

Plan stratégique du secteur vitivinicole

2022-2026







Produit par

C™Q Conseil des vins du Québec

Faire **grandir** et **rayonner** l'industrie de la **viticulture québécoise**, une cuvée à la fois.





Table des matières

Équipe de gestion et collaborateurs du projet	3
Avant-propos	
À propos du Conseil des vins du Québec	Ę
Portrait du marché	6
Diagnostic stratégique	10
Forces	10
Faiblesses	
Cadre stratégique	12
Orientations stratégiques	13
Cohésion sectorielle et cadre réglementaire	12
lmage, valorisation et mise en marché	16
Gestion et pérennité des vignobles	
Appui à l'essor des entreprises et du secteur	20
Sommaire des priorités	22
Conclusion	24
Sources	25



La réalisation de ce plan stratégique a été rendue possible grâce à la précieuse collaboration de nombreux acteurs et partenaires de la filière vitivinicole québécoise.

Le projet a été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec [MAPAQ], avec l'appui du Conseil des vins du Québec [CVQ]. Il a été piloté par le comité Développement stratégique du CVQ.

Forest Lavoie Conseil, un cabinet boutique spécialisé en analyses et stratégies pour le secteur agroalimentaire, a mené et coordonné le projet [analyse du portrait sectoriel, entrevues et sondages auprès des acteurs clés, rédaction des orientations stratégiques, etc.].

Une table de concertation multidisciplinaire, composée d'acteurs de l'industrie, a également participé à la priorisation des enjeux du secteur. Étaient présents à cette table:

- 10 vignerons représentant les différentes régions du Québec et les modèles d'affaires du vignoble québécois
- Le ministère de l'Économie et de l'Innovation (MEI) secteur des boissons alcooliques
- · La Société des alcools du Québec (SAQ)
- Le Centre de recherche agroalimentaire de Mirabel (CRAM)
- Des agronomes indépendants et du MAPAQ
- Des représentants de l'entreprise de distribution alimentaire Métro
- Un œnologue de la firme ŒnoQuébec

Pour obtenir de plus amples renseignements:

Conseil des vins du Québec

Pour tout renseignement, vous pouvez communiquer avec le Conseil des vins du Québec.

1 844 966-8467

vinsduquebec.com

Formulaire vinsduquebec.com/le-cvq/contact

Ce document est aussi disponible au <u>vinsduquebec.com/informer/</u> <u>publications</u>.

La reproduction totale ou partielle du présent document est autorisée à la condition que la source (Conseil des vins du Québec) soit mentionnée.



Appuyés par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), le Conseil des vins du Québec (CVQ) et la firme Forest Lavoie Conseil ont mené une planification stratégique sectorielle pour l'industrie vitivinicole québécoise.

C'est avec grand plaisir que le CVQ vous présente les résultats de cette démarche.

D'abord, être vigneron au Québec, c'est travailler dans ces différents secteurs de l'économie: la production (viticulture), la transformation (vinification), la distribution (la vente) ainsi que l'agrotourisme. Ces quatre secteurs ont chacun leurs propres réalités et défis qui ont tous été considérés afin d'avoir une vision globale et complète du secteur vitivinicole.

Il y a un peu plus de 40 ans, soit en 1980, un premier vignoble commercial plantait les premières vignes sur le terroir québécois à Dunham, dans la région des Cantons-de-l'Est. Les vins du Québec ont ensuite fait leur entrée, un à un, sur les tablettes de la Société des alcools du Québec (SAQ), puis ont fait leur place sur les cartes des restaurants et, plus récemment, se sont retrouvés dans les épiceries de la province. Entre-temps, l'industrie s'est organisée pour mettre en valeur la qualité des produits des quelque 160 vignobles qui existent aujourd'hui au Québec – tous répartis à travers la province – contribuant ainsi à développer et à dynamiser l'économie locale aux quatre coins de la province.

Accomplir tout ça en moins de 40 ans était une véritable prouesse! Les artisans québécois travaillent sans relâche pour tirer le meilleur de leur terroir et proposer des produits uniques aux consommateurs. Imaginez où en sera l'industrie vitivinicole québécoise dans quelques années!

C'est dans ce contexte de croissance que nous nous sommes dotés d'un plan stratégique qui permettra de prioriser les actions à entreprendre afin d'atteindre des objectifs bien précis. L'industrie a fait de grandes avancées dans les dernières décennies, mais il reste encore beaucoup de travail à accomplir pour assurer son développement et sa pérennité. En effet, les entreprises vitivinicoles se doivent d'être concurrentielles dans un contexte notamment marqué par la forte compétition des vins étrangers. D'autant plus que les changements climatiques viennent ébranler le milieu horticole, les réseaux de distribution évoluent et la réglementation désuète est à revoir.

Cette planification stratégique a été élaborée grâce à la contribution de l'ensemble des parties prenantes: vignerons, fournisseurs, distributeurs, chercheurs, etc. Elle permet d'obtenir une feuille de route claire pour les 5 prochaines années, tout en ayant une vision de l'industrie à plus long terme.



