

Le libre marché ou la gestion de l'offre? par Pierre Lemieux, président



Beaucoup de journalistes se sont intéressés au monde acéricole au cours du mois de mars dernier. L'émission *La Semaine verte* a ouvert le bal et plusieurs articles dans les journaux et reportages à la télévision ont suivi. Vous l'avez constaté, les journalistes cherchent le sensationnalisme : des barils de sirop qui fermentent, la

taille des inventaires, le prix du sirop, les enquêtes sur des producteurs qui enfreignent les réglementations en vigueur. Des anecdotes.

Malgré leur nombre, peu de journalistes se sont intéressés aux véritables enjeux de la mise en marché collective. Comment pouvons-nous assurer un revenu décent à l'ensemble des acéricultrices et acériculteurs du Québec? Comment pouvons-nous maintenir un optimum de fermes acéricoles vivantes au Québec? Est-ce que l'acériculture peut favoriser le développement du milieu rural du Québec? Un pays doit tirer sa force de villes ET de campagnes vigoureuses. Autrement qui occupera notre territoire, outre les quelques grandes régions urbaines?

Il faut comprendre que derrière le débat actuel sur l'action de la *Fédération des producteurs acéricoles du Québec* (FPAQ), se déroulent une petite et une grande bataille.

La petite bataille implique des individus ne respectant pas les règles votées par une majorité de producteurs acéricoles, des marchands d'équipements et des acheteurs de sirop d'érable rêvant de faire de gros profits sur le dos des producteurs acéricoles. Ces individus, qui ont déjà perdu devant les tribunaux dans leur tentative d'invalider l'action de la FPAQ, se sont tournés en dernier recours vers des médias en quête de sensationnalisme.

La grande bataille dépasse l'acériculture. Des intérêts puissants s'affrontent. D'un côté les partisans du libre marché croient que les fluctuations de prix liées au jeu de l'offre et de la demande vont tout régler. Trop de sirop? Baissons les prix. Des fermes sont déman-

lées? Les plus forts survivront. Des villages se vident? C'est une tendance mondiale. De l'autre côté, les partisans de la gestion de l'offre savent, pour l'avoir vécu, que le libre marché est cruel et n'amène pas des jours meilleurs pour les agriculteurs qui nourrissent pourtant la planète. Dans cette bataille, de puissants hommes d'affaires investissent des sommes considérables pour vanter les vertus du libre marché en finançant des chaires universitaires et des groupes de recherche «indépendants», en contrôlant des médias, en effectuant du lobbying auprès des députés, ou en attaquant des lois devant les tribunaux. On ne vise pas la mise en marché du sirop d'érable dans cette grande bataille, mais bien toute action syndicale en agriculture, au Québec et ailleurs dans le monde.

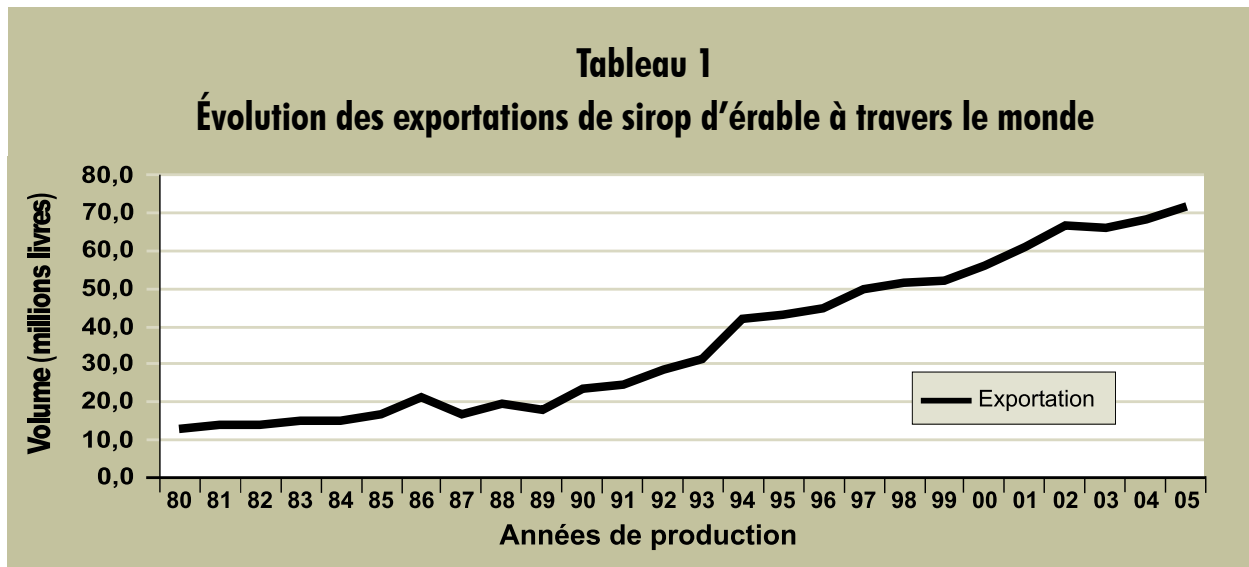
Notre participation dans ce débat est claire à mes yeux. Il s'agit d'offrir un exemple de mise en marché collective du sirop d'érable qui fonctionne et qui est profitable pour tous les membres de la filière de production et de transformation. En 2004, nous avons accru nos efforts dans le développement des marchés. En 2005, nous avons géré de façon stricte un système de contingent de production afin de réduire les inventaires. Les ventes de sirop ont alors augmenté, les producteurs acéricoles furent payés pour 100 % de la valeur de leurs livraisons et les inventaires ont baissé de 15 %. En 2006, la taille de la récolte laisse présager que nous continuerons de récolter les mêmes résultats. Imaginez si tous les producteurs respectaient ce système? Bien plus, la gestion de l'offre demande une intervention minimale de la part de gouvernements puisque les producteurs agricoles ne désirent que bénéficier d'une part décente du prix de vente aux consommateurs.

