



L'achat local, un réflexe essentiel à cultiver





La crise de la COVID-19 aura permis de conscientiser les Québécoises et les Québécois sur la fragilité des lignes d'approvisionnement dans plusieurs domaines, notamment alimentaire. Alors que les frontières se ferment et que le transport des marchandises devient plus difficile, certains produits risquent de manquer.

Malgré les risques de pénurie alimentaires, évoqués notamment par l'Union des producteurs agricoles, de difficultés pour la circulation des travailleurs étrangers temporaires et l'état chaotique des marchés, c'est dans un appel à la consommation locale que de nombreux consommateurs ont pu poser un geste pour appuyer les producteurs d'ici.

Les producteurs laitiers du Québec et du Canada font depuis longtemps appel à cette solidarité avec les consommateurs grâce à son logo de la petite vache bleue, qui permet de distinguer les produits laitiers faits à 100 % avec du lait d'ici. Printemps 2020, au début du confinement, Les Producteurs de lait du Québec ont également participé à l'initiative *On se serre les coudes* pour stimuler la consommation locale. Finalement, plusieurs fromageries d'ici se retrouvent désormais sur le site web du Panier Bleu, une autre initiative visant à promouvoir la consommation de produits locaux.

La consommation locale, les efforts des producteurs et le réalignement de l'industrie auront permis dès la fin du printemps de revenir à une certaine stabilité dans l'arrimage entre la demande et la production. Si bien que, dès décembre 2020, la coupure dans le droit de produire qui avait été rendue nécessaire par les changements dans le marché au printemps était réémise.

BUYING LOCAL, AN ESSENTIAL REFLEX TO DEVELOP

The COVID-19 crisis has made Quebecers more aware of the fragility of supply lines in many areas, including food. When borders close and transporting goods becomes harder, some products may not be available.

Despite the risks of food shortages, which were specifically raised by the Union des producteurs agricoles, the travel difficulties faced by foreign temporary workers and the chaotic market conditions, many consumers showed their support for local producers by calling for local consumption.

Les Producteurs de lait du Québec and Dairy Farmers of Canada have long called for this form of solidarity with consumers through the Blue Cow logo, which indicates that dairy products are made with 100% local milk. In the spring of 2020, as the lockdown began, Les Producteurs de lait du Québec also participated in the *On se serre les coudes* initiative to encourage local consumption. Finally, several cheese plants in Quebec joined the Panier Bleu website, another initiative aimed at promoting local product consumption.

Local consumption, producers' efforts, and the realignment of the industry were all reasons why it was possible to regain some stability in the balance between demand and production by the end of spring. All of this was done so effectively that the quota that had to be cut due to market changes in the spring was reissued in December 2020.

2020:
solidarité accrue des
consommateurs pour les
produits d'ici

*2020: greater solidarity shown
by consumers for local products*

