

# SOMMAIRE EXÉCUTIF : Entreprises agricoles, transformateurs et distributeurs

## Taux de réponse

Nous avons reçu 82 questionnaires pour un taux de réponse de 29,4 % pour les premières sections de l'enquête et 65 entrepreneurs ont rempli le questionnaire en entier (taux de réponse de 23,3 %). Ces résultats fournissent un bon aperçu des pratiques et des enjeux de transport dans la région.

## Portrait des activités d'entreposage

### Infrastructure, type d'espace et capacité de stockage

- Parmi l'ensemble des entreprises répondantes, 69,9 % possèdent un entrepôt au sein de leur entreprise et 15,7 % en auront besoin d'ici 5 ans.
- En projetant les données recueillies de l'enquête à l'ensemble des entreprises agricoles et de transformation alimentaire de l'Outaouais, nous estimons la capacité de stockage des entreprises de l'Outaouais à 1 419 321 pi<sup>3</sup> (40 196 m<sup>3</sup>), ce qui représente 1 478 chambres standards.
- Plus de la moitié de cet espace (53,2 %) est à température ambiante alors que les espaces réfrigérés et congelés représentent respectivement 34,1 % et 12,7 % de l'espace.
- Les taux d'occupation selon les types d'entrepôts et les saisons varient entre 57 % et 83 %. Pour plus de la moitié des entreprises, les espaces d'entreposage sont remplis au maximum de leur capacité à divers moments de l'année.

### Les besoins d'entreposage

- 28 % des répondants de l'enquête souhaiteraient agrandir ou se doter d'un espace réfrigéré dans les prochaines années, comparativement à 25 % pour l'entreposage congelé et 24 % pour un espace à température ambiante.
- En termes de superficie, c'est le manque d'espace à température ambiante qui est le plus criant (48,5 %) suivi des besoins concernant un espace réfrigéré (36,6 %) et un espace congelé (15 %).
- En projetant les données recueillies de l'enquête à l'ensemble des entreprises agricoles et de transformation alimentaire de l'Outaouais, nous estimons la capacité de stockage souhaitée à 1 953 292 pi<sup>3</sup> (55 318 m<sup>3</sup>), soit 556 chambres standards de plus que la capacité actuelle.

### Équipements et état général des installations

- 22,4 % des répondants n'ont aucun équipement de manutention.
- 55,9 % ont un entrepôt avec une porte au niveau du sol, 16,9 % ont des quais de déchargement, 23,7 % disposent d'une aire réservée à la réception et à l'expédition de marchandise, 32,2 % possèdent des transpalettes manuelles, 10,2 % disposent de transpalettes électriques et 23,7 % utilisent un chariot élévateur ou un tracteur et 3,4 %.

- 65,5 % considèrent l'état général de leurs installations d'entreposage comme étant bon ou excellent, 25,9 % le qualifient de moyen alors que 8,6 % des entreprises signalent avoir des installations d'entreposage dans un état faible ou inadéquat.
- L'âge moyen des entrepôts des entreprises est de 25 ans et l'âge médian est de 15 ans.

### Les pratiques de location et intérêts

- Très peu d'entreprises louent un entrepôt à l'extérieur de leur entreprise ou encore louent leurs installations d'entreposage à d'autres entreprises. Néanmoins, il y a tout de même de l'entraide.
- 21,4 % des entrepreneurs seraient toutefois intéressés à louer leur espace d'entreposage non utilisé à une autre entreprise.
- Par ailleurs, 31,9 % seraient très intéressés à louer un espace dans un entrepôt collectif à proximité et 19,4 % seraient peut-être intéressés (total de 51,4 %). La location d'un espace d'entreposage dans un OBNL suscite un intérêt similaire (total de 50 %) alors que pour la location dans une entreprise privée à proximité, certains entrepreneurs sont plus indécis.
- Les répondants seraient prêts à parcourir 23 km en moyenne pour la location d'un espace d'entreposage.
- Outre la distance, des entrepreneurs ont identifié les conditions suivantes pour l'utilisation d'un service d'entrepôt partagé : coûts de location raisonnables, service flexible offert sur de courtes périodes, respect des températures, taux d'humidité et autres normes selon le type de produits.

### Portrait des activités de distribution et de transport des produits

#### Types et moyens de transport

- La majorité des entreprises transportent leurs produits aux points de vente en utilisant soit les véhicules de l'entreprise ou les véhicules personnels des propriétaires.
- Il y a peu d'entreprises (10,1 %) qui font affaire avec un distributeur offrant des services de livraison. Il y a moins de dix distributeurs dans la région incluant les entreprises dans les régions voisines qui font affaire en Outaouais.
- Peu d'entreprises (7,2 %) collaborent avec d'autres entreprises pour organiser le transport.
- Plus des trois quarts des entreprises (80 %) utilisent un véhicule qui n'a pas d'espace de réfrigération ou de congélation. Seulement 20 % utilisent un véhicule avec un espace de réfrigération et 1,8 % avec un espace de congélation.
- Lorsque les véhicules quittent pour distribuer leurs produits, il reste en moyenne 38,4 % d'espace vacant. Lorsqu'ils reviennent, il y a en moyenne 80,5 % d'espace inutilisé dans les véhicules.

#### Les déplacements pour livrer les produits

- Près de la moitié des entreprises (49,2 %) font des livraisons à domicile pour leurs clients, dont la moitié qui font 5 livraisons et plus par mois. En additionnant l'ensemble des livraisons réalisées par notre échantillonnage d'entreprises, cela totalise 312 livraisons par mois à domicile chez leurs clients.