Il y a un grand avenir pour l'acériculture et cet avenir doit passer par une mise en marché structurée. Les députés qui ont voté la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche* en 1956 ont fait preuve d'une grande vision que les détracteurs d'aujourd'hui auraient intérêt à analyser. Cette loi a créé l'opportunité pour les agriculteurs d'organiser la mise en marché de leurs produits. Les acéricultrices et les acériculteurs n'ont pas à avoir honte de faire valoir ce droit qui existe sous d'autres formes pour d'autres métiers et professions encadrés par le *Code sur les professions* ou le *Code du travail*.



Évolution des exportations

Comme le montre le tableau 1, les exportations de sirop d'érable à travers le monde sont en constante augmentation depuis plus de 25 ans. En effet, les exportations de sirop d'érable à travers le monde sont passées de 13,0 millions de livres en 1980 à plus de 71,5 millions en 2005. Dans les faits, les volumes d'exportations de sirop d'érable à travers le monde ont fait un bon de plus de 5,5 fois pendant cette période de 25 ans. Nous voyons que ni les récessions, ni les variations du taux de change, ni les fluctuations de l'inflation n'ont affecté cette tendance. Rien n'indique dans ce tableau que les exportations ne vont cesser de croître dans les prochaines années.



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Service d'exportation agroalimentaire, 2006, <http://www.ast-sea.agr.ca>, code S.H. : 1702.20



La vente de 4 litres

Plusieurs producteurs se questionnent sur la légalité de livrer du sirop d'érable en contenant de quatre litres à des acheteurs en vue de la revente du produit. L'article 5.05 de la convention de mise en marché est clair à ce sujet. Ces ventes constituent une tentative de contourner le règlement d'agence de vente et la convention de mise en marché du sirop d'érable en vrac. De plus, il n'y a aucun avantage pour le producteur à commercialiser son sirop d'érable en contenant de quatre litres plutôt qu'en barils puisque le contingent s'applique à ces ventes, car il s'agit du produit visé par le plan conjoint. Les contributions de 10 ¢ la livre sur ces ventes en quatre litres sont donc exigées.

Convention de mise en marché

Le 9 mars dernier, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec a décrété la Convention de mise en marché du sirop d'érable pour la récolte 2006. Cette convention de 13 pages est disponible sur le site Internet de la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (www.rmaa.q.gouv.qc.ca). Il y a très peu de changements à la nouvelle convention par rapport à la convention qui prévalait en 2004 et 2005. De plus, les changements apportés à la nouvelle convention respectent l'entente signée entre la FPAQ et plusieurs acheteurs avant la séance d'arbitrage.

Un premier changement concerne la grille de prix minimums offerts aux acériculteurs, qui s'établit pour l'année 2006 comme suit :

AA extra-clair	2,25 \$/lb	C ambré	1,80 \$/lb
A clair	2,25 \$/lb	D foncé	1,80 \$/lb
B médium	2,20 \$/lb	NC non-classé	1,65 \$/lb

Le prix sera inférieur de 10¢/lb pour le sirop d'érable présentant des défauts de saveur VR1, VR2, VR3 et de 15¢/lb pour le sirop présentant des défauts de saveur VR4 et VR5. Une prime de 15¢/lb sera versée pour le sirop d'érable biologique. La nouvelle grille réduit donc l'écart de prix entre les différentes catégories de sirop d'érable, ce qui diminuera les pratiques légales et illégales de blanchiment.

