



**HAL**  
open science

## La mise en marché du bois en forêt privée

Hugues Belzile

► **To cite this version:**

Hugues Belzile. La mise en marché du bois en forêt privée. Revue forestière française, 1979, 31 (S), pp.92-98. <10.4267/2042/21355>. <hal-03397183>

**HAL Id: hal-03397183**

**<https://hal.science/hal-03397183v1>**

Submitted on 22 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

---

# LA MISE EN MARCHÉ DU BOIS EN FORÊT PRIVÉE

Hugues BELZILE

---

Après avoir retracé le mieux possible le cheminement vécu par les propriétaires forestiers pour améliorer les conditions de mise en marché de leur production, nous examinerons les mécanismes utilisés pour ordonner la mise en marché du bois provenant de la forêt privée et, finalement, nous essaierons de voir quelles améliorations pourraient être apportées à ces mécanismes.

## ÉVOLUTION DE LA MISE EN MARCHÉ DU BOIS EN FORÊT PRIVÉE

La valeur du bois produit en forêt privée au Québec et livré aux usines dépasse, en 1979, les 400 millions de francs. L'importance économique de cette forêt justifie donc largement la recherche par les propriétaires des mécanismes les plus appropriés pour vendre leur production aux meilleures conditions possibles.

Un des aspects les plus négatifs du système de la libre entreprise dans les activités commerciales est le fait que les parties non organisées, donc les plus vulnérables, sont naturellement des victimes faciles des partenaires commerciaux et n'obtiennent pas toujours ce qui leur revient en toute équité. L'achat du bois provenant de la forêt privée se caractérisait, il y a une vingtaine d'années, par l'absence quasi totale du propriétaire forestier dans l'établissement des conditions de vente. A cause de son isolement et du manque de moyens et de ressources pour connaître et comprendre le marché du bois, le producteur recevait pour un volume de bois déterminé par l'acheteur, le prix que celui-ci établissait unilatéralement dans des périodes de mise en marché dites « difficiles » et, malheureusement pour lui, ces périodes semblaient se répéter au gré de l'acheteur. La vulnérabilité des producteurs forestiers était augmentée par la taille réduite de leurs exploitations et par le nombre relativement important de celles-ci.

Une commission d'enquête sur les pratiques restrictives du commerce, créée par le gouvernement du Canada, a d'ailleurs établi et dénoncé l'existence d'un monopole pratiqué par certaines sociétés de pâtes et papiers qui, de concert avec leurs courtiers engagés dans l'achat du bois, obtenaient à vil prix le bois de ces producteurs incapables de se défendre.

C'est à partir d'une telle situation qu'à la fin des années 1950, les propriétaires forestiers et les agriculteurs du Québec, à la suite des démarches soutenues de leur organisation syndicale

(l'Union des producteurs agricoles), obtenaient une législation (application au bois de la loi sur la mise en marché des produits agricoles) leur permettant de négocier collectivement les conditions relatives à la vente de leur production. En plus de ces pouvoirs de négociation, cette législation accorde aux propriétaires forestiers la possibilité d'établir des plans (plans conjoints) pour la mise en marché du bois, considéré comme un produit agricole au sens de cette loi. Il est bon de noter ici que, même si cette législation s'appliquait à l'ensemble des produits agricoles mis en marché au Québec, le secteur de la production de la forêt privée fut un des premiers à s'en prévaloir. C'est ainsi que dès 1957, les premiers plans conjoints de mise en marché du bois étaient appliqués ; ils étaient administrés alors par des Offices de producteurs constitués de propriétaires forestiers élus en assemblée générale. Quelques années plus tard, la loi permet l'administration des plans conjoints par des syndicats professionnels.