À propos du Conseil des vins du Québec

Il y a 35 ans, un groupe de vignerons a décidé de s'unir pour défendre leurs intérêts et ainsi faire avancer notre belle industrie. L'Association des vignerons du Québec voit officiellement le jour en 1987 — et sera renommée Conseil des vins du Québec (CVQ) en 2018.

Aujourd'hui, le CVQ est une association interprofessionnelle ouverte à tous les acteurs de l'industrie vitivinicole québécoise qui regroupe 125 membres, dont 95 vignobles, ce qui représente près de 90 % de l'ensemble de la production de vin du Québec. Les membres unissent ainsi leurs efforts, et leur expérience collective permet de faire grandir et rayonner l'industrie de la viticulture québécoise, une cuvée à la fois!

Rôle du CVQ

Le rôle du CVQ est de défendre les intérêts des vignerons et d'assurer le développement de notre filière en faisant avancer des dossiers portant, entre autres sur la prospérité des producteurs, la commercialisation, la distribution, ainsi que le développement de la recherche et des connaissances.

Des réalités différentes, une vision commune

Le Québec est composé de dizaines de vignerons ayant chacun leur propre réalité. Or, nous partageons tous les mêmes objectifs :

- Être compétitifs dans le marché avoir une saine compétition avec les vins étrangers
- · Mettre en marché des vins de qualité
- Être soutenus par nos partenaires
- · Avoir une réglementation juste et adaptée à notre contexte
- · Simplifier les interactions avec la bureaucratie

Les comités de travail du CVQ

Pour faire avancer les multiples dossiers, l'association a créé divers comités de travail, tous composés de vignerons (provenant des plus grands comme des plus petits vignobles) et de partenaires clés (agronomes, fournisseurs, chercheurs, détaillants, etc.). Ces comités permettent d'être agile et d'avoir une vision globale de la filière vitivinicole.

Comités du CVQ

Dans le cadre de la planification sectorielle 2022-26, ce sont les membres du comité Développement stratégique du CVQ qui ont piloté et coordonné le projet.

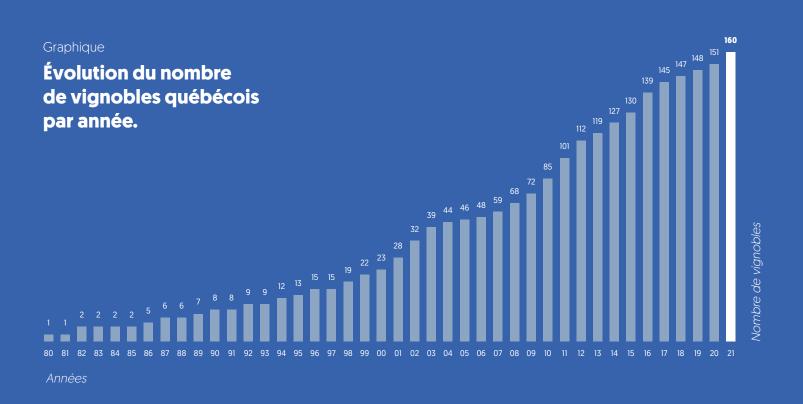
- Commerce, marché et règlements
- 2 | Recherche et développement
- Affaires interprovinciales et internationales
- 4 Dossiers horticoles
- 5 | Communications marketing
- 6 | IGP Vin du Québec
- 7 | Développement stratégique
- 8 | Relations avec les membres



Portrait du marché

Le vignoble québécois

L'industrie vitivinicole du Québec est en pleine croissance. Depuis les dernières années, le vignoble québécois a fait des bonds de géant. La production de vin est passée de 1,4 million de bouteilles en 2013 à plus de 3,1 millions de bouteilles pour la dernière année (+120 %). Ce vin est produit par un total de 160 producteurs qui possèdent un permis de production artisanale. Source RACJ.



Une croissance soutenue depuis plus de 40 ans!

160

3,1 M

1000

Un total de 160 producteurs possèdent un permis de production artisanale de vin au Québec.

En 2021, il s'est produit 3,1 millions de bouteilles de vin sur le territoire québécois.

Au Québec, près de 1000 hectares sont consacrés à la culture du raisin de cuve.

Une demande qui dépasse l'offre

Malgré la croissance du vignoble québécois, il en demeure une réalité: les vins québécois représentent seulement 1 % des vins consommés à travers la province, et ce, même si l'intérêt pour les produits locaux n'a jamais été aussi grand!

En effet, il y a une demande pour les vins faits au Québec qui surpasse la capacité de production par le vignoble québécois. Il y a heureusement un très grand potentiel disponible pour faire croître le marché des vins du Québec!



Le vin: toujours en tête du palmarès

Quatre Québécois sur dix déclarent consommer du vin plus que tout autre type d'alcool, suivi par la bière [le guart des Québécois].