Un second changement concerne la création de deux grandes catégories de sirop d'érable, soit les sirops de consommation et les sirops industriels. Les sirops dans les entrepôts de la FPAQ n'ayant pas un goût caractéristique de l'érable, tels les sirops VR4, VR5 et NC, ainsi que les sirops foncés (D), seront donc destinés au marché de la transformation alimentaire industrielle. Cette démarche permettra de diriger les sirops ayant un goût caractéristique de l'érable pour l'emballage.





Contingent acéricole 2006

Le contingent acéricole émis pour l'ensemble des producteurs acéricoles est de 69 millions de livres. De ce volume, plus de 3 millions de livres sont utilisées par les producteurs pour leurs ventes sur le marché du détail. De plus, 170 producteurs détenant près de 1,7 million de livres de contingent ont participé au programme de congé de production cette année. Aussi, 500 autres producteurs détenant 1,4 million de livres de contingent ont informé la FPAQ qu'ils ne produiraient pas en 2006. Enfin, plusieurs producteurs ne seront pas en mesure de produire leur contingent cette année en raison de facteurs climatiques ou de problèmes survenus dans leurs érabières pendant la saison des sucres. Les livraisons de sirop d'érable en vrac sous contingent devraient donc se situer entre 58 et 61 millions de livres en 2006.

Récolte 2006

Les communications avec les producteurs indiquent de fortes disparités entre les régions acéricoles du Québec. Il est à prévoir que la récolte sera bonne pour certains secteurs et mauvaise pour certains autres. On estime actuellement que la production de 2006 sera semblable ou légèrement inférieure à la production de 2005.

Afin d'évaluer précisément la récolte, le Groupe Ageco de Québec réalisera un sondage téléphonique dans les premières semaines du mois de mai. Ce sondage est réalisé à chaque année par cette firme. Les résultats sont confidentiels et seule la production totale de la région est communiquée à la FPAQ.

Les chiffres officiels de la récolte 2006 seront donc connus à la fin de l'été.

Classement du sirop en vrac

Les producteurs acéricoles peuvent faire classer leur sirop d'érable aux entrepôts de la FPAQ ou chez la cinquantaine d'acheteurs autorisés par la FPAQ. La liste des acheteurs autorisés fut publiée dans les éditions du 23 mars et du 27 avril de *La Terre de chez nous* et on peut retrouver cette même liste sur le site Internet de la FPAQ (www.siropperable.ca). Cette année, plusieurs acheteurs sont très actifs pour inviter les producteurs acéricoles à faire classer leur sirop dans leur entreprise. Nous invitons les producteurs à vérifier si les entreprises qui font de la publicité dans les journaux et envoient des lettres aux producteurs sont bel et bien des acheteurs autorisés par la FPAQ. Dans le cas contraire, les producteurs s'exposent à des poursuites même si l'acheteur est au Nouveau-Brunswick, en Ontario ou aux États-Unis...

En date du 28 avril, près de 17 millions de livres ont déjà été classées, soit le double de l'année passée à la même date.

Tableau 2
Classement du sirop d'érable en vrac
(en date du 28 avril 2006)

Catégories	Sirop régulier	Sirop biologique	Total	Défauts de saveur (%)
AA	4,0	0,3	4,3	12
A	4,9	0,8	5,7	9
B	3,6	0,5	4,1	6
C	1,5	0,2	1,7	8
D	0,6	0,1	0,7	22
NC	0,0	0,0	0,0	-
Total	14,6	1,9	16,5	9

Paiement du 15 mars 2006

Le 15 mars dernier, la FPAQ a envoyé aux producteurs acéricoles l'équivalent de 10 % de la valeur de leurs livraisons sous contingent, grâce au rythme soutenu des ventes de sirop d'érable en 2005. En effet, les ventes de sirop en vrac ont dépassé les 65 millions de livres dans la dernière année. Tel que présenté dans les assemblées régionales tenues en février dernier, 96 % du sirop 2005 fut vendu. Les ventes de sirop 2002, 2003 et 2004 auront permis de payer le 4 % manquant et de débiter le remboursement des trop versés 2004.

Des producteurs ont même reçu davantage que la valeur de leur contingent en raison des ventes qui ont excédé le classement de sirop d'érable en vrac.