Au cours des premières années, l'action des plans conjoints fut concentrée sur le redressement des prix payés pour le bois destiné à la fabrication des pâtes et papiers et qui, dans la plupart des cas, ne couvraient même pas les dépenses d'exploitation. Cette action fut menée sur deux fronts principaux ; d'une part, en utilisant pleinement les mécanismes de négociation, de conciliation et d'arbitrage prévus par la loi et d'autre part, en éliminant, dans la mesure du possible, les intermédiaires inutiles dans le processus de mise en marché du bois.

Sur une période de 10 ans, soit entre 1965 et 1975, les prix, à l'échelle du Québec, ont augmenté de 85 % à l'usine et de 107 % chez le producteur pour les bois d'essences résineuses, alors que pour les essences feuillues, ils ont augmenté respectivement de 98 % et 125 %. En dollars constants, ces augmentations ont été de 32 % et 43 % pour les essences résineuses et feuillues respectivement, et cela pour les prix au chemin du producteur.

Comme ces chiffres le montrent, d'une part, la plus forte augmentation aux producteurs est le fruit de l'action menée vers la diminution des coûts de mise en marché par l'élimination de certains intermédiaires et, d'autre part, les augmentations obtenues en dollars constants résultent du rattrapage effectué tout en protégeant le pouvoir d'achat du producteur.

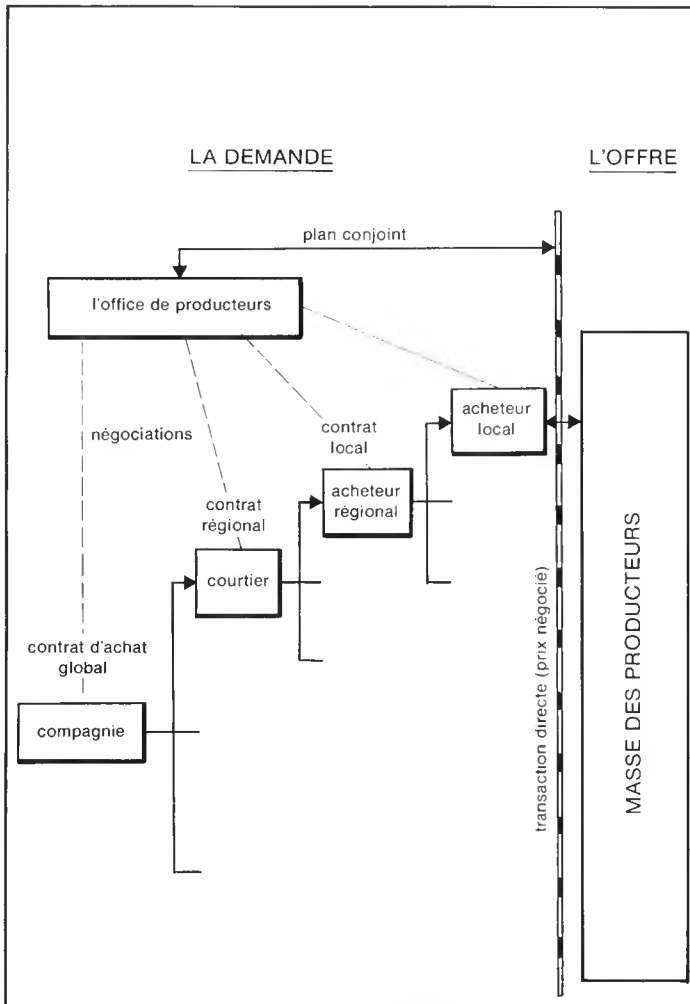
### ENCADREMENT DE LA MISE EN MARCHÉ

La loi sur la mise en marché des produits agricoles confère aux personnes intéressées la capacité légale d'organiser collectivement la mise en marché d'une production agricole par le biais d'un mécanisme appelé « plan conjoint ». Cette loi s'applique dans le cas du bois produit en forêt privée, comme pour tous les produits agricoles mis en marché au Québec.

Le plan conjoint constitue donc, après son acceptation par les propriétaires forestiers, l'application concrète des dispositions de la loi.