Les femmes y sont pour beaucoup dans ce résultat. En effet, la moitié d'entre elles [51 %] ont le vin comme alcool de prédilection, alors que les hommes préfèrent la bière au vin [39 % contre 30 % respectivement].

Enfin, notons que moins du quart des 18 à 34 ans consomment surtout du vin, alors qu'ils sont un peu plus nombreux à consommer de la bière plus que tout autre alcool (près de 30 %).



Plusieurs facteurs contribuent à la croissance des vins québécois

- · L'accroissement du savoir-faire, tant au champ qu'au chai.
- · Le ralliement des vignerons et des partenaires du vignoble québécois.
- Les différents réseaux de distribution qui facilitent l'accès au marché.
- Des consommateurs curieux et informés.
- · Une consommation davantage locale.
- · Une industrie qui valorise l'entraide, la créativité et l'entrepreneuriat.



Les réseaux de distribution

Le développement des canaux de distribution et leur adaptation à la réalité des vignerons a largement contribué à l'essor du marché des vins du Québec.

Il est essentiel de souligner le développement de tout un réseau de vente d'épiceries locales qui ont su rejoindre les consommateurs et leur offrir une variété et un service qui répond clairement à leurs attentes. La SAQ qui, malgré une baisse des parts de marché, a fait des pas de géant quant à la visibilité des produits Origine Québec. De plus, les vignobles ont su prendre une place majeure au niveau du tourisme local. Plusieurs vignobles sont des incontournables lors d'une visite touristique dans la région.

En 2021, les vignerons ont vendu 35 % de leurs vins dans les épiceries, 30 % à la SAQ, 27 % directement à leurs vignobles et le reste a été essentiellement vendu dans les restaurants (6 %). Par contre, il est à noter que les restaurants « devraient » selon les dires de plusieurs vignerons, reprendre quelques points de parts de marché dès la prochaine année. Ce niveau de ventes dans les restaurants a beaucoup été affecté par le contexte de la pandémie des deux dernières années.

Retombées économiques

Il est acquis que le marché du vin québécois est créateur de richesse. Ce secteur, qui ne se limite pas seulement à la vente des bouteilles, a un impact favorable sur l'industrie de la transformation, de la production et du tourisme. Les vignerons contribuent à la vitalité des régions rurales, et ce, aux quatre coins de la province. Comment? En créant des emplois à long terme et en stimulant l'économie locale, régionale et nationale.

L'Association des vignerons du Canada a fait la démonstration de retombées économiques importantes : pour chaque 1,00 \$ dépensé en vin canadien, 3,20 \$ en revenus commerciaux ont été générés à l'échelle du pays*.

* Source: Canada's Wine Economy – Growth and innovation through global challenges, 2019

Où sont vendus les vins du Québec?

(% en volume de vin produit)



35 % Épicerie

Grandes épiceries [IGA, Métro, Provigo, etc.], les épiceries fines ou spécialisées.



30 %

Succursales SAQ et sag.com



27 % Vignoble

Directement à la boutique du vignoble, en ligne ou par téléphone.



6 %
Restaurant

+ 2 % Autres



Perspectives de croissance

Les vignerons sont nombreux à vouloir planter plus de vignes au Québec. Dans une étude menée par le Conseil des vins du Québec, 58 % des producteurs mentionnent vouloir augmenter leur superficie de vignes d'ici les trois prochaines années. En se basant sur les intentions de plantation des vignerons, nous estimons une croissance de +23 % des superficies de vignes d'ici trois ans.

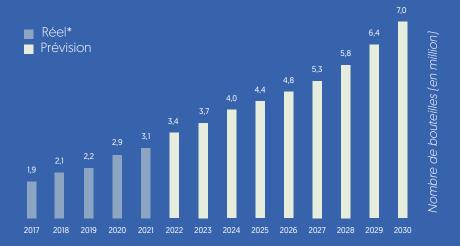
À cela s'ajoutent tous les nouveaux producteurs de raisins de cuve qui vont, dans les prochaines années, obtenir leur permis de production artisanale pour le vin!

Tous les indicateurs sont très clairs: l'augmentation du marché vinicole québécois se poursuivra dans les prochaines années. De plus, cette croissance ne peut que s'accentuer davantage avec tous les efforts que les acteurs et les partenaires de l'industrie mettent actuellement en place pour accompagner ce marché au grand potentiel!



Graphique

Projection du nombre de bouteilles produites



*Source: Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ)

Considérant le contexte du marché et les tendances actuelles, il est réaliste d'estimer qu'en 2030, la production de bouteilles de vin du Québec va plus que doubler. Passant alors d'une production de 3,1 millions de bouteilles en 2021 à 7 millions en 2030.

Les actions du plan stratégique présentées dans les prochaines pages ne pourront que contribuer et soutenir cette projection bien réaliste.



Diagnostic stratégique

La prochaine section résume les éléments clés de l'environnement externe et de l'environnement interne, soit l'analyse des forces et des faiblesses. Ce sont ces éléments qui ont par la suite influencé les orientations stratégiques.

