

LE DEVOIR

Agroalimentaire

PRINTEMPS DES SAVEURS

ACÉRICULTURE

Le sirop québécois coule dans plus de 30 pays
Page 3



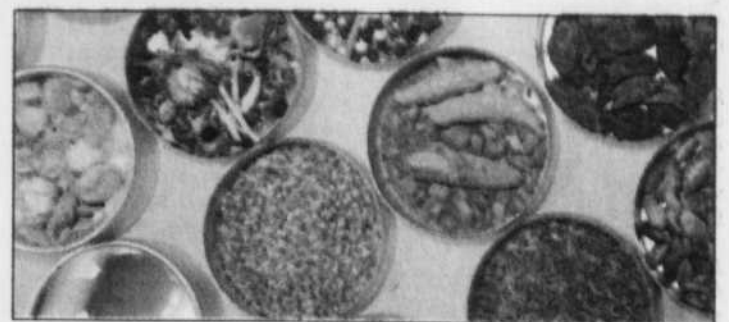
MALBOUFFE

Augmentation fulgurante de la consommation de préparations alimentaires précuites
Page 5

Au marché de la Petite-Italie



PHOTOS JACQUES GRENIER LE DEVOIR
Bientôt, les barrières du froid s'abattront et le marché Jean-Talon d'antan se redéploiera à ciel ouvert; il retrouvera sa vie et ses couleurs.



Le marché Jean-Talon a pris une tout autre allure depuis que les travaux de quelque 16 millions de dollars destinés à le transformer ont pris fin en décembre dernier. Un stationnement souterrain de 360 places accommode les automobilistes et 22 nouveaux établissements ont ouvert leurs portes. Le temps était venu d'élargir la palette des services, des produits et des saveurs pour les visiteurs.

Des aménagements ont fait du marché Jean-Talon un lieu public où toute une série de boutiques toutes neuves jouxent maintenant le marché couvert d'hiver, lui-même remodelé dans les circonstances. Le printemps et le beau temps revenus, ce que marchands et consommateurs attendent avec impatience, le marché se redéploiera en plein air et il sera plus aisé de voir si le moderne a réussi son mariage, qui n'est pas totalement consommé, avec l'ancien. À ce moment, 30 étals viendront s'ajouter dans les allées bordant les nouvelles boutiques; ils seront garnis exclusivement des produits de petits producteurs ou de transformateurs artisans, dans le but d'enrichir la gamme des aliments déjà mis en vente à travers tout le marché. Entre-temps, la clientèle participe déjà au festin des denrées que renferment les nouvelles installations.

lise dans les ressources en provenance de la Gaspésie. Tout à côté de la première, Carlo, un Italien d'origine qui perpétue la tradition de père en fils, prépare des pâtes variées dans une cuisine fort bien outillée; il en garantit la fraîcheur avec une conviction toute latine.

Au chapitre des gâteries se trouvent des pâtisseries de différents types — du terroir, polonaise et méditerranéenne. Aussi, une chocolaterie et un magasin de glaces, plus difficiles à repérer, valent le détour, notamment pour le vrac du côté des chocolats, et pour la préparation des glaces, sorbets et entremets variés selon les fruits de la saison, en matière de rafraîchissements glacés.

Trente étals viendront s'ajouter dans les allées bordant les nouvelles boutiques

Produits locaux

Dans le domaine des viandes, plusieurs points de vente attirent l'œil; ils ont le mérite d'être spécialisés et d'offrir dans bien des cas des produits dérivés et des mets cuisinés. Le veau de Charlevoix, les volailles fines et les gibiers, le porc du Québec élevé à Sainte-Madeleine non loin de Saint-Hyacinthe, les charcuteries de l'Europe de l'Est et autres denrées animales sont disposés dans de nombreux comptoirs répartis à travers les bâtiments neufs. Pour assaisonner ou cuisiner le tout, les huiles d'olive et les épices attendent les clients dans une boutique avoisinante.

Sous le verre

Une sorte de mezzanine toute en verre surplombe le marché couvert central; c'est là que sont logés les bureaux de la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal et que prend place une vaste salle «multifonctionnelle» destinée à la location. En bas se déploient les commerces, accessibles de l'intérieur ou de l'extérieur.

À partir de là, le tour du propriétaire permet de dresser un inventaire sommaire des commerces en présence, qui se caractérisent par la diversité, la qualité et l'authenticité des produits qu'ils proposent à leur clientèle. À titre d'établissements complémentaires au reste des aménagements, une boutique d'accessoires de cuisine et une librairie spécialisés dans l'alimentation occupent des espaces voisins. À quelque pas de là, le marché innove et propose un service de restauration populaire au resto Tartarin, dont le chef utilise en abondance les victuailles fraîches à sa portée dans les alentours.

Il y a deux poissonneries; l'une offre toute la gamme des produits de la mer, y compris les arrivages de poissons frais; l'autre se spécia-

Le répertoire serait incomplet s'il ne renfermait la brulerie pour le café, la fromagerie où les fromages du Québec composent 60 % de l'inventaire, et un fleuriste qui a garni sa boutique d'objets artisanaux destinés au public. Le magasin d'aliments naturels du marché a démenagé ici, et le Marché des saveurs, ouvert depuis déjà un bon moment à quelques pas de là, fait partie de l'ensemble.

Dans quelques semaines, les barrières du froid s'abattront et le marché Jean-Talon d'antan se redéploiera à ciel ouvert; il retrouvera sa vie et ses couleurs. Les larges cloisons amovibles de la nouvelle section seront retirées pour faciliter son intégration au reste de l'ensemble. Le nouveau marché Jean-Talon affichera véritablement ses nouveaux atouts.

Réginald Harvey

Le printemps et le beau temps revenus, le marché se redéploiera en plein air et il sera plus aisé de voir si le moderne a réussi son mariage avec l'ancien



ÉLEVAGE

Porc
Page 2

SURGELÉS

Fruits et viandes
Page 2

MANGER SANTÉ

Salon
Page 4

IMPORTATION

Pilaros
Page 4

EN BOUTEILLES

Vin et cidre
Page 6

DE NATURE
passi unée



Pour tous les goûts et pour le goût!



l'Union des producteurs agricoles

• AGROALIMENTAIRE •

ÉLEVAGE

L'industrie porcine redore son image

«L'année 2004 est venue mettre un peu de baume sur deux années de pertes consécutives»

À la fin des années 1990, l'industrie du porc était décriée sur toutes les tribunes au Québec. Bacon, le film, d'Hugo Latulippe (ONF, 2001), acheva d'enfoncer le clou dans le cercueil du développement et de l'expansion de l'industrie porcine dans la Belle Province. Depuis, les producteurs de porcs ont parcouru un long chemin sinueux pour redorer leur image auprès de la population, mais surtout pour améliorer les techniques afin de faire davantage attention à l'environnement.

