



National Farmers Union - NB
Union nationale des fermiers - N.-B.



info@nfunb.org
nfunb.org
(506) 260-0087

Conférence sur les marchés fermiers - 2025

Organisée par L'Union nationale des fermiers au Nouveau-Brunswick

Rapport final

Préparé par : Amanda Wildeman

amanda.wildeman@gmail.com

Le 8 mai 2025

Strong Communities. Sound Policies. Sustainable Farms.

Des communautés solidaires et des politiques sensées pour une agriculture durable.



Pourquoi la conférence :

Les marchés fermiers sont l'un des nombreux canaux utilisés par les agriculteurs pour offrir leurs produits aux consommateurs. À ce titre, l'UNF-NB participe à la création et à la mise à jour annuelle d'une carte des marchés fermiers de la province du Nouveau-Brunswick depuis 2016. Suzanne Fournier, Directrice exécutive de l'UNF-NB, a piloté cet événement pour répondre à un besoin exprimé par les gestionnaires, le personnel et les bénévoles de ces marchés. Cette conférence a été rendue possible grâce au soutien financier du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et des Pêches (MAAP).

Cette conférence, la première du genre au Nouveau-Brunswick, se voulait une journée de discussion, de collaboration et d'apprentissage. Elle a été principalement consacrée à des discussions facilitées sur des sujets tels que les programmes et les ressources nécessaires, les programmes de coupons nutritionnels et la question de savoir si une association de marchés fermiers serait bénéfique pour les marchés du Nouveau-Brunswick.

Qui a participé :

La conférence a attiré un grand nombre de participants, dont des gestionnaires de 17 des 46 marchés de la province. Environ la moitié d'entre eux étaient des marchés gérés par des bénévoles, l'autre moitié des marchés gérés par les municipalités, la plupart venaient du sud de la province, mais il y avait une bonne représentation des marchés des communautés anglophones et francophones.

Des représentants du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Pêche, ainsi que de la Santé publique étaient présents. Des représentants du Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture (TPC) ont été invités mais n'ont pas pu être présents. Les orateurs invités comprenaient les directeurs exécutifs des « Farmers Markets of Nova Scotia » et de l'Association des Marchés Publics du Québec. Des représentants d'Aliments pour tous NB, de Saveur NB et de l'Université St. Thomas étaient également présents.

Principaux thèmes :

Q & R Santé publique :

La discussion a été très animée. La question la plus fréquemment posée était de savoir qui a besoin d'une licence de Santé publique ?

Réponse : Tous les vendeurs qui fabriquent des produits destinés à être consommés par des êtres humains doivent être en contact avec le service de Santé publique, ce qui soulage le responsable du marché.

Qu'ils aient besoin ou non d'une licence, les services de Santé publique enverront une lettre au



vendeur et au responsable du marché indiquant ce que le vendeur est autorisé à vendre. S'il souhaite modifier ses activités ou sortir du cadre fixé, il doit déposer une nouvelle demande. Les demandes sont gratuites. Le délai d'obtention est compris entre 48 heures et deux semaines.

Justin Cantafio – Boursier Nuffield, présent sa recherche intitulée : *Rooted in Place: The Role of Farmers' Markets in Building Sustainable Food Systems in Canada.* (Enracinés sur place : Le rôle des marchés fermiers dans la mise sur pied de systèmes alimentaires durables au Canada)

Jill Mulholland – Directrice du marketing et du développement des entreprises, Ministère de l'Agriculture, de l'Acquaculture et de la Pêche.

Elle est responsable de la stratégie locale en matière d'alimentation et de boissons depuis 2018/19. Cette stratégie arrive actuellement à échéance et l'on étudie la procédure à suivre pour la renouveler et les types d'engagement public qui seront mis en place ; on devrait le savoir d'ici quelques mois.

Certains financements sont disponibles pour les marchés dans le cadre du PCAD, notamment : le programme d'accès au développement des marchés, le consommateur direct, les présontoirs, les glacières, les congélateurs, bien que certains de ces fonds ne soient destinés qu'aux vendeurs. Si les marchés souhaitent que la camionnette d'Achetez Local et les étudiants d'été visitent leur marché, ils doivent le lui faire savoir et elle essaiera.