D'une façon générale, les objectifs d'un plan conjoint peuvent se définir, lorsqu'il est mis en application comme suit :

- obtenir pour l'ensemble des producteurs intéressés, les conditions de mise en marché les plus avantageuses ;
- ordonner et contrôler la production afin d'obtenir un produit de qualité supérieure, rencontrer les exigences et les besoins du marché de consommation et éviter une surproduction ;
- mettre en œuvre les moyens de réduire le coût de la mise en marché du produit, abaisser le prix de revient et améliorer les conditions de production ;
- accroître la qualité du produit et augmenter la productivité ;



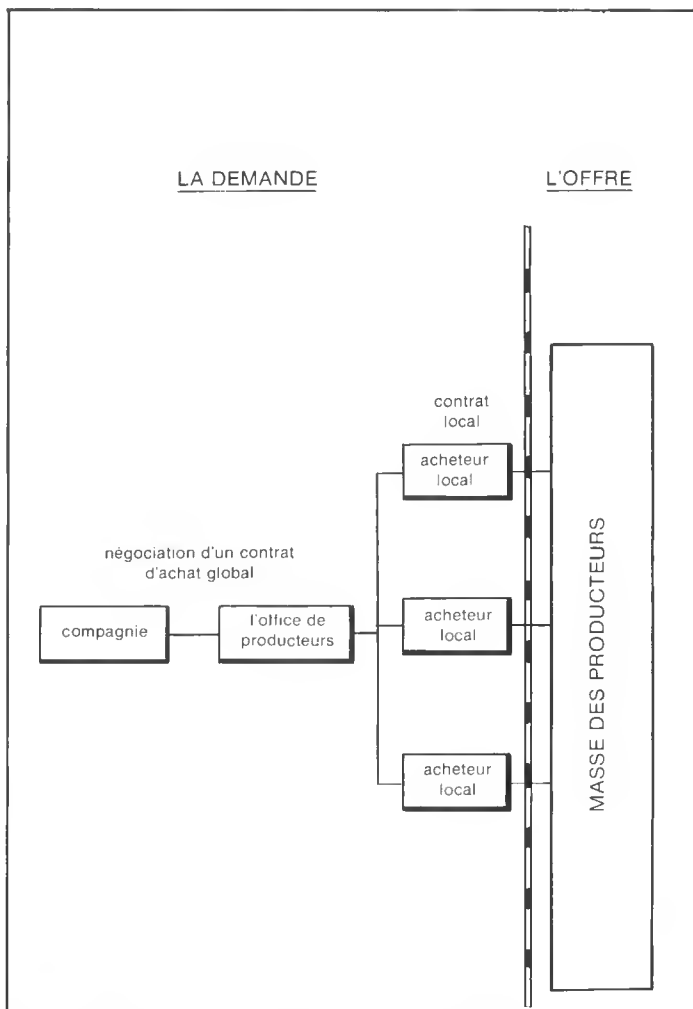
CONDITIONS DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DANS LES RÉGIONS OU L'OFFICE DE PRODUCTEURS AGIT COMME AGENT NÉGOCIATEUR

Tiré de Paillé, G. 1976. L'aménagement des forêts privées du Québec. Le fonds de recherches forestières de l'Université Laval. Québec. Bulletin no 14

- prendre toute initiative ayant pour objet d'augmenter la consommation du produit ;
- rationaliser le transport du produit et mettre en œuvre les moyens afin d'en réduire le coût ;
- coopérer avec tout organisme au niveau provincial ou fédéral en vue de la mise en marché du produit.

Le plan conjoint est administré par un organisme professionnel (syndicat ou fédération) qui joue alors le rôle d'un office de producteurs lorsqu'il est accrédité par la Régie des marchés agricoles, organisme chargé de veiller à l'application de la loi. Le syndicat de producteurs remplit le rôle d'agent de négociation et peut aussi, si tel est le désir des producteurs, remplir celui d'agent de vente dans la mesure où ce rôle est accepté par la Régie.

