



Planification stratégique des Producteurs de Pommes de Terre du Québec 2024-2028

**Adoptée à Trois-Rivières, le 26 mars 2024
par le Conseil d'administration**

Table des matières

1. Mission, vision et valeurs (résultats du sondage).....	3
2. Résumé des cibles et orientations stratégiques.....	4
3. Présentation des orientations, objectifs stratégiques et les actions prioritaires	5

1. Mission, vision et valeurs

Mission

Constitué en vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, les PPTQ représentent les producteurs de pommes de terre du Québec. Leur objectif premier est d'assurer une mise en marché efficace et ordonnée de la production de pommes de terre dans le but de favoriser la pérennité des producteurs et la défense de leurs intérêts commerciaux. Pour ce faire, et grâce à leur leadership, les PPTQ :

- Gèrent de manière fluide et transparente les travaux du syndicat
- Se positionnent comme un leader pour fournir aux membres des services de qualité et professionnels
- Assurent des communications claires avec tous les acteurs, notamment par le biais de leurs publications sur les marchés
- Coordonnent des comités de mise en marché pour les catégories de PDT de semences, de table, de prépelage (frites fraîches et congelées) et de croustilles
- Négocient et gèrent les conventions de mise en marché des différentes catégories de pommes de terre
- Favorisent des relations harmonieuses avec les acheteurs et les autres partenaires du secteur et participent activement aux travaux de la Filière
- Font des représentations auprès des différents paliers de gouvernement pour les sensibiliser aux principaux enjeux des producteurs et du secteur
- Participent aux événements et rencontres nationales et internationales d'intérêt pour les producteurs de PDT
- Contribuent à la recherche et à la promotion du produit.

Vision

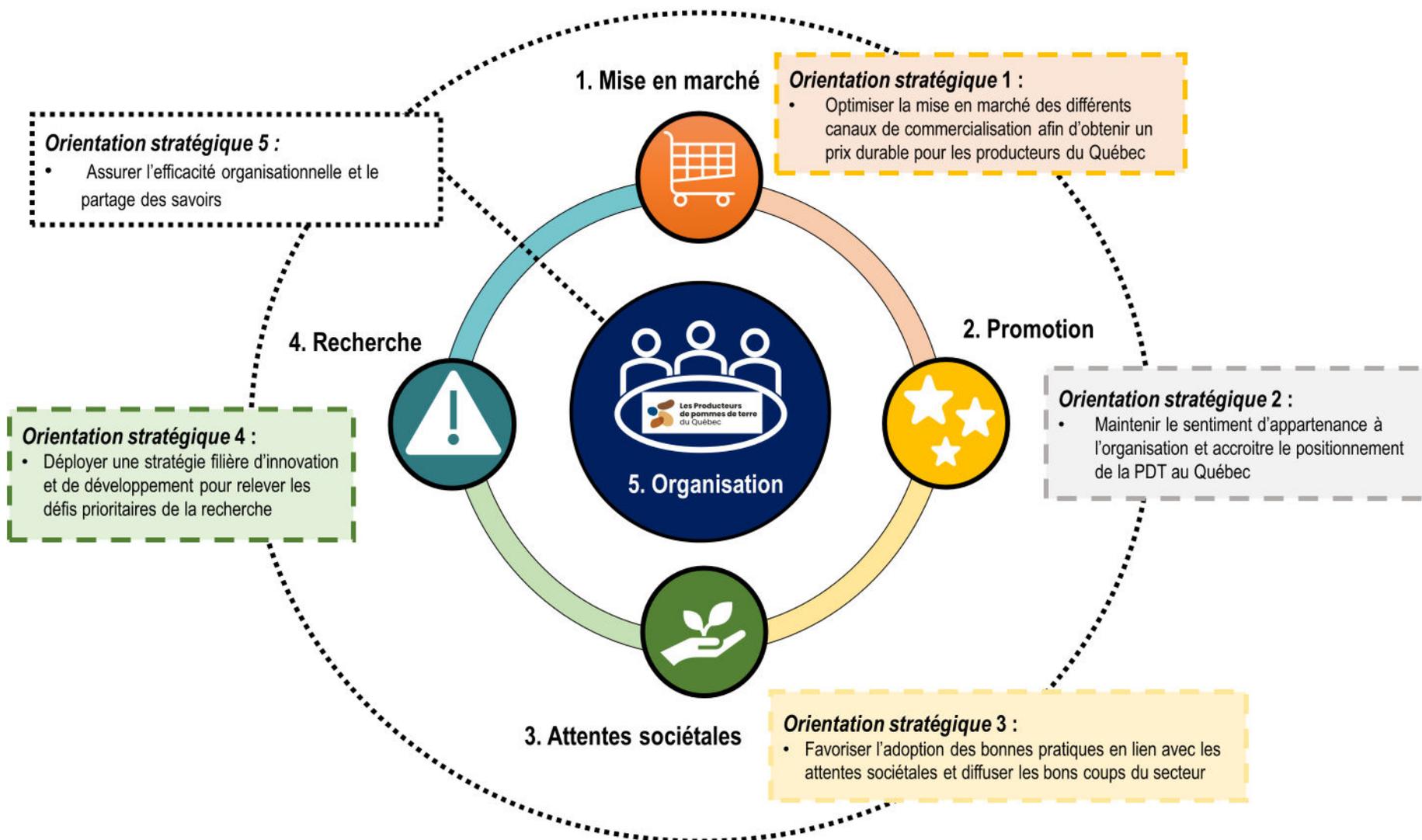
Porte-parole reconnu, les PPTQ soutiennent le développement des producteurs en travaillant proactivement avec les acheteurs, les distributeurs alimentaires, les divers paliers de gouvernement et les autres partenaires du secteur. Les actions menées favorisent une transparence de l'information sur les marchés, une amélioration de la rentabilité des entreprises, une adaptation aux attentes sociétales et une valorisation de la profession.