Avances financières

Au mois de mars, la FPAQ a versé 24,7 millions de dollars à 3 155 producteurs ayant demandé une avance financière basée sur le nombre d'entailles de leur entreprise. La FPAQ a également débuté le 10 avril le versement d'avances financières équivalant à 75 % de la valeur des livraisons de sirop sous contingent. Aucune avance financière n'est toutefois versée sur les sirops VR5 (bourgeon) et NC. L'avance financière est actuellement postée aux producteurs dans les 48 heures suivant le classement du sirop d'érable chez l'acheteur autorisé (qui diffère de la date de livraison des barils).



Les avances financières et paiements se feront selon la même formule que l'année dernière. Les producteurs qui participent au programme d'avances financières recevront 75 % de la valeur de leur sirop sous contingent dans les 10 jours ouvrables suivant le classement. Une autre avance financière pouvant s'élever à 90 % de la valeur du sirop sous contingent sera versée au début de décembre en fonction des ventes réalisées à cette période. Enfin, une autre tranche de 10 % sera versée le 15 mars 2007, si les ventes égalent la valeur des classements sous contingent.

Les producteurs qui ne participent pas au programme d'avances financières recevront un paiement les 15 juillet, 15 novembre et 15 mars selon le pourcentage de ventes encaissées.

La prime biologique sera versée selon les ventes de sirop biologique encaissées.





La Semaine verte

Les médias ont accordé beaucoup d'attention à la mise en marché du sirop d'érable ce printemps. Le reportage de l'émission La Semaine verte a ouvert le bal et plusieurs articles dans les journaux et reportages à la radio et à la télévision ont suivi. La FPAQ est intervenue à maintes reprises auprès des journalistes pour les informer sur le système de mise en marché en vigueur et corriger leurs mauvaises perceptions véhiculées. Les journalistes ont énormément insisté sur le niveau des prix du sirop d'érable que les consommateurs jugeaient trop élevés. Ironiquement, le prix du sirop d'érable dans les épiceries n'a pas augmenté depuis des années. Cela démontre la difficulté pour les producteurs agricoles de faire reconnaître la valeur de leur travail auprès des détaillants et des consommateurs.

Aussi, les journalistes ont fait grand état de barils de sirop d'érable fermenté aux entrepôts de la FPAQ. Les acériculteurs d'expérience savent que du sirop d'érable qui n'est pas emballé à la bonne température, dans un baril adéquat, avec du sirop au bon degré Brix peut fermenter. Les barils qui sont remplis sur deux jours peuvent également fermenter. TOUTEFOIS, le sirop fermenté est déclassé (à NC), de nouveau bouilli, pasteurisé, mis dans un baril neuf de grade alimentaire et vendu à des fins de transformation alimentaire. Les contrats signés entre la FPAQ et les entreprises de transformation sont clairs à ce sujet.

Finalement, tout le sirop d'érable récolté au cours de l'année qui ne trouve pas preneur est adéquatement pasteurisé, avant d'être entreposé dans des barils de grade alimentaire neufs. Les inventaires de sirop d'érable des années 2000, 2002, 2003, 2004 et 2005 actuellement dans les entrepôts de la FPAQ ne présentent pas de problèmes de fermentation.

Les acériculteurs doivent savoir que l'ex-classificatrice qui a déposé une plainte à l'Agence canadienne d'inspection des aliments fut congédiée en 2004 car elle surchargeait du kilométrage à son employeur Cintech Agroalimentaire. Depuis, elle mène une petite guerre à la FPAQ en déposant des plaintes ici et là.

Enquête sur le marché du détail

L'enquête sur le marché du détail se poursuivra cette année afin d'évaluer la qualité du sirop d'érable vendu en petits contenants. Rappelons que les résultats de l'enquête réalisée en 2005 avaient été préoccupants car plus de 40 % des échantillons sélectionnés présentaient des défauts de saveur et des problèmes de limpidité.

Chaque producteur qui verra un de ses contenants analysés recevra une lettre l'informant de la qualité de son produit. Ce suivi a permis aux acériculteurs de prendre conscience de ce problème en 2005, ce qui laisse supposer de meilleurs résultats en 2006.

Cette enquête nous permet également d'identifier les producteurs qui commercialisent du sirop d'érable sans détenir de contingent acéricole.



L'érable à l'honneur au Japon

Pour une deuxième année consécutive, la *Fédération des producteurs acéricoles du Québec* a réalisé, avec le soutien financier d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, d'importantes activités de promotion et de relations publiques au Japon ce printemps.

