires, ni les dépenses des consommateurs dans divers créneaux du marché des produits de floriculture et de culture en pépinière, ni les trois milliards en exportation de produits horticoles.

La production horticole est l'un des plus importants secteurs de production agricole, rapportant cinq milliards en recettes monétaires. Elle constitue la principale source de recettes monétaires en Colombie-Britannique et en Île-du-Prince-Édouard et représente plus de la moitié des recettes provenant de récoltes dans toutes les régions canadiennes, sauf les Prairies. Comme dans tous les secteurs agricoles, l'horticulture a encaissé les contrecoups de la mondialisation, de la hausse du dollar canadien, des coûts croissants imposés par la réglementation et des fusions à chaque bout de la chaîne d'approvisionnement.

La production horticole est l'un des plus importants secteurs de production agricole, rapportant cinq milliards en recettes monétaires. Elle constitue la principale source de recettes monétaires en Colombie-Britannique et en Île-du-Prince-Édouard et représente plus de la moitié des recettes provenant de récoltes dans toutes les régions canadiennes, sauf les Prairies. Comme dans tous les secteurs agricoles, l'horticulture a encaissé les contrecoups de la mondialisation, de la hausse du dollar canadien, des coûts croissants imposés par la réglementation et des fusions à chaque bout de la chaîne d'approvisionnement.

Les 7,8 milliards de dollars consacrés à l'achat de fruits et de légumes constituent 13,8 % (6,9 % pour des fruits et 6,8 % pour des légumes) des dépenses alimentaires chez les détaillants. Par comparaison, le consommateur moyen des États-Unis dépense 3,8 % de son budget alimentaire sur des légumes frais et 3,9 % sur des fruits frais. Les dépenses totales aux États-Unis en fruits et en légumes de 7,7 % soulignent la consommation supérieure de cette denrée par habitant au Canada.

Les dépenses de 6,6 milliards en fruits et en légumes transformés équivalent aux derniers 11,6 % des ventes au détail d'aliments en 2004. Ces produits comprennent, notamment, les jus, les produits en conserve, les condiments et les grignotines comme les fruits séchés et les croustilles.

Il importe de remarquer que, dans le cas des fruits et des légumes frais, 3 \$ sur 4 \$ que nous, Canadiens et Canadiennes, dépensons servent à acheter des produits importés.

Question en cause

L'obstacle clé, et de fait le désavantage, que nous devons surmonter est l'incapacité de nos consommateurs de savoir avec certitude s'ils achètent et soutiennent les produits cultivés au Canada. Nous faisons le commerce de nos produits en nous fiant à un certain nombre de règlements administrés par l'Agence canadienne d'inspection des aliments. À notre connaissance, la réglementation établissant la définition « Produit du Canada » remonte à plus de 40 ans, soit au début des années 1970. Il se révèle donc indispensable de revoir nos désignations canadiennes en matière d'étiquetage afin de les adapter à la réalité d'aujourd'hui.

Le Conseil canadien de l'horticulture a fait de ce besoin une priorité depuis quelque temps déjà. Toutefois, ce n'est que depuis que l'attention a été attirée par les malheureux cas de contamination d'aliments pour animaux, survenus en 2007, que nous avons été témoin d'une sensibilisation accrue et plus généralisée à ces inquiétudes. Ces incidents auront véritablement servi d'appel à l'action et il est effectivement temps de revoir les critères liés à l'étiquetage sous la désignation « Produit du Canada ».

L'automne dernier l'émission *Marketplace* diffusée par la chaîne CBC présentait un exposé sur « Produit du Canada ». Parmi les nombreux exemples cités et consommateurs interviewés, le cas plus révélateur a peut-être été celui du pot d'ail

portant le nom Canada Garlic, étiqueté « Produit du Canada » alors qu'après enquête on a constaté que ce pot ne contenait aucune ail cultivée au Canada. Bien que ce soit permmissible en vertu de la réglementation actuelle, cela sème la confusion chez le consommateur moyen et fait du tort aux producteurs canadiens. Les consommateurs ont le droit de choisir de soutenir la production canadienne et doivent pouvoir faire cette distinction.

