

**La mise en marché domestique des poissons et fruits de mer d'ici :**  
un point d'appui pour contribuer à l'autonomie alimentaire du  
Québec

Septembre 2025

Les bouleversements écologiques et les tensions géopolitiques actuelles qui perturbent le secteur des pêches affectent par la même occasion l'économie des communautés côtières de l'est du Québec. Cette situation incite à revoir les façons de procéder, notamment, les pratiques de commercialisation de cette industrie qui s'est historiquement concentrée autour de l'exploitation et de l'exportation intensive d'un nombre limité d'espèces. Si des initiatives de mise en marché des poissons et fruits de mer ont cours à l'heure actuelle dans plusieurs régions du Québec, ces filières émergentes souffrent du manque de concertation entre les industries de la pêche et de l'alimentation.

C'est dans ce contexte que le Forum des entrepreneurs, qui s'est déroulé à la fin de l'hiver dernier dans le cadre l'édition 2025 du Salon Fourchette bleue, a réuni autour d'une même table pêcheurs, mariculteurs, transformateurs, grands distributeurs (grossistes et supermarchés), poissonniers, restaurateurs, acheteurs institutionnels, chercheurs scientifiques et partenaires d'affaires. Au terme de l'événement, trois principaux constats se dressent quant aux défis et opportunités que posent la diversification du modèle et le changement d'échelle en cours dans l'économie des pêches. Ces constats condensent les principales préoccupations exprimées par les différents maillons et intermédiaires de la chaîne bioalimentaire présents lors du Forum. Ils fournissent aussi, et peut-être surtout, des indications précieuses concernant les conditions dont il faut tenir compte pour amener le secteur des pêches d'ici à contribuer davantage à l'autonomie alimentaire du Québec.

Nous présentons ici ces constats afin de contribuer à une meilleure connaissance du secteur, ainsi qu'à l'avancement de la réflexion sur les politiques qui pourraient faire avancer la commercialisation des produits de la mer au Québec. Cette contribution s'inscrit dans la série de travaux de l'IRÉC sur la question<sup>1</sup>.

### *1) Une offre de commodités dont le volume est peu compatible avec les spécificités de la demande de deuxième transformation*

On constate actuellement au Québec un appétit pour les produits marins pêchés ici, tant du côté des consommateurs que des entreprises alimentaires de deuxième transformation (restaurateurs, poissonniers, artisans du terroir, etc.). Il persiste cependant une double barrière à l'élargissement de l'offre de ces produits.

---

<sup>1</sup> Voir notamment : IRÉC (2023), *Commercialiser les poissons et fruits de mer au Québec : défis, opportunités et pistes de solution*, Note d'intervention de l'IREC, 10 p. En ligne : [https://irec.quebec/ressources/publications/Forum-des-entrepreneurs\\_synthese\\_VFFF\\_F.pdf](https://irec.quebec/ressources/publications/Forum-des-entrepreneurs_synthese_VFFF_F.pdf)

D'une part, comme pour la vaste majorité des commodités, la structure de rentabilité actuelle de l'économie des pêches repose sur une logique de volume. Cela signifie que la chaîne de valeur est principalement axée sur des produits faiblement transformés, qui doivent être vendus en gros pour amortir sur une base saisonnière les frais d'exploitation. C'est la raison pour laquelle les transformateurs de crabes des neiges et de homards privilégient à l'heure actuelle un mode d'expédition par « chargement complet » (« *full truckload* »), impliquant un point de départ et un destinataire unique capable d'écouler le chargement d'une semi-remorque entière. Couplée à la proximité géographique des lieux de débarquement avec les grands marchés du nord-est américain, cette logistique favorise la distribution des poissons et fruits de mer québécois vers les marchés extérieurs et les grands distributeurs domestiques (supermarchés, grossistes, etc.). En contrepartie, cela resserre l'offre de produits au Québec.