En plus de l'analyse littéraire et de l'analyse des données disponibles, plusieurs entrevues en profondeur avec différents experts et acteurs clés de l'industrie ont été menées. À cela s'ajoute un sondage quantitatif réalisé à travers l'ensemble des vignobles du Québec, visant à connaître les principaux enjeux des vignerons.

Forces

Production, transformation et gestion du vignoble

- Forte croissance de la qualité des vins depuis les dernières années;
- Croissance du nombre de vignerons et agrandissement des superficies de vignes;
- Disponibilité de cépages adaptés au climat froid:
- Peu de contraintes pour les procédés vinicoles, permettant l'innovation.

Main-d'œuvre et formation

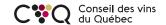
 Bonne expertise des conseillers terrain actuels: agronomique, cenologie, commercialisation.

Distribution et mise en marché

- Diversité des réseaux de distribution adaptés à la réalité des vignobles; accès à la vente en épiceries, sur le lieu de production, dans les restaurants, à la SAQ, etc.;
- Intérêt grandissant du consommateur pour les vins du Québec;
- Perception favorable grandissante face aux vins québécois;
- Intérêt des partenaires et clientèles du côté national et international;
- Une appellation Indication géographique protégée (IGP) Vin du Québec qui assure la traçabilité des vins.

Recherche et développement

- Expertise et disponibilité d'organismes en recherche grandissantes, notamment le Centre de recherche agroalimentaire de Mirabel (CRAM) et bientôt le Centre d'expertise en viticulture et œnologie;
- Bonne collaboration et structure canadienne pour soutenir la recherche au niveau fédéral; entre autres par le biais du Canadian Grapevine Certification Network [CGCN];
- Création d'un comité recherche et développement du CVQ – incluant différents acteurs de l'industrie – qui facilite grandement l'avancement de projets;
- Intérêt grandissant pour la recherche des acteurs de l'industrie



Faiblesses

Production, transformation et gestion du vignoble

- Contraintes réglementaires et lourdeurs administratives;
- Coûts de production élevés et variables, ce qui affecte la compétitivité;
- Manque de raisins du Québec: nombre limité de viticulteurs;
- · Variabilité du prix du raisin;
- Accès et prix des matières sèches élevés;
- Accès à des plants ou cépages, manque de pépinières;
- Petite taille des entreprises rendant la mécanisation ou l'automatisation difficile de certaines tâches (coût et taille des équipements).

Main-d'œuvre et formation

- Pénurie de main-d'œuvre qualifiée en viticulture et œnologie;
- Faiblesse en quantité et qualité de la formation (manque de formation spécialisée, de formation pratique, etc.);
- Insuffisance de l'offre en services-conseils;
- Manque de spécialisation en viticulture auprès des agronomes;
- Coûts élevés pour avoir accès aux experts en œnologie surtout pour les petites/ nouvelles entreprises;
- Difficultés entourant l'embauche d'employés spécialisés (rareté, coût, etc.) et de relève;
- Dépendance grandissante des travailleurs temporaires étrangers (TET).

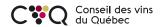
Distribution et mise en marché

- Contraintes réglementaires associées à la commercialisation et la livraison du vin :
- Très forte compétition avec les vins étrangers;
- Défis au niveau de la différenciation (identité) des produits faits à partir de raisins du Québec versus les vins qui se disent « québécois », mais qui sont fabriqués à partir de raisins cultivés à l'étranger;
- Préjugés face aux vins du Québec chez certains segments de clientèle – souvent dus à un manque de connaissance;
- Manque de connaissance chez certains acteurs liés à la vente, dont les commis en épicerie, à la SAQ et dans les restaurants.

Recherche et développement

- Manque de financement couvrant la recherche appliquée sur les deux secteurs:
- Insuffisance d'innovations et de transfert technologique de connaissances agronomiques et œnologiques aux vignerons;
- Manque de connaissance quant à l'impact des changements climatiques sur la vigne;
- Nécessité d'améliorer les connaissances au niveau de la protection hivernale des vignes et les gels printaniers.









Cohésion sectorielle et cadre réglementaire

Maillage sectoriel et collaboration avec les ministères et organismes parapublics

Ajustement du cadre réglementaire

Essor et retombées du secteur

Image, valorisation et mise en marché

Image du secteur et positionnement des produits et services

Connaissance des attentes des consommateurs Gestion et pérennité des vignobles

Écoresponsabilité et résilience aux changements climatiques

Productivité et coûts de revient

Main-d'œuvre

Approvisionnement

Transformation

Appui à l'essor des entreprises et du secteur

Financement

Recherche et développement (au champ et au chai)

Services-conseils

Formation [au champ et au chai]

CIBLE 1 | Cohésion sectorielle et cadre réglementaire

Orientation stratégique: améliorer le maillage des acteurs et la cohésion/collaboration sectorielle afin d'apporter les ajustements réglementaires et d'accroître le soutien gouvernemental nécessaire à l'essor du secteur.