Valeurs

Les valeurs des PPTQ sont :

- Autonomie
- Transparence
- Collaboration
- Plaisir!

2. Résumé des cibles et des orientations stratégiques



3. Présentation des orientations, objectifs stratégiques et les actions prioritaires

A. La mise en marché

Cible 1 : La mise en marché								
Orientation stratégique : Optimiser la mise en marché des différents canaux de commercialisation afin d'obtenir un prix durable pour les producteurs du Québec								
Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs d'atteinte d'objectif
			24	25	26	27	28	
1.1 Obtenir un processus de négociation raisonné et efficace	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un calendrier des rencontres des comités de mise en marché en lien avec les cycles de négociation 	<ul style="list-style-type: none"> Comités MEM PPTQ 		X				Niveau de respect des engagements Temps moyen de négociation Niveau de satisfaction des membres du CMM en regard des négociations
	<ul style="list-style-type: none"> Convenir à l'avance avec les acheteurs de la mise en place d'un calendrier de séances de négociation 	<ul style="list-style-type: none"> Comités MEM PPTQ 		X				
	<ul style="list-style-type: none"> Suivre avec les acheteurs la formation en négociation raisonnée offerte par la RMAAQ 	<ul style="list-style-type: none"> Permanence PPTQ 		X				
	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir des échanges fluides et constants entre la permanence et les acheteurs afin d'améliorer les relations et le partage d'informations (besoins, prix, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Permanence PPTQ Comités MEM PPTQ 	X					
	<ul style="list-style-type: none"> Faire un bilan avec les comités de MEM et les acheteurs quant à l'efficacité des processus de négociation terminés 	<ul style="list-style-type: none"> Comités MEM PPTQ 	X					

Cible 1 : La mise en marché

Orientation stratégique : Optimiser la mise en marché des différents canaux de commercialisation afin d'obtenir un prix durable pour les producteurs du Québec