Les activités de relations publiques ont débuté le 13 mars par une journée réservée aux médias. Trois événements se sont succédés :

1. une conférence de presse sur la nutrition de l'érable par Cintech Agroalimentaire et Mme Aramaki, diététicienne réputée au Japon;
2. le lancement du festival de l'érable sur Karayan Place et ANA Hotel;
3. une réception spéciale en l'honneur de la saison de l'érable.

Plus de 80 journalistes ont participé à la conférence de presse et 115 ont profité de la réception qui leur était réservée. À ce jour, et à titre de bilan préliminaire, 45 médias ont couvert d'une manière ou d'une autre l'événement et/ou les produits de l'érable pour un tirage total de 23 millions de copies.

Les consommateurs japonais ont profité des festivités de l'érable tout au long de la semaine du 13 mars sur Karajan Place en plein cœur de Tokyo. De la tige d'érable et un livret de recettes japonaises à base d'érable leur étaient offerts gratuitement. Plus de 200 000 foyers japonais ont reçu une publicité à cet effet. Aussi, 16 restaurants et boutiques de la place ont offert un menu à l'érable, en plus de ANA Hotel, qui a offert sur une période de deux semaines un festival gastronomique à l'érable dans ses restaurants et boutiques spécialisées. À ce titre, les produits de Délices de l'érable ont été mis à l'honneur puisque présentés pour la première fois au public japonais.



Informez les importateurs et distributeurs japonais des activités de promotion et des nouveautés en matière des produits de l'érable est essentiel à la réussite et à la pérennité à moyen et long terme des investissements de la FPAQ au Japon. Ainsi, un séminaire spécialement réservé aux importateurs et distributeurs a été réalisé le 16 mars dans le cadre du salon Foodex. Le séminaire « *Les bénéfices nutritionnels des produits de l'érable* » a connu un important succès, avec près de 60 importateurs/distributeurs présents. Cette activité a permis d'informer les importateurs et distributeurs des bénéfices nutritionnels des produits de l'érable. À l'instar de la conférence de presse, les présentations des portraits nutritionnels et des bénéfices santé ont été réalisées par Citech Agroalimentaire et Mme Aramaki. Enfin, les exportateurs présents à Foodex ont été invités à présenter leur entreprise et leurs produits auprès des importateurs/distributeurs invités.

Il est à noter que le nouveau livret de recettes japonais est disponible à tous les exportateurs pour réaliser des promotions auprès des consommateurs. Il est également disponible aux érablières qui reçoivent des groupes de touristes japonais.

De plus, un nouveau carnet destiné aux importateurs japonais est disponible aux entreprises intéressées à développer le marché japonais. Entièrement rédigé en japonais, ce carnet présente les principales propriétés des produits de l'érable, le mode de production, la réglementation et la classification. Les entreprises intéressées à se procurer ces documents peuvent le faire en s'adressant à madame Line Beauchamp au (450) 679-0540, poste 8528, ou par courriel : linebeauchamp@upa.qc.ca

Rappelons que les activités de promotion et de relations publiques réalisées en 2005 par les entreprises présentes sur le marché japonais et la *Fédération des producteurs acéricoles* du Québec avaient contribué à augmenter les exportations vers ce pays de 38,5 % en 2005 par rapport à l'année précédente, selon les chiffres de Statistique Canada.

À cet égard, la FPAQ a constaté, lors d'une série de visites chez plusieurs épiceries de différents groupes d'alimentation de Tokyo, que la diversité de produits de l'érable disponibles (beurre, gelée et sucre) a augmenté par rapport à l'an dernier. Une grande chaîne de détaillants de type Couche-Tard offrait même pour la période du printemps de l'authentique crème glacée à l'érable! En fait, la présence des médias et des importateurs aux activités de la FPAQ pour une deuxième année démontre l'intérêt grandissant des consommateurs japonais aux produits de l'érable. Les japonais sont à la recherche de produits alimentaires sains, aux qualités nutritives et naturelles reconnues, et les produits de l'érable s'inscrivent bien dans cette tendance culturelle. À titre d'exemple, le Japon fait figure de pionnier dans le développement du marché des aliments fonctionnels et nutraceutiques, c'est-à-dire des aliments présentant des valeurs tonifiantes et médicamenteuses. La réussite des activités de promotion de la FPAQ au Japon confirme l'énorme potentiel que représente ce marché pour les produits de l'érable si ces derniers sont bien présentés et positionnés. Le marché japonais pourrait également ouvrir des portes sur d'autres marchés asiatiques d'importance telle la Corée du Sud.