Maillage sectoriel et collaboration avec les ministères et organismes parapublics

Objectifs

1.1 Améliorer la coordination sectorielle et la concertation avec et entre les ministères/organismes parapublics à travers une large cohésion autour des priorités sectorielles

1.2 Accroître les occasions de maillage avec les acteurs de l'industrie vitivinicole canadienne et les associations québécoises du secteur des boissons alcooliques.

Actions

- Présenter le plan stratégique aux acteurs sectoriels et ministères/ organismes parapublics, obtenir leur adhésion aux priorités sectorielles et encourager leur participation à la mise en œuvre d'actions prioritaires ciblées.
- Constituer un comité sectoriel et échanger sur les orientations de travail des différents membres et partenaires de l'industrie.
- Assurer une représentation active des vignerons du Québec aux événements et aux rencontres des associations de l'industrie vitivinicole canadienne.
- · Accroître le maillage avec les autres secteurs des boissons alcooliques.

Ajustement du cadre réglementaire

Objectifs

Actions

1.3 Proposer des allègements réglementaires visant à réduire les impacts négatifs au niveau de la productivité, l'efficacité et la pérennité.

- Identifier l'ensemble des réglementations applicables aux vignobles québécois, notamment le droit d'accise, la majoration dans les épiceries [à venir en décembre 2023], la sous-traitance de certaines activités, etc.
- Documenter les impacts négatifs de la réglementation actuelle sur les vignobles québécois et prioriser les aspects ayant les impacts négatifs les plus importants.
- Identifier des propositions d'ajustement au cadre réglementaire afin de réduire les impacts pour les vignerons et faciliter l'essor du secteur.



- 1.4 Veiller à réduire les impacts réglementaires, dont l'application du droit d'accise et la majoration sur les vins vendus en épicerie.
- Collaborer avec des partenaires et déterminer des pistes de solution potentielles.

- **1.5** Outiller le secteur face à l'élargissement du système de consigne.
- Collaborer avec des partenaires pertinents pour travailler le dossier de l'élargissement du système de consigne et identifier des pistes de solution pour les vignobles.
- Documenter les implications de l'élargissement du système de consigne pour les vignobles.
- Diffuser de l'information (fiches, formation, webinaire, etc.) aux vignobles.

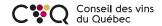
Essor et retombées du secteur

Objectifs

Actions

- **1.6** Établir les besoins supplémentaires d'appuis gouvernementaux nécessaires au développement du secteur [ex.: R&D, services-conseils, IGP, promotion, mise en marché, formation, gestion des risques, etc.].
- Documenter les besoins supplémentaires d'appuis gouvernementaux.
- Identifier des propositions d'appuis pour faciliter l'essor du secteur.

- **1.7** Avoir une stratégie efficace et cohérente de concertation pour accroître l'essor sectoriel.
- Identifier annuellement les dossiers prioritaires sur lesquels travailler avec les ministères/organismes parapublics et les objectifs de représentation/concertation.
- Établir annuellement un plan d'action stratégique incluant les dossiers à aborder, les partenariats d'affaires nécessaires, les études préliminaires à mener sur les différents dossiers prioritaires ainsi que les ministères/ organismes parapublics et les personnes-ressources à rencontrer.
- 1.8 Évaluer les retombées sectorielles et valoriser les apports du secteur vitivincole auprès des ministères/organismes parapublics.
- Réaliser une étude sur les retombées du secteur vitivinicole (ex.: emplois, ventes, investissements, impacts économiques régionaux de l'agrotourisme, économie circulaire, impact sur le déficit de la balance commerciale, etc.).



CIBLE 2 | Image, valorisation et mise en marché

Orientation stratégique: valoriser les vins québécois et leur assurer un positionnement/une mise en marché profitable.

Image du secteur et positionnement des produits et services

Objectifs

Actions

2.1 Développer une vision stratégique concertée sur le positionnement des vins 100 % produits au Québec et de l'IGP Vin du Québec.

- Convenir d'une vision stratégique sectorielle concertée relativement à la valorisation, la reconnaissance et le positionnement souhaités:
 - > Des vins 100 % produits au Québec
 - De l'IGP Vin du Québec
- Identifier les aspects à mettre en valeur et développer une signature/ positionnement sectoriel fort:
 - Les pratiques responsables de l'environnement utilisées par les vignerons du Québec, la qualité des produits, la provenance des produits (local), les retombées de l'industrie, la typicité des produits, etc.
- Obtenir le soutien et la reconnaissance des gouvernements pour la valorisation des vins 100 % produits au Québec.
- **2.2** Protéger l'identification des vins du Québec.
- Établir une stratégie visant à contrer l'usurpation et à protéger l'identification des vins du Québec.
- Déployer la stratégie et obtenir les appuis nécessaires.
- 2.3 Accroître les efforts sectoriels de marketing, de formation aux agents de vente, de positionnement et de visibilité dans les différents canaux de mise en marché et promouvoir l'œnotourisme.
- Développer une stratégie de promotion/communication pour faire connaître et rayonner les vins auprès des consommateurs:
 - > Les vins 100 % produits au Québec
 - La signature sectorielle
 - > L'expérience associée aux produits et vignobles, etc.
- Déployer les actions prévues dans la stratégie de communication marketing.