Elle a parlé des défis que pose l'obtention d'un permis de vente de spiritueux et de bière dans les marchés - ce n'est pas la responsabilité de son ministère, il faut passer par la Justice et la Sécurité publique et il y a des changements de politique qui sont dans les politiques d'Alcool NB et qui doivent être changées. Il faudra déployer des efforts soutenus pour les rallier à la cause.

Panel sur l'Association des marchés fermiers - Justin Cantafio, Directeur général, Farmer's Markets of Nova Scotia (FMNS), et Jean-Nick Trudel, Directeur général, Association des marchés publics du Québec (AMPQ).

FMNS – Crée en 2004, il s'agit d'une coopérative à but non lucratif, dont les membres sont des marchés et qui compte 43 marchés membres. La province compte le plus grand nombre de marchés par habitant au Canada. Elle promeut une politique de fabrication, de cuisson et de culture dans tous les marchés (pas de revendeurs). Elle se concentre sur le marketing et la promotion, crée une carte des marchés imprimée et numérique, dispose d'un site web, de médias sociaux, de marchandises, d'un bulletin avec un taux de lecture très élevé, propose des formations et un développement professionnel, et s'occupe du lobbying et de la défense des intérêts. La FMNS compte trois employés à temps plein, y compris le Directeur général, il a créé un programme de coupons nutritionnels en 2018 ; en 2024 il y avait un programme de coupons



« NS Loyal » de 2 millions de dollars qui donnait 10 \$ à chaque enfant en âge de fréquenter l'école primaire dans la province, qui s'étend cette année à l'école secondaire. L'association facture 1,70 \$ par vendeur et par semaine d'activité, ce qui représente les frais d'association les plus élevés du pays, mais le modèle est ce qu'elle estime être le plus équitable. Ce n'est toujours pas suffisant pour financer tout ce qu'ils font et ils reçoivent des fonds du gouvernement. La FMNS a joué un rôle déterminant dans la modification de la législation afin d'autoriser la bière, l'alcool et la dégustation dans les marchés.

AMPQ – Elle a le but de représenter le plus grand nombre de marchés possible, les frais de marché sont de 160 \$ par an, suffisamment bas pour que presqu'aucun marché ne puisse les refuser et pour que l'association puisse dire qu'elle représente 95 % de tous les marchés publics de la province lorsqu'elle traite avec le gouvernement. L'association reçoit un financement opérationnel de 150 000 dollars par an, ce qui lui permet d'employer 1,5 personne, y compris le Directeur général. Les marchés membres sont à 50 % urbains et à 50 % ruraux. Ils ont accueilli 40 marchés au cours des cinq dernières années. Le Québec n'autorise pas non plus l'alcool artisanal ou l'échantillonnage d'alcool dans les marchés publics, bien qu'il y ait une chance que cela change d'ici la fin de 2025.

Sept avantages offerts par une association :

1. Résilience - une continuité alors que de nombreux marchés ont de nouveaux gestionnaires (employés ou bénévoles) presque chaque année.
2. Mise en réseau - tous les gestionnaires de marché travaillent de manière isolée.
3. La solidarité
4. La représentation
5. Défendre des intérêts communs
6. Saisir et diffuser l'information
7. Ils interagissent avec le gouvernement au nom de leurs membres

Domaines à approfondir / opportunités :

Alcool artisanal :

La mise en œuvre de la Loi sur les boissons alcoolisées et de ses règlements est du ressort du Ministère de la Justice et de la Sécurité publique (JSP). À l'heure actuelle, seuls les établissements vinicoles et les hydromels artisanaux sont autorisés à vendre dans les marchés fermiers, ce qui exclut la bière artisanale, le cidre et les spiritueux ; aucune boisson alcoolisée ne peut être dégustée dans les marchés fermiers.