La mise en marché du bois des forêts privées au Québec est donc assurée par le biais de plans conjoints régionaux administrés par des syndicats de producteurs de bois. Dans la majorité des



**CONDITIONS DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DANS LES RÉGIONS OU L'OFFICE DE PRODUCTEURS AGIT COMME AGENT DE VENTE**

Tire de Paille, G. 1976. L'aménagement des forêts privées du Québec. Le Fonds de recherches forestières de l'Université Laval, Québec. Bulletin no 14

cas, les syndicats remplissent le rôle d'agent de vente en plus de celui d'agent de négociation, tel que la loi le prescrit.

Il est bon de noter ici que ce n'est pas dû au hasard si tous les plans conjoints ne remplissent pas exactement les mêmes rôles. L'application, par voie de règlements, des pouvoirs octroyés par la loi, permet d'intervenir lorsque des situations particulières de mise en marché le justifient.

Ainsi par exemple, la constitution d'un syndicat ou d'un office de producteurs en agent de vente a pour but de confier à un seul responsable l'organisation de la vente et de la livraison du bois dans un territoire donné, diminuant ainsi le nombre d'intermédiaires qui, forcément, augmentent les coûts de mise en marché. Or dans certains cas, cette mise en marché s'effectue sans intermédiaires et le système de partage des marchés est généralement respectueux des objectifs du plan conjoint puisqu'il aura été négocié entre le syndicat et l'industrie acheteuse. Par conséquent, il n'est alors pas nécessaire, pour le syndicat ou l'office, d'être investi des pouvoirs d'agent de vente.

## STRUCTURES PROFESSIONNELLES

Comme nous le notions précédemment, la mise en marché du bois en forêt privée au Québec se réalise par le biais d'un mécanisme légal (plan conjoint) appliqué régionalement et administré par un organisme professionnel appelé « Syndicat des producteurs de bois ». Toutes les régions du Québec, sauf celle de Montréal, sont couvertes par un plan conjoint de mise en marché du bois. Ces plans sont administrés par des syndicats de producteurs dans neuf des treize régions actuellement couvertes. Les autres le sont par des offices de producteurs qui ne remplissent essentiellement que le rôle d'administrateurs des plans visés. Dans ces régions cependant, des syndicats existent et dans la mesure où la Régie des marchés agricoles les jugera représentatifs et qu'ils en feront la demande, ils remplaceront alors les offices comme administrateurs de ces plans conjoints.

Les syndicats régionaux de producteurs de bois se sont regroupés dans une fédération de producteurs à l'échelle du territoire québécois. L'objectif fondamental de la fédération est de promouvoir un minimum d'unité et de coordination dans les actions menées par ces syndicats régionaux particulièrement en ce qui concerne la mise en marché du bois. Elle agit aussi comme représentante des propriétaires forestiers auprès des Pouvoirs publics afin d'améliorer les législations, décrets et règlements qui les concernent. Par son affiliation à l'Union des producteurs agricoles, elle profite d'une voix importante dans la défense des conditions de vie rurale au Québec.

## PERSPECTIVES ET DÉVELOPPEMENT

Environ 60 % de tout le volume de bois produit en forêt privée annuellement au Québec est mis en marché suivant le mécanisme des plans conjoints. En effet, seule la partie de la production destinée à la fabrication des pâtes et papiers est systématiquement couverte par les plans conjoints existants. Les bois destinés au sciage le sont très partiellement, tandis que les autres produits de la forêt tels les arbres de Noël, les produits de l'érable, le charbon de bois, les huiles essentielles et le bois de chauffage ne le sont pas.