Connaissance des attentes des consommateurs

Objectifs

Actions

- **2.4** Améliorer la connaissance de la perception et des attentes des consommateurs.
- Réaliser des études auprès des différents groupes de consommateurs pour cerner leurs attentes envers les vins québécois (qualité, profil de goût, attentes sociétales, prix, etc.).
- Partager les connaissances acquises aux vignerons et aux partenaires de l'industrie.



CIBLE 3 | Gestion et pérennité des vignobles

Orientation stratégique: déployer des actions stratégiques permettant d'accroître la productivité, la rentabilité et la résilience des entreprises ainsi que d'optimiser les procédés de vinification.

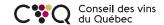
Écoresponsabilité et résilience aux changements climatiques

Objectifs

Actions

3.1 Évaluer et réduire l'impact environnemental des vignobles.

- Évaluer l'impact environnemental des pratiques en place sur les vignobles québécois.
- Identifier les aspects à améliorer sur les entreprises et des pistes de solution potentielles.
- **3.2** Augmenter l'utilisation des pratiques agroenvironnementales et accroître la résilience des vignobles aux changements climatiques.
- Collaborer avec les acteurs de la recherche et développement ainsi que des services-conseils afin de poursuivre les activités R&D.
 - Diffuser de l'information et accompagner les vignobles, par exemple en matière de:
 - Développement/adoption de la gestion intégrée des ennemis de culture
 - Outils de contrôle disponibles et diversification des produits phytosanitaires homologués
 - Modèles prévisionnels
 - Biopesticides et biostimulants, etc.
- Gestion et pratiques en régie biologique et en transition
- Gestion de la protection hivernale
- Gestion de la protection contre les gels printaniers et automnaux (ex.: modèles prévisionnels des gels, moyens de protection, etc.)
- Santé des sols, amendements et apports minéraux, cultures de couvertures, etc.
- · Cépages (qualité du raisin, rendement, résistance, etc.)
- · Impacts des pratiques culturales sur la qualité des vins
- Connaissance des risques climatiques et des méthodes d'adaptation pour le secteur



Productivité et coûts de revient

Objectifs

Actions

3.3 Identifier les pratiques les mieux adaptées à la viticulture du Québec qui ont des impacts positifs sur la productivité, la rentabilité et la qualité.

- Identifier les pratiques les mieux adaptées aux conditions québécoises et évaluer l'impact de ces pratiques sur la productivité, la rentabilité et la qualité.
- Poursuivre l'étude liée aux analyses géologiques, climatiques et pédologiques permettant de comprendre davantage le terroir et le vignoble québécois.
- Assurer le transfert des connaissances aux vignerons (formation, services-conseils, etc.).
- **3.4** Augmenter la production de raisin en améliorant et standardisant les rendements de production de raisin et en accroissant les superficies de vignes.
- Identifier et diffuser, en collaboration avec les acteurs de R&D et des services-conseils, les facteurs clés de rendement des vignes.
- Réaliser une réflexion sectorielle visant à identifier des stratégies d'accroissement des superficies en vignes (ex. : profil potentiel de producteurs de raisins, soutien à la plantation, financement, etc.).
- Faire les représentations nécessaires.
- **3.5** Améliorer les connaissances et la compréhension sur le coût de revient pour accroître la profitabilité des entreprises (production et transformation).
- Poursuivre l'étude sur les facteurs clés de rentabilité (au champ, au chai, dans la mise en marché, etc.)
- Accroître la compréhension des vignerons et les sensibiliser sur l'importance de la connaissance du coût de revient.
 - Offrir des formations/accompagnement.
- Compiler les données nécessaires et réaliser des analyses de performance de groupe.
- Développer des outils interactifs à l'usage des vignerons permettant l'analyse et la comparaison de la performance de leur entreprise.

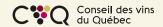
Main-d'œuvre

Objectifs

Actions

3.6 Trouver des alternatives à la pénurie de main-d'œuvre.

- Faire une veille technologique sur les solutions de mécanisation, d'automatisation et évaluer l'impact de ces solutions sur le coût de revient.
- Collaborer avec les autres groupes horticoles pour simplifier le processus d'embauche de main-d'œuvre qualifiée étrangère.
- Identifier des avenues de mise en commun de technologies profitables pour les vignerons (notamment de plus petites tailles).
- Identifier des avenues pour optimiser les techniques de travail, afin d'améliorer la productivité des travailleurs.
- Collaborer avec les centres de formation et les organisations sectorielles (ex.: Agricarrière, ITAQ, etc.) pour accroître la capacité à attirer et à retenir la main-d'œuvre spécialisée.
- Faire les représentations nécessaires pour permettre le partage/la mise en commun d'équipements.