- L'enquête a permis d'identifier 90 déplacements réguliers effectués par semaine par les entreprises de l'enquête pour distribuer leurs produits aux différents points de vente. Si nous projetons cette donnée sur l'ensemble des entreprises, cela signifie que les entreprises agricoles et les transformateurs de l'Outaouais font environ 400 déplacements réguliers chaque semaine pour distribuer leurs produits.
- La majorité des déplacements (62,3 %) sont réalisés à longueur d'année et 32,1 % sont réalisés entre mars et novembre.
- Gatineau est le point de convergence d'une grande partie des véhicules qui arrivent des MRC. Leurs trajets se croisent à l'entrée des différents secteurs de la Ville de Gatineau. Les trajets majeurs sont donc situés entre Aylmer et Papineauville : dans ce tronçon, les entreprises de notre échantillonnage font entre 23 et 54,25 déplacements par semaine.
- Ils existent également plusieurs autres trajets secondaires en Outaouais.

### Les enjeux

- Le coût élevé des services de distribution et de transport alimentaire est l'enjeu qui est le plus évoqué par les entreprises à court terme (32,1 %). En ajoutant les entreprises qui ont indiqué qu'il s'agissait d'une priorité à moyen terme, il s'agit d'un enjeu pour 58,5 % des entreprises. Certains entrepreneurs estiment que ces coûts élevés sont un frein à l'essor de leur entreprise.
- La difficulté de trouver de la main-d'œuvre qualifiée pour livrer les produits est un enjeu à court terme pour 19,6 % des entreprises et à moyen terme pour 23,5 % des entreprises (total : 43,1 %).
- Le manque de soutien et d'information pour organiser la logistique du transport n'est pas un enjeu à court terme (15,1 %). Il a toutefois été identifié par 35,8 % des entrepreneurs comme un enjeu à moyen terme (pour un total de 50,9 %), ce qui témoigne d'un intérêt pour maximiser les activités de transport dans le futur.
- Le manque de camions réfrigérés et la difficulté de maintenir la chaîne de froid sont des enjeux à court et moyen terme pour 46,1 % des entreprises (17,3 % à court terme et 28,8 % à moyen terme).

### L'intérêt pour participer à des initiatives pour optimiser le transport

- 26,4 % des entrepreneurs ont indiqué qu'ils n'étaient pas intéressés aux initiatives proposées principalement parce qu'ils estiment que le transport est déjà optimisé au sein de leur entreprise.
- 73,6 % des entrepreneurs ont donc manifesté de l'intérêt pour l'une ou l'autre des initiatives suggérées. Celle qui est la plus populaire, avec plus d'un tiers (35,2 %) des répondants qui ont indiqué être intéressés et 29,6 % qui seraient peut-être intéressés (pour un total de 64,8 %), est un service régional regroupant les livraisons et les volumes pour accéder à de nouveaux marchés.
- La participation à une plateforme Internet de covoiturage permettant d'identifier les opportunités de transport (aller et retour) pour la livraison des aliments intéresse 29,6 % des entreprises alors que 27,8 % seraient peut-être intéressés (pour un total de 57,4 %).

- L'adhésion à un service de livraison collectif structuré et périodique avec une camionnette et un chauffeur salarié dédié à l'ensemble du groupe intéresse 24,1 % des entrepreneurs alors que 35,2 % seraient peut-être intéressés par ce type d'initiative (pour un total de 59,3 %).
- Par ailleurs, 24,1 % des entrepreneurs seraient intéressés par un service consistant à tisser des liens d'affaires entre les entreprises ayant besoin d'un service de transport et 38,9 % seraient peut-être intéressés (pour un total de 63 %).
- Le service de location de véhicules et de camions réfrigérés rejoint 22,2 % des entrepreneurs et 37 % sont indécis (pour un total de 59,2 %).
- La mise en place d'un système de colivraison avec un nombre restreint de producteurs/transformateurs qui livrent tour à tour intéresse 20,4 % des entrepreneurs alors que 35,2 % seraient peut-être intéressés (pour un total de 55,6 %).
- C'est la possibilité de transporter d'autres produits lorsque le véhicule n'est pas rempli au maximum de sa capacité qui suscite le moins d'intérêt : seulement 16,7 % ont indiqué qu'ils seraient intéressés alors que 25,9 % seraient peut-être intéressés (pour un total de 42,6 %).

**Les freins mentionnés par les entrepreneurs pour participer à des initiatives qui optimisent les activités de transport sont les suivants :**

- Complexité de la coordination, de la gestion et de l'utilisation et surcharge de travail
- Les coûts d'adhésion et d'utilisation élevés
- Le manque de confiance au système : fiabilité et respects des contraintes de transport
- L'importance des différences organisationnelles et la singularité de certaines entreprises
- Une perte d'autonomie et d'opportunités
- Des exigences légales difficiles à respecter

**Le transport pour l'approvisionnement**

- 78,8 % des intrants (par exemple, les ingrédients, les contenants, les semences, etc.) sont livrés à domicile par le fournisseur ou un transporteur.
- Plusieurs entreprises (63,6 %) vont également chercher les commandes avec leurs véhicules personnels ou celui de l'entreprise.
- 39,4 % des intrants arrivent également par la poste.
- Seulement 10,6 % des entreprises collaborent avec d'autres entreprises pour aller chercher les commandes.
- Près de la moitié des entreprises (47,6 %) se procurent des intrants au moins une fois par mois alors que 52,4 % commandent des intrants entre 1 et 11 fois par année