D'autre part, plusieurs des entreprises de deuxième transformation qui cherchent à s'approvisionner en poissons et fruits de mer québécois composent avec des marges de profit limitées. Elles opèrent sur des marchés distinctifs ou de niches et sont exposées à la forte concurrence des grandes chaînes d'alimentation. Un tel environnement d'affaires réduit par conséquent la taille des volumes d'achat et impose des contraintes spécifiques (fréquence de livraison, coupe, fraîcheur, variété d'espèces, etc.) souvent changeantes, rendant le commerce interentreprises peu attrayant pour les industriels de la transformation. Il s'agit ultimement d'un cercle vicieux dans la mesure où les difficultés d'accès à la ressource privent les entreprises alimentaires de deuxième transformation d'occasions d'investissement en recherche et développement de nouveaux produits et de nouveaux créneaux d'affaires, ce qui est pourtant essentiel à leur essor et leur réussite.

## *2) Le marché institutionnel public peut être un débouché commercial ainsi qu'un vecteur de changement des habitudes alimentaires*

Le marché des services alimentaires institutionnels publics, dont le poids dans l'économie québécoise est significatif, apparaît dans ce contexte comme un levier d'envergure. Les politiques d'approvisionnement des différents établissements gouvernementaux (écoles, hôpitaux, casinos, etc.) impliquent des volumes d'achat substantiels. Cela est susceptible d'intéresser tant les industriels de la transformation que les entreprises de deuxième transformation, selon les types de services alimentaires impliqués (traiteurs, épiciers, concessions, gestion directe, achats regroupés, etc.). Une plus forte intégration des produits marins québécois dans les menus des cuisines institutionnelles offrirait une

vitrine d'envergure nationale pour la mise en valeur de certaines espèces méconnues du grand public, tout en contribuant à modifier les habitudes alimentaires et les comportements d'achat en poissonnerie, au restaurant ou au supermarché. Cela pourrait bénéficier à l'ensemble des maillons et intermédiaires de la chaîne d'approvisionnement bioalimentaire d'ici<sup>2</sup>.

Lancée en 2020, la Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois (SNAAQ) crée à l'heure actuelle un alignement politique et réglementaire propice à cette forme alternative de mise en marché domestique des poissons et fruits de mer. Cette initiative émanant du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et de ses partenaires a pour objectif de doter les institutions publiques du Québec d'une cible d'achat d'aliments québécois<sup>3</sup>, et ce, pour trois réseaux publics (éducation, enseignement supérieur, santé et services sociaux).

À l'heure actuelle, ce sont près de 93 % des 1700 institutions visées par la SNAAQ qui dispose d'une telle cible. Selon des données recueillies par l'équipe-conseil du Centre d'expertise de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ), la part d'achat québécois varie selon les réseaux visés. Pour la région du Bas-Saint-Laurent, par exemple, elle se situerait, en 2024, autour de 50 %, pour les trois réseaux confondus. Cette proportion, appelée à augmenter au cours des prochaines années, révèle un potentiel important de substitution des importations. Cela est particulièrement vrai pour les poissons et fruits de mer, qui représentent 4 % des achats totaux actuels (5,5 M\$), et dont la vaste majorité (95 %) provient de l'extérieur du Québec<sup>4</sup>. Les poissons à chair blanche, qui comptent pour 46 % des achats regroupés sous cette catégorie, forment le créneau le plus facilement exploitable à court terme compte tenu du caractère substituable de ce type d'aliment. Des expérimentations en cours dans les CISSS de la Gaspésie, du Bas-St-Laurent et de la Côte-Nord permettent de tirer des leçons qui font école, notamment grâce au sébaste, de retour depuis peu sur le marché québécois<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Certaines initiatives en ce sens ont déjà fait leurs preuves. Voir par exemple : BOURDON, M.-C. (2024). *Certification Fourchette bleue, une première dans le réseau universitaire*. Actualité UQAM, 19 mars 2024. En ligne : <https://actualites.uqam.ca/2024/degustation-de-produits-de-la-mer/>

<sup>3</sup> Le Plan stratégique 2023-2027 du MAPAQ prévoit notamment que 92 % des établissements publics visés par la SNAAQ se soient donné une cible ou aient indiqué leur objectif en matière d'achat d'aliments québécois d'ici mars 2025.

<sup>4</sup> INSTITUT DE TOURISME ET D'HÔTELLERIE DU QUÉBEC (2025). *Intégrer les produits du Saint-Laurent et notamment le sébaste au menu des institutions*. Conférence prononcée dans le cadre du Salon Fourchette bleue, Québec, 26 février 2025.