MALORIE
BEAUCHEMIN

«Dès 1998, les producteurs de porcs ont été "proactifs" et ont adopté des mesures visant à protéger l'environnement, explique le président de la Fédération des producteurs de porcs du Québec (FPPQ), Claude Corbeil. La population avait des craintes par rapport à la production, on leur a montré qu'on était de bonne foi.»

C'est ainsi que la FPPQ a adopté, à la fin des années 1990, un plan agroenvironnemental pour «développer la production porcine dans le respect de l'environnement en conciliant les impératifs sociaux, économiques et techniques». Les producteurs ont alors dressé un portrait de l'état actuel des pratiques de production et de l'impact qu'elles avaient sur l'environnement. Après avoir établi les priorités d'action, ils ont assuré un encadrement technique pour instaurer dans les fermes des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Des activités de recherche, de formation et de communication sont venues appuyer la démarche afin de sensibiliser les producteurs et d'instaurer de meilleures pratiques.

Un souci de l'environnement

Concrètement, le plan agroenvironnemental s'est traduit par des retombées somme toute importantes. «Il y a eu une importante réduction des rejets. Par exemple, le lisier comporte 40 % moins de phosphore qu'avant. On a introduit une enzyme — de la phytase — dans l'alimentation, ce qui a pour effet de réduire la quantité de phosphore contenue dans les rejets», souligne Claude Corbeil, lui-même un producteur de porcs. «Ça nous donne un lisier qui constitue un engrais naturel très important pour les terres, et on n'a

plus besoin d'acheter davantage d'engrais. De plus, les doses sont gérées selon un plan de fertilisation», ajoute-t-il.

La conception de bols économiques d'eau, utilisés en guise d'abreuvoirs, a aussi considérablement contribué à diminuer le volume de lisier en réduisant les pertes. Pour le président de la FPPQ, un autre pas important a été franchi par plusieurs, et sera même obligatoire dès le printemps 2005. «Les producteurs auront l'obligation d'étendre le lisier à l'aide de réservoirs, et non plus de vaporisateurs, ce qui réduira de beaucoup les odeurs, explique-t-il. En plus, l'incorporation devra se faire obligatoirement dans les 24 à 48 heures suivant l'épandage.»

Mais la partie n'est pas gagnée d'avance. «Malgré tous nos efforts, la population et même les gouvernements continuent d'avoir une opinion négative de l'industrie», déplore Claude Corbeil.

«La cohabitation est un enjeu majeur. Nous voulons rester "en lien" avec les citoyens, travailler avec notre entourage, pas en opposition à eux». Les producteurs de porcs considèrent que la population ne connaît pas bien l'industrie et veut redorer son image par des campagnes de publicité et d'information.

«Le signal que la population n'en veut pas plus [d'exploitation porcine], on l'a bien compris», précise le président de la FPPQ. Depuis le milieu des années 1990, beaucoup de choses ont changé dans l'industrie et l'heure est à la consolidation des acquis car, jusqu'à tout récemment, un moratoire empêchait encore la création de nouvelles porcheries. La levée partielle, en décembre dernier, du moratoire de juin 2002 n'est toujours pas applicable sur la majorité des terres agricoles du Québec. Plus de 560 municipalités refusent toujours le développement



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

Selon le président de la FPPQ, à l'heure actuelle, au Québec, on estime à 4400 le nombre de producteurs de porcs, distribués sur tout le territoire de la province, notamment en Montérégie (20 % des producteurs québécois) et en Beauce (12 %).

de la production porcine sur leur territoire.

Une industrie à dimension humaine

«Nous travaillons à maintenir nos acquis, soutient le président de la Fédération, lui-même propriétaire d'une exploitation porcine de 230 truies. À l'heure actuelle, au Québec, on estime à 4400 le nombre de producteurs de porcs, distribués sur tout le territoire de la province, notamment en Montérégie [20 % des producteurs québécois] et en Beauce [12 %].»

Le concept de mégapocherie, qui a été longuement critiqué au cours des dernières années, n'est pas totalement représentatif de la situation de l'industrie. La production porcine québécoise est faite principalement d'entreprises familiales à dimension humaine. La ferme de Claude Corbeil entre parfaitement dans la catégorie

moyenne des exploitations, entre 200 et 250 truies qui, une fois engraisées, donnent chacune une vingtaine de cochons. On parle donc de 4000 à 5000 porcs annuellement par producteur moyen.

«On est la deuxième région la plus importante du Canada pour la production de porcs, après l'Ouest», affirme le président de la FPPQ. Des 30 millions de porcs annuellement produits au Canada, 7,5 millions proviennent du Québec, soit un quart de la production. Et de ce nombre, la moitié des porcs québécois est destinée à l'exportation dans plus de 75 pays, dont les États-Unis et le Japon. «Il faut relativiser. On abat environ 140 000 porcs par semaine au Québec, contre plus de deux millions aux États-Unis», estime Claude Corbeil.

L'industrie a considérablement souffert de la mauvaise image qui perdure dans la population. «C'est certain que, parmi les 4400 pro-

ducteurs, il y en a qui ne sont pas corrects, comme dans tous les secteurs, mais la Fédération est là pour faire le suivi», explique le président. La FPPQ se veut un organisme de proximité, donc chacun de ses représentants a un maximum de 40 producteurs sous sa responsabilité, un moyen pour les producteurs de porcs de s'assurer un contrôle et une visibilité sur le terrain.

Retombées économiques

Au Québec, l'industrie porcine génère 15,5 % des recettes totales de la production agricole. Plusieurs régions rurales en sont très dépendantes. Les retombées économiques de l'industrie se chiffrent à 3,1 milliards de dollars et celle-ci représente plus de 28 000 emplois directs et indirects. Le volume de production n'a guère augmenté au cours des dernières années compte tenu du moratoire.