Cette discussion est en cours avec les producteurs d'alcool artisanal qui insistent sur ce point, ainsi qu'avec les marchés. Il y a des étapes à venir, mais il faut un effort coordonné et il faudra passer par les voies politiques pour changer les choses, car cela ne figure pas dans la loi sur la



réglementation des alcools, ni dans aucun des sept règlements qui en découlent. Il doit donc s'agir d'une politique d'Alcool NB.

Création d'une Association de marchés fermiers :

Un groupe de travail s'est réuni pour discuter de l'intérêt de créer une association de marchés fermiers au Nouveau-Brunswick. Justin Cantafio et Jean-Nick Trudel ont indiqué qu'il faudrait au moins 10 marchés pour démarrer une association. Maxime Gauvin, Directeur général de la nouvelle association Saveur NB, était présent et a indiqué que, selon le mandat de son organisation, il y aurait de l'espace pour héberger une association de marchés (l'option la plus rapide) ou pour embaucher une personne qui s'occuperait des activités quotidiennes d'une association distincte. L'UNF-NB a fait remarquer que c'est aux marchés de prendre cette décision et que son organisation n'essaie pas de forcer les choses, mais de soutenir les besoins des marchés.

Marketing des marchés :

De nombreux responsables, employés et bénévoles souhaitaient apprendre à mieux commercialiser leurs marchés. Presque tous disposent de médias sociaux, mais souhaiteraient étendre leur portée au-delà de leur communauté. De nombreux marchés utilisent déjà les stations de radio locales et les lignes de radio communautaires ou à but non lucratif gratuites. Cela semble être le meilleur moyen d'étendre la portée du marché au niveau individuel.

Future Conférence de marchés fermiers :

L'idée de faire de ce type de conférence une activité annuelle a suscité de l'intérêt, mais les dates, les lieux et les hôtes n'ont pas été discutés.

Information à circuler :

- Coordonnées des responsables de la Santé publique et des bureaux de développement des entreprises
- Informations sur les possibilités de financement

Résultats et prochaines étapes

Généralités

L'UNF-NB continuera d'assurer la liaison avec les marchés fermiers du N.-B. et de représenter le N.-B. au sein de la Coalition des marchés de producteurs canadiens, jusqu'à ce qu'une association officielle soit créée. Cela comprendra également le partage de l'information ci-dessus pour la faire circuler dans tous les marchés du Nouveau-Brunswick.

Création d'une Association au Nouveau-Brunswick

Tous les directeurs de marché, le personnel et les bénévoles qui ont assisté à la réunion ont été



interrogés sur leur intérêt à poursuivre les conversations sur la création d'une association. 16 des 17 marchés présents ont exprimé leur intérêt. Cinq marchés supplémentaires ont exprimé leur intérêt à la suite d'une communication par courrier électronique avec les responsables de marché, le personnel et les bénévoles qui n'ont pas pu assister à la conférence.

L'UNF-NB, avec l'appui du MAAP, de Saveur NB et des associations de Marchés Publics Canadiens, organisera et facilitera les réunions et les discussions avec les marchés de fermiers du Nouveau-Brunswick. Les possibilités de financement, la structure organisationnelle, l'administration et les autres détails seront décidés uniquement par les marchés fermiers du Nouveau-Brunswick.

Alcool artisanal

L'UNF-NB continuera de travailler avec les marchés de producteurs, le MAAP, Savourez le Nouveau-Brunswick et le S&JP afin d'obtenir des changements de politique qui permettront d'accroître les ventes d'alcool artisanal dans les marchés de producteurs.

Annexes :

1. Ordre du jour
2. Liste des participants
3. Liste de tous les commentaires des participants – non édités, tels qu'ils furent écrits



Annexe 1 - Agenda

National Farmers Union in NB - Union Nationale des Fermiers du N.-B.