En vertu de la réglementation en vigueur, un produit peut porter la mention « Produit du Canada » si 51 % de son coût total de production est canadien. On se retrouve ainsi avec une multitude de produits dont la matière première aura été importée, mais dont la transformation, et parfois l'emballage uniquement, seront réalisés au Canada, ce qui justifiera l'appellation « Produit du Canada ».

Nous estimons que le critère permettant à un article de porter la désignation « Produit du Canada » devrait être modifié de manière à exiger qu'une partie significative du contenu d'un produit ait effectivement été cultivée au Canada et voilà précisément l'objet de notre demande.

Les agriculteurs canadiens sont fiers de produire nos récoltes de fruits et de légumes en respectant les planifications de ferme agro-environnementale, les programmes de salubrité des aliments à la ferme ainsi qu'une multitude d'autres règlements fédéraux, provinciaux et municipaux. Leurs efforts en ce sens doivent être reconnus et récompensés.

Certainement, nous reconnaissons qu'il existe des différences lorsqu'on parle de produits frais, comme les pommes, les pêches ou les pommes de terre. Que ces produits soient présentés en vrac avec un autocollant ou emballés, il nous est généralement possible d'en déterminer assez facilement l'origine. L'obtention de ce renseignement peut se révéler plus problématique lorsqu'il s'agit de produits transformés. Le manque de transparence, la confusion et l'incohérence constituent tout à fait la norme. En outre, il est inacceptable que des produits se limitent à porter la mention « Préparé pour » ou « Importé pour ».

Je conviens que nous avons besoin de nos entreprises de transformation, qu'elles nous sont précieuses et que nous nous devons de les soutenir. Nous n'avons nul désir de les voir souffrir d'un désavantage concurrentiel par suite de modifications éventuelles. En effet, les modifications doivent les avantager également, leur donnant l'occasion de fièrement distinguer les produits de première qualité qui sont transformés au Canada. Nous croyons qu'il y a moyen d'y arriver. La valeur que nos entreprises de transformation contribuent à notre secteur, à nos économies rurales et à l'économie nationale ne doit pas être compromise. Nous apprécions l'innovation et la diversification que ces entreprises nous apportent. Nous collaborons et travaillons de près avec elles dès que nous en avons l'occasion. Le Canada a besoin de leur investissement, de leur compétence et de leur technologie. Tout cela fait partie intégrante de la sécurité alimentaire du Canada d'aujourd'hui et, encore davantage, de demain.

Malheureusement, au cours des deux dernières années, nous avons été témoin de la fermeture de beaucoup d'installations de transformation.

Au Québec :

- Kraft, usine de concombres de Ste-Thérèse (janvier 2005)
- CanGro (précédemment Kraft), usine de haricots de Chambly (décembre 2006)
- Smucker Foods (Bick's), poste de réception et de salaison de concombres de St-Bonaventure (mars 2006)

En Ontario :

- CanGro, usine de pêches et de poires de St. David's (Avril 2008)

Il ne s'agit que des cas les plus récents. Malheureusement, il y en a eu bien d'autres, et nous craignons que l'usine de CanGro qui met en conserve les pois, le maïs et d'autres légumes à Exeter (Ontario) pourrait aussi fermer ses portes. Les installations CanGro à St. Davids étaient la dernière usine de mise en conserve de fruits à l'est des Rocheuses.