L'industrie québécoise du porc doit composer avec les aléas du marché tant pour le prix des céréales, qui constituent la base de l'alimentation porcine, que pour les prix de vente au détail de leur production. «L'année 2004 est venue mettre un peu de baume sur deux années de pertes consécutives», explique Claude Corbeil. Malgré un prix des céréales assez élevé, l'industrie s'en est tirée avec des revenus positifs pour la dernière année. La période en cours s'annonce intéressante pour ce qui est du prix du porc, alors que 2006 laisse présager une baisse, croit le président de la FPPQ. «Le prix du porc est cyclique; on est dépendant de ce qui se passe en termes d'offre et de demande, surtout aux États-Unis, affirme-t-il. Plus de 50 % de nos coûts sont reliés à l'alimentation, donc plus le grain est cher, moins c'est rentable.»

Au rayon des surgelés

Des brioches d'escargots en entrée

Et des bleuets sauvages du boisé au dessert

Cailles farcies aux canneberges, civet de cerf sauce aux mûres, brioches d'escargots, bleuets sauvages du boisé: le fin gourmet à l'emploi du temps chargé peut maintenant saliver devant des produits sains, originaux et de qualité supérieure au rayon des surgelés à l'épicerie. Le virage de la saine alimentation ne laisse personne de côté.

MARTINE LETARTE

L'an dernier, le Conseil canadien des distributeurs en alimentation a décerné le Grand Prix canadien des produits nouveaux à un plat surgelé surprenant: les cailles farcies aux canne-

berges de la Maison du gibier, une petite entreprise de la région de Québec réputée pour ses viandes apprêtées avec raffinement auprès des plus grands chefs de la province. Depuis un an et demi, plusieurs supermarchés du Québec vendent ses cailles et

ses demi-canards farcis à l'orange et au Grand Marnier prêts à cuire au four une fois dégelés. L'entreprise propose aussi des mets surgelés à réchauffer dignes des plus grands restaurants, comme le bourguignon de bison aux champignons des bois, le magret de canard farci à l'orange et aux canneberges, et le civet de cerf sauce aux mûres.

Le surgelé de plus en plus naturel

La Maison du gibier suit la tendance de la saine alimentation puisque ses plats surgelés vendus

scellés sous vide ne contiennent aucun agent de conservation. Pour cuisiner, les employés utilisent des aliments de qualité. «Les éleveurs avec qui nous faisons affaire nourrissent leurs bêtes avec des grains sans farine animale. De plus, aucun gras trans n'entre dans la préparation de nos mets», précise la vice-présidente des ventes et marketing de l'entreprise familiale, Julie Rondeau.

Suivant les préoccupations des consommateurs, plusieurs compagnies tentent d'améliorer leurs mets surgelés de manière à ce qu'ils soient plus sains.

C'est le cas de Plats du chef, une entreprise montréalaise qui vend ses produits sous son propre nom et sous ceux de marques privées, dont le Choix du Président. «Nous faisons maintenant nos brioches aux escargots avec de la farine de blé entier et à la place du beurre, nous utilisons de la margarine sans gras trans et faible en gras saturés», dit le directeur national des ventes et marketing, Stéphane Koeman. La compagnie a aussi développé la gamme de produits Oh naturel, faits avec de la farine non blanchie et ne conte-

nant aucun agent de conservation ni colorant.

Toujours en suivant la tendance des aliments naturels, la jeune entreprise montréalaise Europe's Best a cherché à accroître la diversité et la qualité des fruits disponibles toute l'année dans les commerces. Depuis moins de deux ans, elle offre entre autres des bleuets, des fraises, des framboises et des mangues sans aucun ajout au rayon des surgelés de presque tous les supermarchés canadiens. «Nos fruits sont cueillis un peu partout dans le monde lorsqu'ils sont bien mûrs. Ils conservent leur bon goût puisqu'ils sont congelés rapidement et emballés dans un sac de qualité», explique le président, George Kyres.

Un avenir prometteur

Le marché des produits surgelés est en pleine effervescence dans les pays industrialisés. «Récemment, le montant total des ventes de fruits congelés a doublé au Canada, et Europe's Best a réussi en moins de deux ans, selon ACNielsen, à obtenir 41 % des parts de marché», se réjouit M. Kyres. Fort satisfait de ce succès, le président de l'entreprise mettra sur le marché ses premiers sacs de légumes de qualité supérieure dès le mois de mai.

Alors que le temps accordé à la préparation des repas diminue constamment, le montant total des ventes annuelles de mets préparés surgelés a augmenté de 63,7 % au Canada entre 1996 et 2000, selon une étude de ACNielsen. Il n'en demeure pas moins que les entreprises ont dû et doivent toujours se battre pour changer la perception souvent négative des gens à l'égard de la nourriture surgelée. La Maison du gibier a connu des débuts assez lents en ce qui a trait aux ventes de ses mets préparés. «Les gens n'avaient pas l'habitude de consommer des produits surgelés aussi raffinés. Sans avoir les chiffres officiels, je dirais que nous avons augmenté nos ventes d'au moins 60 % depuis l'automne dernier. Maintenant, les gens sont prêts», conclut Mme Rondeau.

 Viandes et boulangerie biologiques

Boeuf • Veau • Sanglier • Agneau
Canard de Barbarie • Pintade
Saucisses • Charcuterie • Oeufs
Pains au levain • Tourtières • Pâtisseries

Visitez notre ferme et boutique :
vendredi, samedi et dimanche de 13h à 17h.

 FERMES MORGAN

90, chemin Morgan, Weir • Québec • JOT 2V0
Tél.: 819•687•2434 www.fermemorgan.com
30 min. à l'ouest de St-Sauveur
20 min. au sud de Mont-Tremblant

NOUS AVONS UN POINT DE CHUTE AU #1 VAN HORNE, MTL

Ne manquez pas en fin de semaine!

EXPO MANGER SANTÉ

sur le BIO et la SANTÉ GLOBALE

200 Exposants
Dégustations
Ateliers
Demos culinaires

MONTRÉAL
Palais des congrès
19 et 20 mars

QUÉBEC
Terminal des croisières
Espaces Dalhousie
2 et 3 avril

 ORPHEE
Maître Huilier depuis 1983

 Commensal
L'ingrédient à son meilleur depuis 1977

 CLOF
Herboristerie depuis 1978

SAMEDI 10H À 18H • DIMANCHE 10H À 17H • ENTRÉE : 10\$ • (514) 332-1005
www.expomangersante.com

• AGROALIMENTAIRE •

ACÉRICULTURE

La goutte de trop

Le sirop québécois coule dans plus de 30 pays!

L'hiver tire à sa fin et la saison des sucres arrive rapidement. Plusieurs producteurs de sirop d'érable ont déjà entamé cette récolte typiquement québécoise. La province se classe au premier rang mondial et produit plus de 80 % du total de cette denrée. On en récolte même trop! Des quotas sont désormais imposés aux producteurs afin de maintenir les prix.