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs d'atteinte d'objectif
			24	25	26	27	28	
1.2 Améliorer et accroître la diffusion d'information sur les marchés pour toutes les catégories	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer la collecte et la fiabilité des données statistiques 	Permanence PPTQ	X					Participation des élus au national
	<ul style="list-style-type: none"> Participer aux principales rencontres nationales et internationales relatives à l'état des marchés 	3 élus PPTQ et Permanence	X	X	X	X	X	Nombre de réunions tenues par le Comité Transformation
	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser les échanges entre les présidents des comités de mise en marché sur l'état des marchés 	MEM PPTQ	X	X	X	X	X	Nombre de parutions de l'Info-marché
	<ul style="list-style-type: none"> Établir le format, la forme, et le contenu (indicateurs) d'un feuillet d'information sur les marchés ainsi que sa fréquence de diffusion 	MEM PPTQ	X	X	X	X	X	
	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir à jour l'information 	MEM PPTQ	X	X	X	X	X	
	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer une stratégie de diffusion des informations auprès des producteurs, acheteurs et intervenants 	Permanence PPTQ	X					
	<ul style="list-style-type: none"> Proposer des conférences communes à tous les partenaires de la mise en marché 	Permanence PPTQ		X	X	X	X	
	<ul style="list-style-type: none"> Offrir des formations ou balados sur les facteurs clés des conditions de marché (tendances générales, etc.) 	Élus PPTQ & Permanence		X	X	X	X	

Cible 1 : La mise en marché

Orientation stratégique : Optimiser la mise en marché des différents canaux de commercialisation afin d'obtenir un prix durable pour les producteurs du Québec

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs d'atteinte d'objectif
			24	25	26	27	28	
1.3 Professionnaliser la gestion des demandes d'exemptions ministérielles	<ul style="list-style-type: none"> Clarifier le processus et les exigences auprès de l'ACIA 	<ul style="list-style-type: none"> MEM PPTQ 		X				Échanges tenus avec ACIA Communiqués sur les implications
	<ul style="list-style-type: none"> Rencontrer annuellement l'ACIA 	<ul style="list-style-type: none"> Permanence PPTQ 	X					
	<ul style="list-style-type: none"> Informers les producteurs et acheteurs sur l'importance des demandes 	<ul style="list-style-type: none"> Direction PPTQ 		X				
1.4 Mieux corrélés les besoins du marché avec les orientations du secteur Semences	<ul style="list-style-type: none"> Réfléchir aux stratégies de développement possibles à moyen-long termes du secteur Semences vs les besoins du marché (volumes, variétés, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Permanence PPTQ CMM 		X		X		Rencontres de réflexion réalisées

B. La promotion - événements

Cible 2 : La promotion - événements

Orientation stratégique : Maintenir le sentiment d'appartenance à l'organisation et accroître le positionnement de la PDT au Québec

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
2.1 Assurer une coordination interne opérationnelle et pérenne de la promotion et de l'événementiel	<ul style="list-style-type: none"> Clarifier et reconduire l'entente visant la promotion de la PDT de table avec les emballeurs et en assurer la coordination subséquente 	Comité Table Comité conjoint			X			Entente signée Nombre de projets menés à terme annuellement
	<ul style="list-style-type: none"> Réfléchir avec les comités, aux possibilités de faire de la promotion pour les autres catégories et les sources de financement possibles <ul style="list-style-type: none"> Analyser la notoriété actuelle du label : « Épatante Patate du Québec » Clarifier l'identité et les objectifs de la promotion (ex. catégories visées, population cible, cadre d'utilisation du label, etc.) tout en s'assurant de l'adéquation budgétaire Véhiculer un message clair et unique auprès de tous, y compris le consommateur Réaliser des alliances stratégiques avec des partenaires comme la filière ou Aliments du Québec, pour accroître la visibilité Analyser, vulgariser et informer les membres des retombées des activités promotionnelles (ex. : à l'aide d'indicateurs de la promotion générique, etc.) 	Équipe PPTQ / Comités MEM / Comité marketing		X			Nombre et nature des actions promotionnelles déployées	
	<ul style="list-style-type: none"> Explorer les alliances stratégiques possibles avec Épatante Patate!, à la lumière des orientations souhaitées pour les autres catégories 	Équipe PPTQ / CA		X	X			