Par ailleurs, malgré l'importance des pouvoirs que leur confère la loi sur la mise en marché des produits agricoles, les plans conjoints demeurent vulnérables lorsqu'il s'agit de planifier un marché pour tout le bois produit en forêt privée conformément à la capacité de production de cette forêt. En effet, ne disposant d'aucun mécanisme pouvant intervenir au niveau du partage des marchés, et étant à peu près absents du secteur de la transformation, les propriétaires forestiers subissent la concurrence involontaire, mais réelle, du ministère des Terres et Forêts du Québec qui, par sa responsabilité d'administrateur de la forêt publique, représente l'autre source d'approvisionnement de l'industrie. Dans les périodes de forte activité dans l'industrie forestière, la forêt privée, à cause de sa situation géographique privilégiée, est soumise à une surdemande susceptible d'entraîner une surproduction. Par contre, dans les périodes de faible demande, les utilisateurs cherchent à obtenir leur approvisionnement dans les régions les plus proches des usines tout en refusant certaines essences de moindre qualité qui, lorsque le marché est bon, sont introduites dans la fabrication de leur produit. Cette situation engendre des difficultés importantes dans la planification de la mise en marché par les plans conjoints, et le contrôle de la production en forêt privée s'en trouve beaucoup plus compliqué.

L'ampleur des problèmes et des lacunes que nous venons d'identifier dans l'organisation de la mise en marché du bois en forêt privée au Québec, imposent aux personnes et aux organismes impliqués l'obligation de mettre en place les mécanismes susceptibles d'apporter les correctifs appropriés.

*Photo Documentation photographique (Québec)*



Au niveau des propriétaires forestiers, il leur faut organiser, par le biais de leurs plans conjoints, la mise en marché de toute la production du bois en provenance de la forêt privée et non pas uniquement le bois destiné à la fabrication des pâtes et papiers. Même si les marchés pour le bois utilisé à d'autres fins, surtout le sciage, sont beaucoup plus fluctuants en raison principalement de la nature même des marchés pour le produit fini, il demeure néanmoins impensable que 40 % de la production ne soient pas planifiés.

## H. BELZILE

Cette intervention doit nécessairement s'accompagner d'un engagement de l'État, par le biais du ou des ministères concernés, de mettre en place les mécanismes appropriés pour réaliser une véritable planification de toute la matière ligneuse au Québec. Cette planification doit se réaliser en obligeant tous les utilisateurs, sans exception, à identifier leurs véritables besoins de matière ligneuse sur une période suffisamment longue, et en tenant compte de l'évolution constante des marchés. De la même façon, tous les fournisseurs de matière première devraient établir leurs prévisions de mise en marché pour quelques années à l'avance afin d'ajuster la production aux besoins des marchés.

Jusqu'à maintenant, les utilisateurs ont refusé leur participation à un programme visant à planifier la distribution de la matière ligneuse au Québec. L'industrie des pâtes et papiers considère que sa situation ne pourrait vraiment s'améliorer avec un tel programme. Quant à l'industrie du sciage, le fait que son intégration soit de plus en plus poussée avec la première rend tributaire et entretient forcément la même opinion sur l'opportunité de réaliser une telle planification. Il importe donc, dans ce cas, que l'État intervienne et impose des règles du jeu dans ce partage des marchés du bois au Québec.

Finalement, un autre projet majeur, vers lequel les propriétaires forestiers pourraient orienter leur action, est la participation à la transformation de leur production. Depuis quelques années, une intervention de ce genre se manifeste, mais de façon plutôt sporadique. Compte tenu de l'importance relative du volume de bois produit par la forêt privée servant à alimenter l'industrie forestière du Québec, il apparaît essentiel que dans un premier temps, les propriétaires forestiers développent, avec d'autres partenaires, un secteur témoin dans la transformation du bois afin de suivre avec précision l'évolution des divers marchés et d'en profiter pleinement. Dans une deuxième étape, les propriétaires forestiers pourraient être systématiquement présents dans les nouveaux projets d'usines de transformation qui prévoient leur alimentation en bois par la forêt privée. Cette présence permettrait d'intégrer le plus complètement possible la production de la matière ligneuse avec la mise en marché du produit fini.

Hugues BELZILE, Secrétaire  
Fédération des producteurs de bois du Québec