CHRISTIAN LÉVESQUE

«La capacité de production québécoise est d'environ 90 millions de livres, confirme le président de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (FPAQ), Pierre Lemieux. Mais nous ne permettrons qu'une récolte de 69 millions de livres cette année. C'est que la FPAQ dirige, depuis le 28 février 2002, l'Agence de vente qui exerce un contrôle exclusif sur le marché de contenants de plus de cinq litres de sirop québécois (les ventes directes réalisées en deçà de cette limite par les producteurs ne font pas partie de son mandat).

Mais la mise en place de cette agence a créé des remous dans le milieu acéricole québécois: plusieurs producteurs étaient mécontents de se retrouver soumis à un système de contingentement. Certains acériculteurs désirent encore effectuer leur propre mise en marché et prétendent que la production acéricole ne doit pas relever du domaine industriel, mais artisanal. «L'an dernier, l'Union paysanne contestait fort, mais l'agence est maintenant mieux acceptée», rassure Pierre Lemieux.

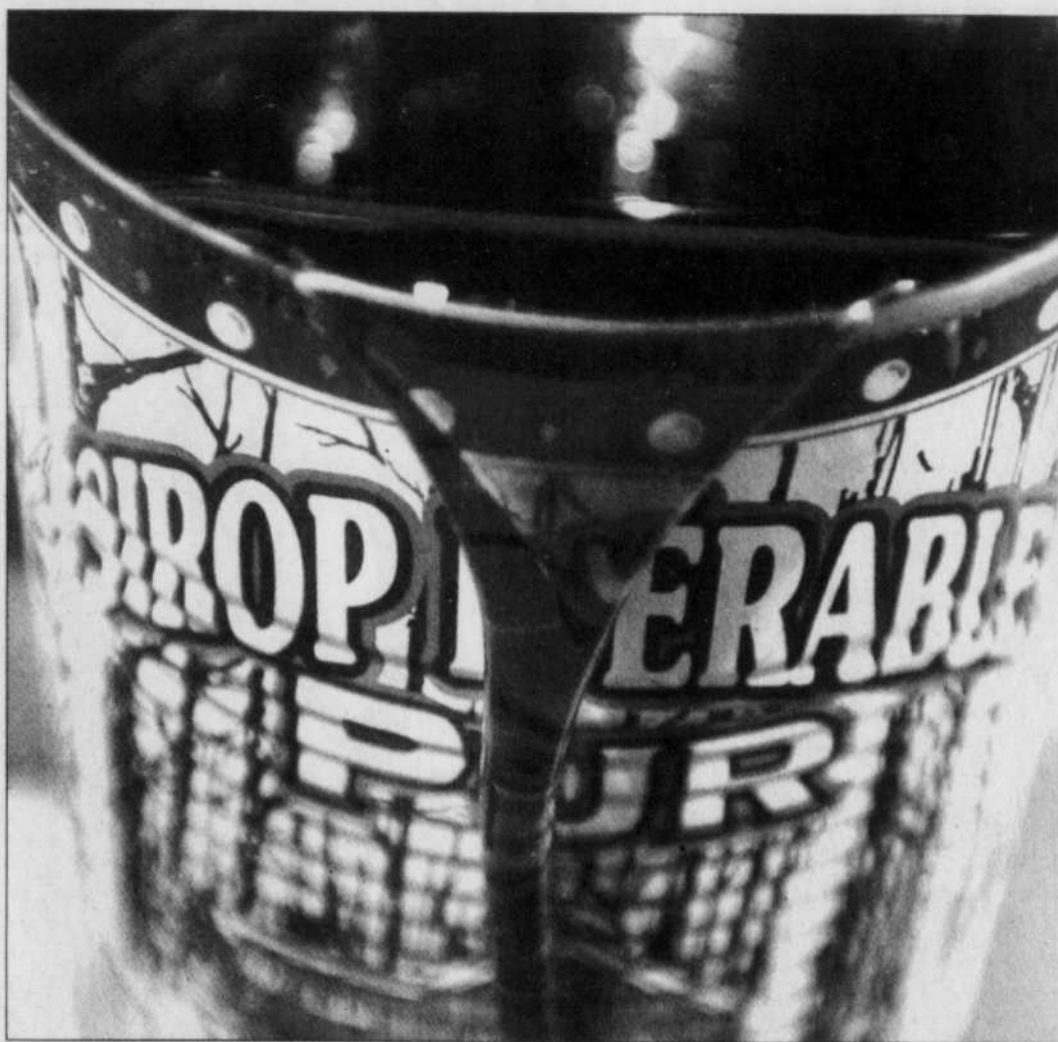
Des réserves bien garnies

Créée dans le but de stabiliser les prix du sirop d'érable pour les consommateurs et d'assurer une stabilité de revenus pour les producteurs, l'Agence de vente permet d'exporter la production québécoise dans plus de 30 pays.

Alors que notre climat nous permet de dominer la production mondiale, comment expliquer que près de 60 millions de livres de sirop d'érable dorment toujours dans les entrepôts, soit le double de la réserve stratégique que s'impose la FPAQ?

Pierre Lemieux répond qu'il s'agit d'une simple question d'offre et de demande. Malgré une bonne réputation sur la scène internationale, les 180 000 barils récoltés annuellement par les 7300 entreprises acéricoles de la province dépassent largement la demande pour notre sirop. Poursuivre un tel niveau de production pourrait rapidement entraîner une baisse des prix: «C'est pour cette raison que nous demandons aux producteurs de ne pas trop produire cette année.»

Le plus gros défi de la FPAQ consiste maintenant à dénicher des acheteurs pour écouler les surplus de la production québécoise. «C'est bien évident qu'il faut augmenter nos parts de marché et développer de nouveaux débouchés. Le sirop représente encore le principal produit consommé et exporté, mais nous avons plus de 130 produits dérivés que nous pouvons proposer aux consommateurs», dit Pierre Lemieux. Il explique aussi que, depuis longtemps, les produits de l'érable ont été commercialisés conjointement avec des produits de consommation typiquement québécois, comme la crêpe. Afin d'écouler les immenses surplus de production, la FPAQ entend maintenant marier le sirop québécois aux mets étran-



Malgré une bonne réputation sur la scène internationale, les 180 000 barils récoltés annuellement par les 7300 entreprises acéricoles de la province dépassent largement la demande pour notre sirop.

gers. Et il importe de développer ces débouchés le plus rapidement possible, car les recherches qui commencent à être effectuées permettront bientôt de produire encore mieux... et encore plus!