Cible 2 : La promotion - événements

Orientation stratégique : Maintenir le sentiment d'appartenance à l'organisation et accroître le positionnement de la PDT au Québec

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
2.2 Renforcer les relations établies entre l'organisation et les partenaires par le déroulement optimal des événements annuels des PPTQ	<ul style="list-style-type: none"> Évaluer la satisfaction/irritants/participation des participants aux événements réalisés 	Comm PPTQ	X	X	X	X	X	Respect des budgets des événements
	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer et offrir un plan partenarial annuel pour attacher un financement suffisant pour la réalisation des événements 	Comm PPTQ	X	X	X	X	X	Satisfaction de l'industrie

C. Les attentes sociétales

Cible 3 : Les attentes sociétales

Orientation stratégique : Favoriser l'adoption des bonnes pratiques en lien avec les attentes sociétales et diffuser les bons coups du secteur

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
3.1 Appuyer la table filière pour assurer la mise en œuvre des réalisations de la Filière Responsable de la PDT	<ul style="list-style-type: none"> Collaborer étroitement avec la Table filière sur l'accompagnement et l'adoption des bonnes pratiques (formation, communication, etc.) <ul style="list-style-type: none"> Formaliser un calendrier annuel de rencontres des partenaires de la Filière 	Permanence PPTQ	X					Rencontres annuelles réalisées Suivis des porteurs de dossiers faits
	<ul style="list-style-type: none"> Déployer un plan de communication mettant en lumière des différents travaux et bons coups des membres de la Filière responsable 	Technicienne en comm PPTQ	X					
	<ul style="list-style-type: none"> S'assurer de l'alignement des objectifs définis par la Filière Responsable et des actions mises en place par le secteur (tableau de bord, etc.) 	Permanence PPTQ	X					
	<ul style="list-style-type: none"> Produire un bilan des réalisations 	Agent de projet PPTQ	X	X	X	X	X	
3.2 Informer le consommateur / citoyen par une communication transparente	<ul style="list-style-type: none"> Collecter-rassembler l'information pour identifier les besoins/attentes des consommateurs et citoyens pour le secteur de la PDT 	Technicienne en comm PPTQ		X				Sommaire présenté aux membres
	<ul style="list-style-type: none"> En collaboration avec les autres parties prenantes (filière), adopter une stratégie de communication à destination des consommateurs et citoyens 	Technicienne en comm PPTQ		X				Activités de promotion autre que table uniquement

D. La recherche

Cible 4 : La recherche

Orientation stratégique : En collaboration avec la Filière, déployer une stratégie d'innovation et de développement pour relever les défis prioritaires de la recherche

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
4.1 Identifier les priorités de la recherche, les acteurs impliqués et les moyens de la développer durablement	<ul style="list-style-type: none"> Évaluer les besoins et enjeux actuels du secteur en sollicitant la Table filière, les acteurs de la R&D (CRPTQ, IRDA) et les producteurs. 	Comité agroenvironnement, Agent de projet PPTQ,	X	X	X	X	X	Mise à jour annuelle des priorités
	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place des moyens de reconnaissances des producteurs participants 	Permanence PPTQ	X					Promouvoir des avantages tangibles à participer à la recherche
4.2 Favoriser l'optimisation des ressources financières de la recherche	<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser les membres et les partenaires financiers pour la concrétisation des efforts de recherche 	CA	X	X	X	X	X	Nb de projets de R&D concrétisés
	<ul style="list-style-type: none"> Exprimer clairement des attentes de transfert des résultats de recherche pour chacun des projets réalisés 	Permanence PPTQ	X	X	X	X	X	Activités de transfert proposées par les chercheurs
4.3 Assurer un déploiement efficace du transfert des connaissances	<ul style="list-style-type: none"> Collaborer avec des partenaires pour partager des résultats aux producteurs, etc. 	Permanence PPTQ	X	X	X	X	X	Nombre de communications (publications, courriels, conférences,...)
	<ul style="list-style-type: none"> Assurer une connaissance des programmes en place par les producteurs 							