FARMERS' MARKETS CONFERENCE / CONFÉRENCE DES MARCHÉS FERMIERS

AGENDA / ORDRE DU JOUR

Sunday, May 4, 2025 / Dimanche le 4 mai, 2025

9:30 am / 9h30	Registration / Inscription
10:00 am / 10h00	Welcome and translation information. Ice breaker session Accueil et informations sur la traduction. Séance « Faire connaissance »
10:45 am / 10h45	Department of Health – Question & Answer Session: Health and Safety Regulations Ministère de la Santé – Séance de questions-réponses : Règlements en matière de santé et de sécurité
11:15 am / 11h15	Justin Cantafio - Executive Director, Farmers Markets Nova Scotia, Nuffield Presentation Directeur exécutif «Farmers Markets Nova Scotia » Présentation de la recherche Nuffield
12:00 pm / 12h00	Lunch prepared by The Happy Baker Dîner préparé par Happy Baker
1:00 pm / 13h00	Jill Mulholland - Department of Agriculture Manager of Marketing and Trade Gestionnaire de Marketing et commerce du ministère de l'Agriculture
1:20 pm / 1h20	Panel - Justin Cantafio (FMNS) & Jean-Nick Trudel (AMPQ) discuss how their associations were created and current programs, such as nutrition coupons Discutent de la création de leurs associations et de leurs programmes actuels, tels que les coupons nutritionnels
1:55 pm / 13h55	Break / Pause
2:10 pm / 14h00	Discussion session: Supports and Resources needed Does NB need a Farmers' Markets Association? Séance de discussion : Soutiens et ressources nécessaires Le Nouveau-Brunswick a-t-il besoin d'une association des marchés fermiers ?
4:00 pm / 16h00	Meeting Wrap up / Réunion ajournée



Annexe 2 – Liste des participants

Nom	Marché / l'organisation / ministère
Buffy Wasson	Fredericton Boyce
Stéphanie Sonier	Tracadie
Tracy Petley	Bass River
Gaetan Noel	Dieppe
Andrew MacDonald	Ville de Saint John et Nuit
Erica Batten	Moncton
Susan Linkletter	Salisbury
Vanessa Blackier	Sackville
Heather Wallace	Perth Andover
Linda Copage	St. Martins
Nikki McKeand	St. Andrews
Ashley Johnston	Garrison
Levi Willet	Kingston
Norma Milne	Kouchibouguac
Alexander Milne	Kouchibouguac
Sara Shackleton	Gagetown
Lisette Côté	Grand-Sault
Maxime Gauvin	Saveur NB
Dr. Monika Korzun	l'Université St. Thomas
Veronique Leblanc	MAAP Croissance des entreprises Bouctouche
Maïna Béland-Rahm	Aliments pour tous NB
Jill Mulholland	MAAP Marketing et commerce
Joel-Andre Hachey	Santé publique
Theresa Latrulio	Santé publique
Justin Cantafio	FMNS
Jean-Nick Trudel	AMPQ



Amanda Wildeman	Facilitatrice
Ron Fournier	Interprète
Sara Kivioja	L'UNF-NB, Coordonnateur de la sensibilisation communautaire
Suzanne Fournier	L'UNF-NB, Directrice exécutive

Annexe 3 - Liste de tous les commentaires des participants – non édités, tels qu'ils furent écrits

Questions demandées :

De quoi votre marché a-t-il besoin pour se développer ?

Des défis à relever ?

Programmes / formations / financements spécifiques

Autres idées ?

De nombreuses idées ont été réorganisées par Amanda en groupes en temps réel et ne sont pas nécessairement classées dans une catégorie particulière :

- Un soutien local accru.
- Plus d'éducation pour les consommateurs - briser les mythes sur les marchés fermiers.
- Éducation des consommateurs - ils ont perdu le lien avec leur nourriture - les enfants ne savent pas d'où vient un œuf.
- Des idées pour développer notre marché.
- Comment attirer les jeunes sur les marchés ?
- Les ressources.
- La collaboration avec les entreprises et les municipalités a permis d'accroître la sensibilisation et l'engagement.
- L'argent, l'argent, l'argent \$.
- Comment augmenter le nombre de vendeurs.
- Plus de variété.
- Plus de fermiers.
- Plus de producteurs.
- Obtenir plus de / nouveaux vendeurs agricoles.
- Plus de diversité au niveau des vendeurs + des consommateurs + de la gestion, mais pas de grossistes.
- Des coopératives alimentaires au sein des marchés de producteurs.
- Développer l'alcool artisanal dans les marchés fermiers.
- Capacité à servir de l'alcool – microbrasseries.
- Autoriser la vente de bière (artisanale) & de produits alcoolisés distillés locaux.