Recherches acéricoles

Dominer le marché de la production est une chose, assurer la pérennité de la ressource en est une autre. Depuis plusieurs années, la recherche scientifique et

le développement technologique dans le domaine acéricole étaient assurés par les chercheurs du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, et ceux du ministère des Ressources naturelles et de la Faune. Les rationalisations budgétaires et l'objectif de déficit zéro ont durement hypothéqué la participation de ces ministères dans la recherche acéricole.

Les différents acteurs du milieu acéricole québécois ont alors déci-

dé de se prendre en main afin de poursuivre les travaux visant à augmenter nos connaissances de la récolte de l'eau d'érable, de sa transformation, de sa mise en marché ainsi que de l'aménagement forestier des érabières. Car «le gros danger dans notre domaine, c'est la protection de la forêt», avoue Pierre Lemieux.

Le Centre de recherche, de développement et de transfert technologique acéricole (ACER) voit

ainsi le jour en 1997 avec la mission de maintenir et de développer l'expertise scientifique et technologique québécoise dans le domaine. Favoriser le contrôle de la qualité et des quantités constitue également un de ses objectifs prioritaires. Le Centre ACER a notamment mis en place une érabièrerie expérimentale à Saint-Norbert, à 80 km au sud de Québec, ainsi qu'un laboratoire de chimie et de microbiologie pour des recherches avancées.

Jusqu'au Témiscouata

Un autre centre de recherche a aussi vu le jour récemment dans la région du Bas-Saint-Laurent. Le Centre d'expérimentation et de transfert technologique en acériculture (CETTA) répond pour sa part à divers projets de recherche tant dans le domaine public que privé. La mission du Centre consiste, comme son nom l'indique, à soutenir l'innovation et le transfert technologique: «Dans notre région, plus de 40 % des installations sont de type industriel, il est donc important de favoriser les innovations et de stimuler la transformation de la ressource», explique la directrice générale, Suzette DeRome. Pour maximiser ses efforts, le CETTA s'est installé à proximité du Centre de formation en acériculture de Pohénégamook.

Ces liens étroits entre les différents acteurs du milieu rendent l'industrie acéricole québécoise très efficace: «Il n'y a pas beaucoup de productions agricoles qui ont connu un développement aussi rapide que l'acériculture au cours des 20 dernières années. Nous avons maintenant des règlements pour le contrôle de la qualité, des surplus d'inventaires et de la mise en marché des produits», termine Pierre Lemieux. Il importe maintenant de trouver de nouveaux adeptes désirant se sucquer le bec afin de poursuivre sur cette cadence. Autrement, l'industrie acéricole québécoise redeviendra artisanale. Une situation qui ne plairait pas à tout le monde, mais en réjouirait certains.

PUBLI-REPORTAGE

LE PRÉSIDENT DE GRYD INC. RACONTE COMMENT IL A MIS FIN À 35 ANNÉES DE MISÈRE

«Je maîtrise enfin mes allergies!»

• RAYMOND DICAIRE •

«Les allergies, ce n'est vraiment pas drôle! Ça commence à se manifester au printemps avec l'avènement du pollen dans l'air et ça dure deux interminables semaines. Puis, après un répit, ça reprend de plus bel en août avec l'herbe à poux qui nous affecte jusqu'aux premières gelées.»

«On éternue, le nez ne cesse de couler, les sinus se bloquent et les yeux piquent. Et, il nous arrive même de faire un peu de température la nuit, ce qui gêne considérablement le sommeil. C'est l'enfer», relate Raymond Dicaire, président de Gryd Inc.

«J'ai vécu cette misère pendant plus de 35 ans, dit-il. J'ai eu beau essayer de contrôler mes crises avec des antihistaminiques mais, très souvent, ça m'indisposait sévèrement. Je me suis même soumis sans succès aux tests de sensibilisation dans le but de me désensibiliser aux allergènes. Dans les pires moments et en dernier recours, j'ai même été contraint de recourir à la cortisone.»

LA MAGIE DU KRILL ENTIER

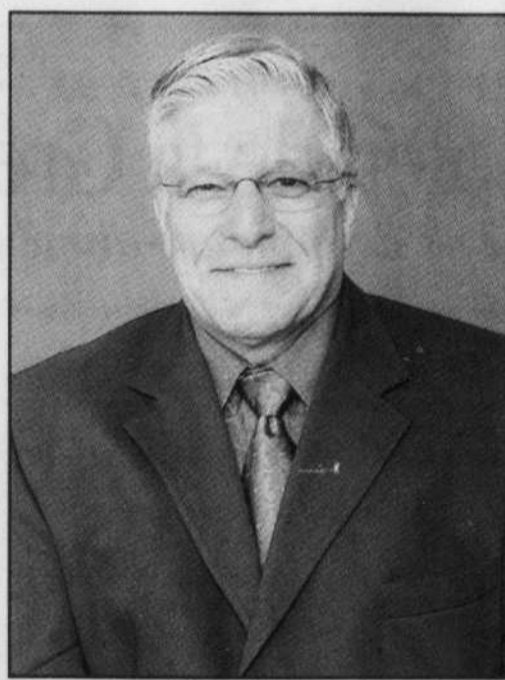
«Lorsque j'ai commencé à consommer le krill entier, souligne Raymond Dicaire, je ne m'attendais à pouvoir contrer à ce point mes allergies. Je le prenais surtout pour maintenir une meilleure santé.»

«Dès le début, le krill entier m'a aidé à digérer et à régulariser le fonctionnement de mes intestins. Puis, j'ai eu des résultats bénéfiques sur mes inflammations articulaires et ma peau. Ce n'est qu'un an plus tard que j'ai constaté des changements concluants sur mes allergies.»

«Cela n'est pas arrivé du jour au lendemain, dit-il. Au début, le nombre de crises d'allergies annuelles a diminué progressivement jusqu'à une ou deux fois. Mais, depuis deux ans, je n'ai aucune crise d'allergie et mes sinus sont toujours débloqués.»

EN TEMPS OPPORTUNS

«Je procède d'une manière qui fonctionne à merveille. Par exemple, je consomme du krill entier tous les jours et, un mois avant l'arrivée de la période des allergies, j'augmente con-



sidérablement ma quantité recommandée de krill entier afin de mieux équilibrer mon système immunitaire. La méthode que j'utilise s'avère aussi efficace chez ma fille et chez des gens de mon entourage.