Initiative gouvernementale suggérée :

Indications de bienfaits sur l'étiquette et dans la publicité

Outre les modifications plus haut, nous recommandons de façon pressante la mise sur pied d'un programme de sensibilisation et d'éducation du consommateur visant à lui permettre de repérer les produits canadiens, de connaître les qualités nutritives des fruits et des légumes ainsi que de faire le lien entre la consommation de ces aliments et sa santé globale. Le gouvernement du Canada a élaboré et mis en œuvre une campagne prometteuse, intitulée *Image de marque Canada*, assortie d'un ensemble de matériel publicitaire. Ce programme doit faire l'objet d'une application intensive à l'intérieure de nos frontières. Nous nous souvenons tous, sans doute, du succès phénoménal remporté par la campagne « I am Canadian », il y a quelques années. Imaginez les possibilités si ce type de reconnaissance et d'enthousiasme pourrait être transféré aux produits agricoles canadiens.

Une initiative gouvernementale pourrait favoriser davantage ce résultat en autorisant l'indication sur l'étiquette et l'emballage des bienfaits des produits pour la santé. Voilà une façon de stimuler la demande des consommateurs pour les fruits et les légumes, frais ou transformés. Nous possédons dans notre secteur un capital inhérent qui pourrait atténuer beaucoup des problèmes de santé et de bien-être confrontant la société contemporaine ainsi que les menaces tout à fait réelles et croissantes à notre système de soins de santé. La Table ronde sur la chaîne de valeur dans le secteur de l'horticulture a élaboré un certain nombre de recommandations, notamment pour des projets pilotes sur la nutrition et des programmes d'approvisionnement gouvernementaux, qui mériteraient d'être sérieusement étudiées et mises en application. Nous vous saurions gré de nous donner l'occasion de revenir devant vous à un autre moment afin de poursuivre cette question plus en détail.

Sommaire

Encore une fois, les modifications du régime d'étiquetage que nous proposons n'ont pour but de diminuer de quelque façon que ce soit la contribution économique des entreprises canadiennes qui transforment ou emballent des produits contenant des matières premières importées. Nous sommes d'avis que ces produits devraient porter la désignation « Préparé au Canada » ou « Emballé au Canada », mais non celle de « Produit du Canada ».

Il faut fournir aux consommateurs les renseignements exacts et, du même coup, la connaissance nécessaire pour faire un choix éclairé, et nous nous en remettons à vous pour soutenir cette modification. Afin de répondre aux demandes des consommateurs pour de l'information crédible et exacte sur la source réelle des produits qu'ils achètent et consomment, nous demandons au gouvernement fédéral de procéder à la modification des règles d'étiquetage touchant l'origine et la catégorie des produits de sorte que, dorénavant, les désignations énumérées ci-dessous soient définies comme suit :

« Produit du Canada »	Désignation réservée aux produits dont la matière première aura été cultivée et transformée au Canada
« Préparé ou Emballé au Canada »	Désignation réservée aux produits dont la matière première provient de l'extérieur du pays, mais dont la préparation ou l'emballage a eu lieu au Canada. Ces produits devraient également indiquer l'origine réelle de la matière première.
« Canada Fantaisie » et autres catégories	Désignation réservée exclusivement aux produits qui répondent aux exigences redéfinies de « Produit du Canada ». Pour tous les autres produits, une désignation de « Catégorie » devrait être indiquée.

Dans le cadre de l'étude de cette question, il semblerait à-propos d'en profiter pour examiner les allégations qui peuvent ou ne peuvent pas être faites sur les bienfaits connus pour la santé des produits maraîchers et fruitiers que nous cultivons.

Ce changement ouvrira des débouchés pour notre secteur. Nous proposons des solutions et nous sommes en quête du soutien qui fournira, d'une part, la relance si nécessaire à nos agriculteurs et, d'autre part, des bienfaits à tous les Canadiens et Canadiennes, sans faire appel aux fonds publics.