<sup>5</sup> SERGERIE, N. (2024). *Le CISSS de la Gaspésie souhaite s'approvisionner en alimentation plus localement*. MaGaspésie, 5 août 2024. En ligne : <https://magaspesie.ca/le-cisss-de-la-gaspesie-souhaite-sapprovisionner-en-alimentation-plus-localement/>

Malgré ces avancées encourageantes, la méconnaissance des processus d'appels d'offres publics et la rigidité administrative qui caractérise les marchés institutionnels demeurent des barrières à l'entrée pour plusieurs des entrepreneurs présents lors du Forum. Le secteur hospitalier, qui, selon les données de l'ITHQ, compte pour 95 % des achats des trois réseaux visés par la SNAAQ pour ce qui est des poissons et fruits de mer, doit composer avec des contraintes techniques particulières (service en continu, allergies, textures, etc.), auxquelles s'ajoutent les critères d'admissibilité de base des contrats publics. Un travail d'appariement entre l'offre et la demande de produits est donc nécessaire.

### *3) La coordination de la mise en marché domestique des produits marins doit être améliorée*

Ces frictions de différentes natures, situées aux différents maillons de la chaîne bioalimentaire, font apparaître un besoin de planification, d'accompagnement et de promotion. À la différence de l'exportation qui, dans le cas des poissons et fruits de mer pêchés au Québec, bénéficie de tout un écosystème de services<sup>6</sup>, le commerce intérieur de produits marins ne reçoit qu'un faible soutien et son développement dépend surtout de la bonne volonté des acteurs impliqués. Il existe certes des initiatives régionales de commercialisation et de promotion des produits du Saint-Laurent (Gaspésie Gourmande, Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine, Le Goût de la Côte-Nord, par exemple), mais elles doivent composer avec des moyens limités.

Ces initiatives, de même que les projets potentiels de mise en marché domestique, pourraient être appuyés et renforcés par la création d'un organisme économique ayant pour vocation de structurer les filières et la commercialisation de ces produits au Québec. En plus de consolider les relations d'affaires entre les acteurs privés et publics, une telle instance se trouverait également en position d'intervenir sur un certain nombre de problématiques communes, telles la mise en valeur des coproduits ou alors la mutualisation de technologies innovantes coûteuses.

---

<sup>6</sup> Voir par exemple : AUBERT BONN, A. (2021). *GIMXPORT fête son 25e anniversaire rempli de belles réussites et le secteur des pêches demeure une priorité de l'organisme*. Pêche Impact, 6 juillet 2021. En ligne : <https://www.pecheimpact.com/gimxport-fete-son-25e-anniversaire-rempli-de-belles-reussites-et-le-secteur-des-peches-demeure-une-priorite-de-lorganisme/>

## ***Conclusion***

Face aux perturbations actuelles et à venir de l'économie des pêches, la mise en marché domestique des poissons et fruits de mer québécois peut s'avérer une voie de passage prometteuse pour les entreprises gravitant autour de ce secteur d'activité. Des ressources et leviers institutionnels supplémentaires devront toutefois être déployés afin de parvenir à mieux concilier l'hétérogénéité des contraintes sectorielles et régionales qui sont propres aux différentes filières et marchés de produits marins.

Tel fut effectivement le constat des intervenants réunis au Forum des entrepreneurs, à l'issue duquel ont été identifiées comme secteurs privilégiés d'intervention la participation à l'approvisionnement alimentaire public de même que la coordination des efforts de commercialisation visant le marché domestique.

La mise à jour de la Politique bioalimentaire du Québec apparaît, dans cette perspective, comme une occasion d'accélérer la transition des communautés côtières vers davantage d'autonomie alimentaire, en définissant des orientations et des politiques publiques allant dans le sens des avancées réalisées dans le cadre de la SNAAQ. Le Québec tout entier pourrait ainsi bénéficier d'une économie des pêches plus forte, davantage tournée vers le développement des marchés, des chaînes de valeur et des entreprises d'ici.

Samuel Bédard  
Chercheur à IRÉC