«Mon expérience m'incite également à recommander l'utilisation d'un purificateur d'air dans la maison et de fermer les fenêtres pendant les périodes où le pollen est abondant.»

«Krilex est actuellement sur le marché le seul krill entier non dénaturé pouvant aider à équilibrer et à normaliser votre système immunitaire sans danger pour faire face à une grande panoplie de problèmes de santé.»

«Le krill entier de Krilex est un aliment naturel complet aux propriétés nutraceutiques impressionnantes et incomparables. Lorsque arrive la saison des allergies, dit-il, mes pensées se portent vers ceux et celles qui pourraient profiter d'une meilleure qualité de vie.»

Raymond Dicaire a trouvé dans la consommation du krill entier de Krilex la formule magique pour vaincre ses propres allergies.

«La nature travaille lentement, mais combien efficacement!»

• DR MICHEL BÉGIN •



Dr. Michel E. Bégin, microbiologiste, virologue et spécialiste du métabolisme des acides gras essentiels

gras oméga-3 EPA et DHA, en enzymes digestives actives et autres substances régulatrices du système immunitaire, dit-il, il possède tous les ingrédients nécessaires pour équilibrer et

normaliser les réactions immunologiques. «Et ce n'est pas en un tournemain que l'on peut équilibrer et normaliser les réactions immunologiques en excès. Le système immunitaire, précise-t-il, est une organisation complexe dont les cellules sont réparties dans tout l'organisme, mais surtout dans la peau, le sang et la lymphe. Aussi, il ne faudrait pas s'attendre à des résultats concluants avant un an ou deux, compte tenu que la nature travaille lentement, tout en agissant très efficacement en profondeur.»

Directeur scientifique de Krilex, le docteur Bégin oeuvre en laboratoire depuis plus de 25 ans.

normaliser les réactions immunologiques.

«En moins d'une décennie, explique-t-il, nous sommes parvenus à développer une méthode de transformation du krill entier destiné à la consommation humaine, de telle sorte que le produit final conserve toutes les propriétés extraordinaires du krill fraîchement pêché de la mer. Les nutriments sont concentrés et non dénaturés. Ainsi, tous les avantages à retirer des ingrédients naturels actifs sont alors optimisés.»

Selon le docteur Michel Bégin, le krill entier possède tous les ingrédients nécessaires pour équilibrer et normaliser les réactions immunologiques.

La puissance curative de l'océan

Krilex

Un super aliment marin aux propriétés nutritives et nutraceutiques exceptionnelles. INCOMPARABLE!

Informations sans frais : 1 888 733-9119 • www.krilex.com



Seul Krilex est du Krill entier pur à 100%

Krilex a des effets bénéfiques sur tout l'organisme.

Krilex junior «Pour des enfants en santé»

Dans les magasins de produits naturels, les Jean-Marc Brunet «Le Naturaliste» et plusieurs pharmacies

• AGROALIMENTAIRE •

Expo Manger Santé

Quand la santé a bon goût

Un salon dédié à l'alimentation biologique, à l'écologie et à la santé globale

Aliments certifiés biologiques, sans gras, sans OGM, produits du terroir, écologiques ou thérapeutiques, ce n'est qu'un aperçu de ce que le visiteur pourra découvrir ou redécouvrir, par le biais de dégustations, démonstrations culinaires et kiosques d'information, lors de la 8^e édition de l'Expo Manger Santé, les 19 et 20 mars au Palais des congrès.

LAURENCE CLAVEL

«Avec l'Expo Manger Santé, notre but est d'essayer de rassembler le même jour, dans le même lieu, les meilleures ressources» en ce qui a trait à l'alimentation naturelle, explique Renée Frappier, organisatrice de cet événement, qui a attiré 8500 visiteurs l'an dernier.

Au moyen d'un salon annuel, l'association Manger Santé Bio, présidée par Mme Frappier, tente d'offrir aux visiteurs un choix d'aliments et de techniques qui leur permettront d'être en santé, de renforcer leur système immunitaire et de combattre le stress. «Nous faisons de la prévention, poursuit Renée Frappier. Il est important que les gens sachent ce qui est bon sur le plan nutritif. Et le fait de savoir qu'un aliment non seulement me nourrit et me donne de l'énergie, mais aussi me protège contre les maladies dégénératives, c'est gagnant, ça! Et en plus c'est bon!»

Bon goût

«Pendant longtemps, dans l'esprit des gens, "manger santé" égaillait moins de plaisir, alors que c'est tellement le contraire!», croit celle qui œuvre dans le domaine de l'alimentation naturelle depuis plus de 20 ans.

Auteure de plusieurs livres sur le sujet, Mme Frappier croit que les gens s'intéressent de plus en plus à leur alimentation et apprécient désormais les saveurs et la variété qu'offrent les produits naturels. «Je crois que les gens commencent à faire le lien entre le plaisir et la santé», dit-elle.

Grâce à des kiosques d'information, mais surtout grâce aux dégustations, l'Expo Manger Santé tente de changer le rapport que certaines personnes ont encore avec la nourriture. Plutôt que de



SOURCE MANGER SANTÉ BIO

Grâce à des kiosques d'information, mais surtout grâce aux dégustations, l'Expo Manger Santé tente de changer le rapport que certaines personnes ont encore avec la nourriture.

manger pour combler un ventre creux, il faudrait apprendre à manger pour nourrir son corps.

En plus de s'être donné pour mission de faire connaître les dangers d'une mauvaise alimentation qui peut entraîner, notamment, l'obésité et la maladie, «on veut donner le goût à la population de prendre sa santé en main, car être en santé, c'est bon!», déclare Renée Frappier.

Celle qui donne régulièrement des conférences sur l'alimentation rêve du jour où des programmes académiques permettraient d'enseigner aux générations futures les vertus de l'alimentation naturelle, pour qu'ils «s'émerveillent devant la nature, les aliments. Il faut leur montrer le côté chaleureux, le plaisir de choisir des vrais aliments,

leur montrer à cuisiner...»

Mais en attendant, le meilleur moyen de se découvrir une passion pour l'alimentation naturelle, c'est d'abord et avant tout de se laisser tenter par l'un des nombreux kiosques de dégustation et de laisser ses papilles gustatives faire tout le travail. Pain au levain certifié biologique, mayonnaise aux herbes et tofu, huiles et jus «santé»: si l'on aime ce que l'on goûte, on peut même s'arrêter pour un repas savoureux, et tout à fait naturel, au restaurant de l'Expo, ou encore acheter sur place des produits naturels encore difficiles à trouver ailleurs.