E. L'organisation

Cible 5 : L'organisation

Orientation stratégique : Assurer l'efficacité organisationnelle et le partage des savoirs

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
5.1 Formaliser une offre de services adaptée aux membres	<ul style="list-style-type: none"> Continuer à bénéficier de la proximité et de l'écoute des instances gouvernementales pour faire valoir les enjeux identifiés par les membres en réalisant des rencontres statutaires avec les instances et canaux informels 	Permanence, CA	X	X	X	X	X	Nombre de rencontres avec les instances gouvernementales
	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les besoins prioritaires en termes de services aux membres et y répondre ex. : <ul style="list-style-type: none"> Livrer un logiciel fonctionnel – personnaliser l'affichage du site Internet 	Permanence		X				Besoins des membres identifiés
	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place des réseaux de partage (nouveau-tendances, etc.) pour les producteurs 	Technicienne en comm PPTQ		X				Nombre et nature des initiatives de promotion aux membres
	<ul style="list-style-type: none"> Communiquer aux membres les services offerts 	Technicienne en comm PPTQ	X	X	X	X	X	

Cible 5 : L'organisation

Orientation stratégique : Assurer l'efficacité organisationnelle et le partage des savoirs

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
5.2 Optimiser la gestion des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> Former des élus polyvalents & Répartir les dossiers parmi les élus avec substituts 	CA, permanence	X					Nombre d'élus / par catégorie désignés
	<ul style="list-style-type: none"> Planifier une relève bilingue pour la représentation au national 	Comités MEM			X			Ressource identifiée
	<ul style="list-style-type: none"> Centraliser et mettre en place des outils/aides mémoires (guides, manuels, etc.) sur les tâches administratives (selon le nouveau logiciel) pour notamment mieux accueillir les nouvelles ressources 	Permanence	X	X				Feuillet sur les protocoles à suivre
	<ul style="list-style-type: none"> Libérer du temps à l'équipe pour réaliser davantage de réflexion stratégique à l'interne sur les dossiers majeurs, pour le développement de connaissances et sur la préparation-suivi des comités (ex. prépelage) 	Permanence	X					Plan d'actions annuel avec révision
	<ul style="list-style-type: none"> Réserver une séance annuelle de réflexion stratégique par le CA selon une formule de «Lac-à-l'épaulé» 	CE		X	X	X	X	Séance réalisée
5.3 Optimiser les ressources financières	<ul style="list-style-type: none"> Revoir le taux de contribution à compter de la récolte 2025 	CA		X				Taux de contribution révisé
	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser un levier financier pour la recherche et, le cas échéant, la promotion 	CA		X				Stratégie de financement de la recherche en place

Cible 5 : L'organisation

Orientation stratégique : Assurer l'efficacité organisationnelle et le partage des savoirs