En conclusion, il ne faut pas perdre de vue que le secteur de l'horticulture constitue :

- un pilier de l'industrie agroalimentaire du Canada;
- une force de l'économie canadienne;
- un moteur économique des régions rurales;
- la réponse aux demandes des consommateurs;
- un facteur de la santé et du bien-être des Canadiens et des Canadiennes;
- un tremplin de la croissance de l'économie canadienne;
- un collaborateur du programme de protection de l'environnement du Canada.

ANNEXE

Fiche de renseignements :

Règlement sur les étiquettes avec mention *Produit du Canada*

Contexte

- Est-ce que la mention *Produit du Canada* signifie que le contenu a été cultivé, récolté et transformé ici au pays? Pas du tout! En vertu de la réglementation actuelle, la mention *Produit du Canada* peut être apposée dans la mesure où 51 % des coûts de production ont été engagés au Canada.
- De ce fait, un concentré de jus de fruit peut être importé au Canada, mélangé à de l'eau dans une usine d'embouteillage canadienne, puis estampillé de la mention « *Produit du Canada* ».
- En outre, la mention *Canada n° 1* désigne une classe et non une indication du pays d'origine. Voilà encore une mention trompeuse.

Activité récente

- Les consommateurs sonnent l'alarme au sujet de l'étiquetage trompeur en ce qui a trait à la mention *Produit du Canada*.
- L'inquiétude s'est exacerbée depuis les crises sanitaires récentes touchant les produits importés de Chine. Pourtant, aujourd'hui encore, le Canada continue de permettre, en vertu des dispositions sur l'étiquetage, d'importer des fruits et autres produits agricoles de la Chine, puis de les remballer ou de les transformer, pour ensuite les étiqueter *Produit du Canada*.
- En juin, le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire a publié son rapport, intitulé *Nouvelle politique agricole et agroalimentaire du Canada*, dans lequel il reconnaît que la réglementation actuelle touchant la mention *Produit du Canada* pourrait induire le consommateur en erreur. Le comité permanent a recommandé que le gouvernement révise immédiatement sa loi et ses règlements sur l'étiquetage de manière à exiger un minimum de 51 % de contenu agroalimentaire canadien ce qui rendrait plus exacte la désignation *Produit du Canada*.

Position du Conseil canadien de l'horticulture

- Les producteurs horticoles du Canada croient qu'il s'agit d'une question de justice envers leurs exploitations et les consommateurs.
- Le Conseil canadien de l'horticulture (CCH) soutient que la désignation *Produit du Canada* doit refléter la provenance réelle du contenu.
- La réputation du Canada en matière de qualité et de salubrité des aliments demeure inégalée dans le monde. L'industrie et les consommateurs canadiens méritent que le gouvernement s'engage à dissiper le flou entourant la désignation *Produit du Canada*.
- La demande pour des produits locaux continue d'augmenter, mais les consommateurs sont incapables de faire des choix alimentaires éclairés avec une désignation aussi trompeuse
- Les producteurs horticoles canadiens travaillent fièrement pour concurrencer sur le marché mondial. Or, la désignation *Produit du Canada*, telle qu'elle est appliquée, avantage nos concurrents internationaux au détriment de nos producteurs canadiens.

Requête présentée au gouvernement fédéral

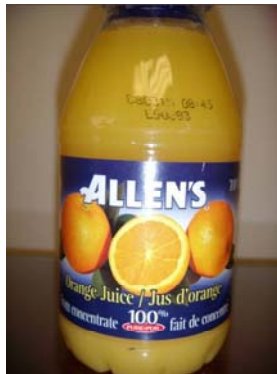
- Le CCH, au nom des producteurs horticoles du pays tout entier, demande au gouvernement fédéral de prendre immédiatement les dispositions nécessaires pour modifier la réglementation de manière à réserver l'étiquette *Produit du Canada* aux seuls aliments qui ont été cultivés, récoltés et transformés au Canada.
- Le CCH, au nom des producteurs horticoles du pays tout entier, demande au gouvernement fédéral de prendre des mesures concrètes pour informer les consommateurs canadiens sur la signification exacte de la désignation *Produit du Canada*.