- Autoriser la consommation d'alcool dans les marchés.
- Accessibilité physique.
- Infrastructure - de l'argent pour développer l'électricité.
- Stationnement.
- Emplacement permanent / manque d'espace intérieur.
- Emplacement permanent.
- Foule à l'intérieur pendant l'hiver (risque de COVID, etc.).
- Meilleur système de transport en commun.
- De longues heures d'ouverture.
- Annulations.
- Qu'il pleuve ou qu'il vente - situations / plan d'urgence météorologique.
- Comment compter les foules ?
- Réfrigérateur pour le magasin communautaire, les coûts de publicité sont élevés, manque de financement pour l'équipement.
- Relations avec la communauté, énergie (hydroélectricité), la concurrence est une « mauvaise » attitude.
- Difficulté à trouver un modèle d'entreprise financièrement durable.
- Meilleure rémunération.
- Rôle désigné « gestionnaire de marché » + « assistant de marché ».
- Rémunérer les gestionnaires / coordinateurs de marché.
- Personnel / travailleurs.
- Roulement du personnel.
- La population vieillissante n'est plus en mesure de faire du bénévolat, il faut que les jeunes s'impliquent ; les derniers manquent dans ce domaine.
- Conflits d'intérêts au sein des conseils d'administration (gouvernance + politique).
- Trop de technologie, pas de sens de la communauté.
- Incompréhension du gouvernement quant au rôle et aux avantages des marchés fermiers.
- Manque de clarté des réglementations, des processus, etc. pour les marchés et les vendeurs de la part du GNB.
- Rencontre annuelle avec les marchés fermiers.
- Que l'UNF-NB s'engage ou dirige le divertissement, atteintes aux bibliothèques par les jeunes, Science East à participer dans les marchés du NB.
- Commissions de services régionaux (CSR) – Plan de croissance économique (mettre l'accent sur les aliments, sur l'agriculture), les utiliser pour combler les lacunes et obtenir des fonds.
- Comment centrez-vous « le fermier » dans le marché fermier ?
- Comment mesurez-vous l'impact économique et social de votre marché fermier ?
- Qui manque à votre marché ? Représentez-vous et célèbrez-vous l'ensemble de votre communauté ?
- Comment votre marché fermier contribue-t-il à lutter contre l'insécurité alimentaire ?
- Promouvoir les MF en tant qu'élément de la solution à la sécurité alimentaire.
- Une certification pour identifier les agriculteurs qui sont locaux (et non les grossistes).



- Des relations avec les universités, les étudiants, les bénévoles, les subventions, la recherche.
- Page FB du NB ou du Canada atlantique pour poser des questions et collaborer.

Programmes / formation / financement

- Une session de formation serait utile.
- Rédaction de demandes de subvention.
- Quels sont les types de fonds disponibles ?
- Financement pour les coupons de marché / les dollars de marché.
- Formations pour la main-d'œuvre étudiante - Sécurité alimentaire, premiers soins, visites de fermes pour les étudiants, subventions disponibles ?
- Possibilités de mise en réseau, programmes de marketing et de vente.
- Des programmes similaires à ceux du tourisme expérientiel (SHIFT).
- Subventions pour les sites web.
- Formation en marketing pour les vendeurs.
- Campagnes multimédias gouvernementales visant à promouvoir les marchés fermiers.
- Marketing pour les agriculteurs afin qu'ils soient plus attrayants pour les consommateurs / mangeurs.
- Davantage de marketing et de promotion des marchés fermiers.