Cultiver «santé»

Cette année, une attention particulière a été portée aux produits

locaux. Selon Mme Frappier, de plus en plus de gens, conscients par les scandales de la maladie de la vache folle et de la tremblante du mouton, se rendent compte de l'importance de pouvoir retracer la provenance des aliments qu'ils consomment. D'où l'intérêt grandissant pour les produits du terroir, selon l'organisatrice. «C'est tellement important de savoir ce que l'on mange!», explique-t-elle. On essaie aussi de montrer aux gens l'importance de réduire l'usage des pesticides, l'importance d'avoir une réglementation concernant l'étiquetage.»

Et pour les convertis de longue date aux bienfaits de l'alimentation naturelle, on fournit également des trucs pratiques pour cuisiner «santé» ou même faire du

jardinage écologique. On connaît de mieux en mieux le soja et le tofu, cet aliment caméléon, et on commence à se familiariser avec les oméga-3, mais la plupart des gens ignorent encore tout du lien entre enzymes et troubles digestifs, ou de l'influence que pourrait avoir notre groupe sanguin sur notre santé. «Faire ses germinations et pousses», «Le travail énergétique des mains», «La mycothérapie: les vertus médicinales des champignons» constituent quelques exemples d'ateliers proposés tout au long de la fin de semaine par l'Expo Manger Santé.

Le salon, qui compte 200 exposants où l'alimentation biologique est à l'honneur, propose également des stands portant sur la santé globale et l'écologie, et d'autres per-

mettant de découvrir, par exemple, le tai chi ou la méditation.

«Aujourd'hui, si une personne veut vraiment prendre sa santé en main, elle peut le faire. Les ressources existent, les produits existent, les livres existent. Et l'Expo Manger Santé rend tout cela accessible», conclue Renée Frappier.

EXPO MANGER SANTÉ

19-20 mars 2005
Palais des congrès de Montréal
et
2-3 avril 2005
Espace Dalhousie, Terminal
des croisières, Québec
Prix d'entrée: 10 \$
Info: ☎ 1 866 336-1005
ou (514) 332-1005
www.expomangersante.com

Pilaros

Du soleil de la Grèce à votre assiette

Amener au Québec des produits alimentaires méditerranéens de haute qualité

Pilaros, c'est le mythe du rêve américain tel qu'on se l'imagine. C'est l'histoire d'un succès familial, celui de deux frères, débarqués à Montréal un peu avant l'Expo 67, qui créent une entreprise dont la croissance dépassera leurs rêves les plus fous. Voilà le parcours sans faute des Antypas.

MARYLISE HAMELIN

D'origine grecque, Miltiadis et Sotiris Antypas profitent de la quasi-absence de produits importés sur le marché alimentaire québécois de l'époque pour lancer leur propre entreprise et faire connaître les produits de leur terre natale à la population d'ici. Tâche ardue au départ, car la plupart des Québécois ne connaissent pas les produits grecs et sont plutôt conservateurs dans leurs choix alimentaires — pour l'instant au moins. La vaste majorité, qui en est encore au «steak-bé d'Inde-patate», ne soupçonne pas la révolution qui se prépare tout doucement... dans leur assiette. Les deux frères se donnent alors pour mission de faire connaître les vertus du «régime méditerranéen», en commençant par son produit phare, l'huile d'olive.

Dans un premier temps, les deux frères ciblent les restaurateurs en fondant DeFedis, qui les fournit principalement en huile d'olive et olives marinées vendues en gros. Puis, ils se lancent dans la distribution de produits de plus petits formats pour les supermarchés avec leur seconde compagnie, Pilaros, tout en élargissant le nombre de produits offerts.

En 1987, c'est l'entrée du duo dans la cour des grands avec l'incorporation de Pilaros, qui étend désormais ses activités à toute l'Amérique du Nord. La compagnie fournit dès lors en feuilles de vigne farcies, cœurs d'artichauts, sel de mer, jus de citron concentré et autres tomates en conserve les grandes chaînes alimentaires établies au Québec telles que Costco, Loblaws, IGA et Métro. Dix-sept ans plus tard, après un investissement de quatre millions de dollars, la compagnie s'installe à l'automne 2004 dans ses nouveaux bureaux de 65 000 pieds carrés à Laval, et continue de distribuer en toute exclusivité ses produits sur le marché québécois.

L'huile d'olive en produit vedette

L'entreprise familiale bénéficie d'une relève active, dont fait partie Nancy Antypas, la fille du président fondateur. Pour cette dernière, les vertus nutritives de l'huile d'olive, le produit vedette chez DeFedis et Pilaros depuis le début, est une grande source de fierté: «Les habitudes alimentaires des Québécois ont beaucoup changé depuis la création des deux compagnies fondées par mon père

et mon oncle; l'huile d'olive est devenue un ingrédient essentiel dans les cuisines québécoises», rappelle-t-elle.

Par ailleurs, Mme Antypas insiste sur les conclusions d'une étude soutenant que l'huile de canola est nocive pour l'organisme humain. Pourtant, nul besoin de mettre en doute les propriétés des autres huiles tant la réputation de celle que l'on tire de l'olive n'est plus à faire. D'ailleurs, la compagnie familiale n'est probablement pas étrangère à cet engouement, qui ne se dément pas, pour l'huile d'olive.

Des produits qui se démarquent

Pilaros distribue des marques d'huile d'olive importées de Grèce dont la Irini, qui est certifiée ISO 9001 (pour la qualité du produit) et ISO 14001 (pour le respect de l'environnement dans la fabrication du produit). La seconde, Elais, a fait l'objet d'une chronique gastronomique de Philippe Mollé dans nos pages. Selon ce dernier, elle offre un «excellent rapport qualité-prix» et il la décrit comme une huile «au goût piquant, prononcé en bouche, et à l'odeur franche de fruit frais avec une légère pointe de poivre».

Chef de file sur le marché nord-américain des produits alimentaires de qualité importés et spécialisés, Pilaros a maintenant agrandi son champ d'action en proposant aussi des produits en provenance d'Italie et d'Espagne, comme les tomates en boîte et les cœurs d'artichauts.

Croissance soutenue

DeFedis et Pilaros, les deux sociétés jumelles, emploient actuellement 100 personnes et, à la suite de l'investissement de quatre millions de dollars dans le transfert de leurs activités à Laval, elles prévoient porter leurs effectifs à 150 employés d'ici les trois prochaines années. Selon les documents obtenus du bureau du président de Pilaros, Miltiadis Antypas, les nouvelles installations de la compagnie à Laval s'inscrivent dans un plan d'affaires axé sur la croissance de leurs produits et du marché de la distribution des produits alimentaires spécialisés. «À Laval, sur l'autoroute 13, nous occupons un site stratégique qui facilite le transport de nos produits et nous donne une plus grande visibilité», peut-on y lire.