Objectifs stratégiques	Actions prioritaires	Responsable	Année de mise en œuvre : 20..					Indicateurs
			24	25	26	27	28	
5.4 Contribuer à une dynamique collaborative productive au sein des partenaires de l'industrie	<ul style="list-style-type: none"> Rencontrer les partenaires de l'industrie pour partager les savoirs, les besoins de l'industrie et une vision commune des enjeux 	CA	X					Nombre de partenaires rencontrés
	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner la participation commune des 4 CMM aux événements internationaux pour favoriser le rayonnement et le leadership commun ainsi que le développement de l'expertise 	Permanence, CA		X	X	X	X	Nombre de participations communes des 4 CMM à des événements
5.5 Mettre en place un processus de réalisation et de suivi du plan stratégique	<ul style="list-style-type: none"> Présenter 2 fois par année l'état d'avancement du PS au CA, faire le bilan annuel et convenir des priorités de l'année suivante 	DG	X	X	X	X	X	Tableau de bord du PS gardé à jour
	<ul style="list-style-type: none"> Formaliser un calendrier de rencontres pour le CA qui prévoit minimalement 8 rencontres par année, dont une proportion raisonnable de rencontres en personne et un Lac-à-l'épaule 	DG	X	X	X	X	X	Calendrier des séances du CA convenu à l'avance
5.6 Préparer une relève pour les administrateurs	<ul style="list-style-type: none"> Intégrer de nouveaux membres au sein des comités et autres sièges de représentation afin de les impliquer dans les activités des PPTQ et ainsi les former en prévision de leur entrée au conseil d'administration 	CA	X	X	X	X	X	Nb de nouveaux membres impliqués

Tableau de bord des orientations et objectifs

Orientation 1 : Optimiser la mise en marché des différents canaux de commercialisation afin d'obtenir un prix durable pour les producteurs du Québec	État d'avancement	Enjeux de réalisation
Objectif 1.1 : Obtenir un processus de négociation raisonné et efficace	30%	
Objectif 1.2 : Améliorer et accroître la diffusion d'information sur les marchés pour toutes les catégories		
Objectif 1.3 : Professionnaliser la gestion des demandes d'exemptions ministérielles		
Objectif 1.4 : Mieux corrélérer les besoins du marché avec les orientations du secteur Semences		
Orientation 2 : Maintenir le sentiment d'appartenance à l'organisation et accroître le positionnement de la PDT au Québec	État d'avancement	Enjeux de réalisation
Objectif 2.1 : Assurer une coordination interne opérationnelle et pérenne de la promotion et de l'événementiel		
Objectif 2.2 : Renforcer les relations établies entre l'organisation et les partenaires par le déroulement optimal d'événements annuels des PPTQ		
Orientation 3 : Favoriser l'adoption des bonnes pratiques en lien avec les attentes sociétales et diffuser les bons coups du secteur	État d'avancement	Enjeux de réalisation
Objectif 3.1 : Appuyer la table filière pour assurer la mise en œuvre des réalisations de la Filière Responsable de la PDT		
Objectif 3.2 : Informer le consommateur / citoyen par une communication transparente		
Orientation 4 : En collaboration avec la Filière, déployer une stratégie d'innovation et de développement pour relever les défis prioritaires de la recherche	État d'avancement	Enjeux de réalisation
Objectif 4.1 : Identifier les priorités de la recherche, les acteurs impliqués et les moyens de la développer durablement		
Objectif 4.2 : Favoriser l'optimisation des ressources financières de la recherche		
Objectif 4.3 : Assurer un déploiement efficace du transfert des connaissances		

Orientation 5 : Assurer l'efficacité organisationnelle et le partage des savoirs	État d'avancement	Enjeux de réalisation
Objectif 5.1 : Formaliser une offre de services adaptée aux membres		
Objectif 5.2 : Optimiser la gestion des ressources humaines		
Objectif 5.3 : Optimiser les ressources financières		
Objectif 5.4 : Contribuer à une dynamique collaborative productive au sein des partenaires de l'industrie		
Objectif 5.5 : Mettre en place un processus de réalisation et de suivi du plan stratégique		
Objectif 5.6 : Préparer une relève pour les administrateurs		



Ce jeu de couleur sera ajouté au Tableau de bord pour les administrateurs au fur et à mesure de la mise en œuvre du plan stratégique.

Vert = les actions avancent bien ; **Jaune** = les actions avancent, mais des délais sont rencontrés ; **Rouge** = les actions ne progressent pas bien et des difficultés majeures sont rencontrées.