Le CCH, au nom des producteurs horticoles du pays tout entier, demande au gouvernement fédéral de mettre en place une disposition prévoyant que la mention de classification Canada n° 1 soit obligatoirement précédée ou suivie de l'indication du pays d'origine.



2 jus d'orange et 1 jus de pomme, tous sont faits par la même entreprise.

Étiquettes différentes



“Produit du Canada”
« Préparé sous licence »

“Préparé au Canada”
N.B. : aucune provenance.

“Produit du Canada”
“Préparé par”

“Transformé au Canada”



Produit du ? – Aucune désignation



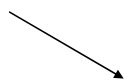
Différentes entreprises, toutes vendant le même produit sur la même tablette...



...Étiquettes complètement différentes



“Produit du Canada”



Aucune désignation, sauf « préparé pour »



Produit du Canada?



Produit du Canada

Produit du É.-U.



Faites au Canada



Produit du Canada



Aucune désignation, sauf « Préparé sous licence ».



Produit du Canada

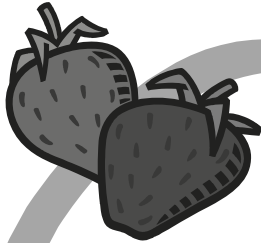




- Préparé par ?
- transformé par ?
- emballé par ?
- Produit de ?

Industrie canadienne de l'horticulture : Que sais-je?

- ✓ L'horticulture constitue l'un des plus importants secteurs de l'agriculture canadienne, représentant 38 % des recettes monétaires agricoles du Canada.
- ✓ Alors que l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique produisent 78 % des récoltes, l'horticulture est pratiquée à titre d'activité commerciale dans toutes les provinces.
- ✓ Alors que les exploitations céréalières de toutes les provinces bénéficient d'une assurance-récolte qui couvre l'ensemble de leurs cultures, la protection accordée aux producteurs horticoles est limitée.



- ✓ En tout, la production, l'emballage et la transformation des cultures horticoles canadiennes contribuent annuellement 29 milliards en activité économique et 5,8 milliards en revenus fiscaux prélevés par les trois ordres de gouvernement.
- ✓ Le secteur de l'horticulture emploie plus de 200 000 personnes, y compris des milliers de travailleurs étrangers saisonniers en vertu du Programme

fédéral des travailleurs agricoles saisonniers (PTAS). Dans le cadre du PTAS, les producteurs assument le coût des salaires et des avantages sociaux (y compris les frais de déplacement et les billets d'avion), fixés par le gouvernement. Ces frais peuvent représenter près de 50 % des coûts de production de l'horticulteur.

- ✓ Le secteur de l'horticulture du Canada répond aux demandes des consommateurs en quête de choix alimentaires sains. Comme le confirme le nouveau *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, les fruits et les légumes représentent un composant essentiel d'une saine alimentation.
- ✓ Les Canadiens et Canadiennes achètent plus de 14 milliards de dollars par année de produits fruitiers et maraîchers. Or, pour chaque 3 \$ dépensés, seulement 1 \$ sert à l'achat d'un produit cultivé au Canada.
- ✓ Un « Produit du Canada » n'est pas toujours ce que l'on pourrait croire. En vertu de la réglementation actuelle, l'étiquette Produit du Canada peut être apposée dans la mesure où 51 % des coûts de production ont été engagés au Canada. De ce fait, un concentré de jus de fruit peut être importé, mélangé à de l'eau dans une usine d'embouteillage canadienne, puis estampillé de la mention Produit du Canada.



Pour obtenir plus de renseignements ou d'autres **Idées fraîches** sur l'industrie canadienne de l'horticulture, visitez le site à l'adresse suivante :

<http://www.hortcouncil.ca>



CHC / CCH

**Canadian Horticultural Council
Conseil canadien de l'horticulture**