Approvisionnement

Objectifs

- **3.7** Veiller à réduire les impacts liés aux enjeux d'approvisionnement en intrants. ex.:
- Bouteilles (disponibilité, prix);
- Raisins (disponibilité, prix);
- Plants (disponibilité, exempt de virus, etc.).

Actions

- · Collaborer avec les acteurs du secteur pour:
 - Anticiper les enjeux d'approvisionnement en intrants;
 - Identifier des pistes de solution permettant d'amoindrir les impacts pour les vignobles (ex.: commandes anticipées, achats groupés, entreposage groupé, communication aux vignerons sur les enjeux d'approvisionnement, etc.).

Transformation

Objectifs

3.8 Améliorer la recherche sur les procédés de vinification en lien avec les cépages utilisés au Québec.

3.9 Améliorer et actualiser les équipements et les procédés de vinification.

Actions

- Collaborer avec des centres de recherche pour optimiser les procédés de vinification en lien avec les cépages utilisés au Québec.
- Favoriser le partage des connaissances entre vignerons sur les procédés de vinification.
- Collaborer avec les instances gouvernementales pour déployer des programmes de soutien à l'acquisition/au partage d'équipements de vinification.

CIBLE 4 | Appui à l'essor des entreprises et du secteur

Orientation stratégique: collaborer avec les acteurs du secteur pour mettre en place les mécanismes de soutien favorisant l'essor des entreprises et du savoir-faire sectoriel.

Financement

Objectifs

4.1 Collaborer avec le gouvernement pour accroître/ faciliter le soutien financier pour les équipements, la mécanisation/ automatisation, l'agrandissement des surfaces en vignes, etc.

4.2 Amener les agences gouvernementales, les institutions financières et d'autres acteurs à innover au niveau du financement des vignobles.

Actions

- Documenter les enjeux de financement des vignobles québécois et les appuis souhaités.
- Partager les enjeux de financement des vignobles québécois aux gouvernements et solliciter leur soutien financier.
- Documenter différentes avenues de financement permettant l'essor de vignobles québécois (ex.: capital patient).
- Échanger avec les instances gouvernementales et financières sur les avenues innovantes de financement des vignobles québécois.

Recherche et développement (au champ et au chai)

Objectifs

Actions

4.3 Collaborer avec le gouvernement pour accroître l'investissement dans la recherche et développement.

- Maintenir à jour les priorités de R&D sectorielles et les faire connaître aux parties prenantes.
- Solliciter le gouvernement pour accroître son soutien financier à la R&D sectorielle, notamment au niveau de la R&D en vinification.



4.4 Mettre en place un fonds de contrepartie en innovation.

- Explorer les mécanismes de financement collectif, dont les chambres de coordination et de développement afin de soutenir le déploiement de projets de R&D sectoriels.
- Sonder l'intérêt des vignerons pour la mise en place d'un tel mécanisme de financement collectif.
- **4.5** Accroître le transfert et les retombées de la recherche et développement sur les entreprises.
- Déterminer les conditions et les processus favorables pour s'assurer de la cohérence entre la R&D et les besoins des entreprises, le transfert efficace des connaissances, la visibilité et l'affirmation du leadership du CVQ en matière de R&D.
- Collaborer avec les acteurs de la R&D pour optimiser/accroître le transfert de la R&D sur les vignobles.
- Collaborer à l'organisation de webinaires, journées aux champs/chai, caravane, etc. sur la R&D.
- Explorer la faisabilité de la mise en place d'un réseau d'experts.

Services-conseils

Objectifs

Actions

4.6 Assurer la croissance et la valorisation des services-conseils agronomiques et œnologiques pour appuyer le développement sectoriel et épauler l'arrivée de nouveaux vignerons.

- Collaborer avec les acteurs de services-conseils pour assurer leur croissance, notamment en identifiant des besoins en formation ou en attrait de conseillers dans le secteur.
- Collaborer avec le gouvernement pour maintenir le soutien offert pour les services-conseils.
- Accroître les liens entre les acteurs de la R&D et du service-conseil.

Formation (au champ et au chai)

Objectifs

Actions

4.7 Améliorer l'offre de formation pour les vignerons établis, les nouveaux vignerons, la relève et la main-d'œuvre spécialisée.

- Identifier les besoins de formation des vignobles québécois.
- Développer avec les acteurs sectoriels des formations appropriées pour soutenir le développement des compétences ciblées.
- Solliciter le gouvernement pour soutenir financièrement la participation de vignerons à des formations outremer reconnues.



- Développer une cohésion sectorielle autour des priorités avec les différents acteurs et organismes gouvernementaux.
- Proposer des allègements réglementaires visant à réduire les impacts négatifs au niveau de la productivité, l'efficacité et la pérennité.

priorités les plus névralgiques pour poursuivre la croissance du secteur et

 Améliorer la concertation entre les ministères et organismes parapublics afin d'assurer l'ajustement du cadre réglementaire et administratif.

Améliorer le positionnement, la mise en marché et la valorisation des vins québécois

- Convenir d'une vision stratégique sectorielle concertée relativement à la valorisation, la reconnaissance et le positionnement souhaités des vins 100 % produits au Québec.
- Établir une stratégie visant à contrer l'usurpation et à protéger l'identification des vins du Québec.
- Accroître les efforts sectoriels de marketing dans les différents canaux de mise en marché.
- Assurer la compétitivité des vins du Québec malgré les impacts des frais additionnels (coûts liés à l'élargissement de la consigne, les droits d'accise, la majoration sur les vins vendus en épicerie, etc.).



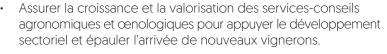
en assurer la pérennité.

Accroître la productivité, la rentabilité et la résilience des vignobles québécois

- Identifier les pratiques les mieux adaptées à la viticulture du Québec qui ont des impacts positifs sur la productivité, la qualité, l'environnement et la résilience des vignobles aux changements climatiques.
- Augmenter la production de raisins (rendements, superficies, etc.).
- Améliorer les connaissances et la compréhension sur le coût de revient.
- Trouver des alternatives à la pénurie de main-d'œuvre.

Accroître le soutien et la collaboration avec les acteurs sectoriels pour favoriser l'essor des entreprises et du savoir-faire sectoriel

- Encourager l'innovation au niveau du financement des entreprises vitivinicoles (ex.: capital patient).
- Investir davantage dans la recherche et le développement et accroître les retombées positives sur les entreprises.
- Améliorer la recherche sur les procédés de vinification en lien avec les cépages utilisés au Québec.







Conclusion

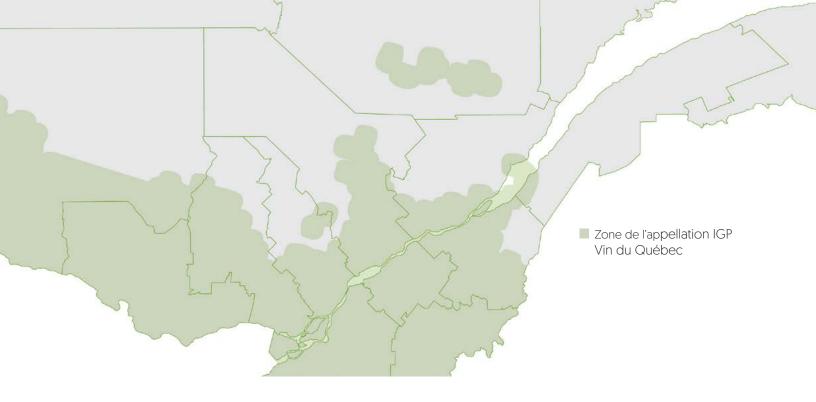
Riche, vivante, en plein essor, l'industrie vitivinicole québécoise joue plus que jamais un rôle de premier plan dans l'économie de la province. Cette évolution, nous la devons d'abord à nos vignerons, des créateurs de valeurs passionnés qui s'investissent sans compter afin de faire avancer cette belle industrie.

Entreprises familiales pour la plupart, les vignobles d'ici créent des emplois à long terme, appuient un large réseau d'industries connexes, versent d'importantes sommes d'argent en taxes et impôts, et créent de la valeur dans nos communautés rurales. Conséquemment, nos vignerons représentent d'importants investisseurs qui stimulent l'économie locale, régionale et nationale.

Ces faits et les données du marché sont un puissant carburant pour la suite des choses et confirment que nos efforts communs portent fruit. Ainsi, c'est avec enthousiasme que le Conseil des vins du Québec s'engage à contribuer à la mise en œuvre et à la réussite de ce plan stratégique, et à garder bien vivant l'esprit de collaboration, d'innovation et d'engagement observé dans l'industrie.







Sources

Études spécifiques au Plan stratégique sectoriel 2022-2026

Sondage quantitatif fait à l'ensemble des vignerons du Québec.

Échantillon : 110 répondants

Entrevues en profondeur auprès de partenaires et acteurs clés de l'industrie.

Échantillon: 20 entrevues

Bilan des récoltes et de la production des membres du CVQ

Sondage annuel fait auprès des vignerons membres du Conseil des vins du Québec. Échantillon 2021 : 72 vignobles

Habitudes et perceptions en lien avec la consommation de vin

Sondage en ligne réalisé à l'automne 2021, auprès des consommateurs, par l'agence SOM. Échantillon : 1186 répondants

Perception des vignerons face à l'IGP Vin du Québec

Sondage fait à l'ensemble des vignerons du Québec – vignerons en IGP et non en IGP. Échantillon : 68 répondants

Autres sources

Société des alcools du Québec (SAQ) Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) Wine Growers of Canada - Vignerons Canada Pour communiquer avec le Conseil des vins du Québec.

1844 966-8467

info@vinsduquebec.ca

winsduquebec.com

Formulaire
vinsduquebec.com/lecva/contact