Toujours selon leurs prévisions, les deux entreprises familiales comptent atteindre une croissance supérieure à 25 % au cours des cinq prochaines années, grâce notamment à une stratégie de commercialisation, à une meilleure capacité de distribution et à leur entrée sur le marché américain. DeFedis et Pilaros distribuent plus de 3000 produits dans les grands réseaux de détail, dans les boutiques spécialisées et dans les restaurants. L'aménagement des nouveaux locaux de Laval leur permettra de porter ce nombre à 5000 produits.



PHILIPPE MOLLÉ

Miltiadis et Sotiris Antypas se sont donné pour mission de faire connaître les vertus du «régime méditerranéen», en commençant par son produit phare, l'huile d'olive.

• AGROALIMENTAIRE •

Les Québécois et l'alimentation

Au pays de la malbouffe

La consommation de préparations alimentaires précuites a augmenté de 700 % en cinq ans au Québec

Tant chez les hommes âgés de 35 à 44 ans que chez les jeunes de 6 à 16 ans, les cinq portions quotidiennes de légumes et de fruits n'ont pas la cote: deux d'entre eux sur trois les évitent. Ce qui a du succès: le restaurant ou la cuisine rapide. En fait, 28 % du budget alimentaire est investi dans la restauration. Du triomphe possible du diabète et de l'obésité.

PIERRE VALLÉE

Les habitudes alimentaires au Québec ont beaucoup changé au fil des ans. D'une part, elles se sont raffinées, comme en témoignent les étals des épiceries où l'on trouve à longueur d'année fruits et légumes frais, viandes et poissons ainsi qu'une foule de produits fins. Mais d'autre part, l'alimentation québécoise a aussi obéi à la tendance nord-américaine qui fait que l'on consacre de moins en moins de temps à la préparation des aliments à la maison. D'où l'importance toujours grandissante dans l'alimentation québécoise des repas pris au restaurant et des mets préparés et transformés.

«Les gens confient de plus en plus leur alimentation à d'autres, explique Paul-Guy Duhamel, président de l'Ordre professionnel des diététistes du Québec. Ensuite, nous ne mangeons pas assez de fruits, de légumes et de fibres, et notre alimentation contient trop de gras, de sucre et de sodium.»

Selon M. Duhamel, ce déséquilibre alimentaire, s'il n'est pas corrigé, pèsera lourd à l'avenir sur le système de santé. «Déjà, on voit apparaître une augmentation des maladies chroniques, tels le diabète ou l'obésité, qui sont des maladies intimement liées à l'alimentation.»

Mauvais plis

Selon Statistique Canada, un Québécois sur deux avoue ne pas consommer les cinq portions quotidiennes de fruits et légumes recommandées par le *Guide alimentaire canadien*. Chez les hommes âgés de 35 à 44 ans, cette proportion passe à deux individus sur trois.

La plus récente enquête sur les habitudes alimentaires au Québec a été réalisée par l'Institut de la statistique du Québec et porte sur les comportements alimentaires des jeunes âgés de 6 à 16 ans. Bien qu'elle ne contienne pas de données sur le comportement des adultes, certains chiffres sont tout de même révélateurs.

Par exemple, deux jeunes sur trois ne consomment pas les cinq portions quotidiennes de fruits et légumes même s'ils en mangent

tous les jours. Ensuite, seulement 14 % des jeunes ont indiqué avoir consommé du yogourt le jour où ils ont répondu à l'enquête.

Les hot-dogs et les hamburgers figurent au menu deux fois par semaine pour environ deux jeunes sur trois. Trois pour cent des adolescents ont recours tous les jours à un aliment commercial surgelé. Les bonbons, grignotines et boissons gazeuses font partie de l'alimentation quotidienne de 34 % des enfants de 6 à 8 ans et de 44 % des adolescents de 15 à 16 ans.

Nouvelles tendances

Les bonbons, grignotines et boissons gazeuses font partie de l'alimentation quotidienne de 34 % des enfants de 6 à 8 ans et de 44 % des adolescents de 15 à 16 ans

Les comportements alimentaires des enfants de 6 à 11 ans demeurent relativement sains puisque 90 % d'entre eux commencent la journée avec un petit-déjeuner. Moins de 15 % des enfants de ce groupe, pendant la période de l'enquête, avaient consommé un repas au restaurant ou livré à domicile, et plus de la moitié d'entre eux n'avaient pas consommé des aliments de restauration rapide.

Par contre, les choses se gâtent à l'adolescence puisque les deux tiers des adolescents avouent ne pas déjeuner tous les jours. Un adolescent sur cinq fréquente régulièrement les restaurants et un adolescent sur 10 avoue consommer des aliments de restauration rapide trois fois ou plus par semaine.

D'autres données, tirées d'un mémoire sur l'innocuité alimentaire présenté par l'Ordre professionnel des diététistes du Québec, tendent à démontrer l'importance toujours accrue que prennent dans l'alimentation des Québécois les repas au restaurant ainsi que les mets préparés et transformés.

Ainsi, les consommateurs québécois allouent en moyenne 28 % du budget alimentaire aux repas au restaurant. Entre 1996 et 2001, la consommation de «dîners» précuits a augmenté de 470 % et celle des autres préparations alimentaires précuites, de 700 %.

Manque de temps

Le manque de temps est la principale raison évoquée par les consommateurs pour expliquer la popularité des mets préparés ou des repas pris au restaurant. «Le travail et la vie familiale sont diffi-

ciles à concilier, précise Paul-Guy Duhamel. Les gens ont alors recours à des palliatifs comme les produits prêts à l'emploi.»

Ensuite, croit-il, on n'accorde pas assez d'importance à l'alimentation. «L'alimentation est souvent perçue comme une chose ordinaire, récurrente, que l'on fait trois fois par jour. On en vient à ne plus réaliser son importance.»

De la même façon que l'on ne réalise plus l'importance du repas en famille. «Trop de gens ne prennent plus le temps de manger à table et de parler entre eux. Si l'on accorde plus d'importance à ce moment, on accordera aussi plus d'importance à ce que l'on met sur la table. Et l'on mangera mieux et moins.»

Une alimentation à deux vitesses

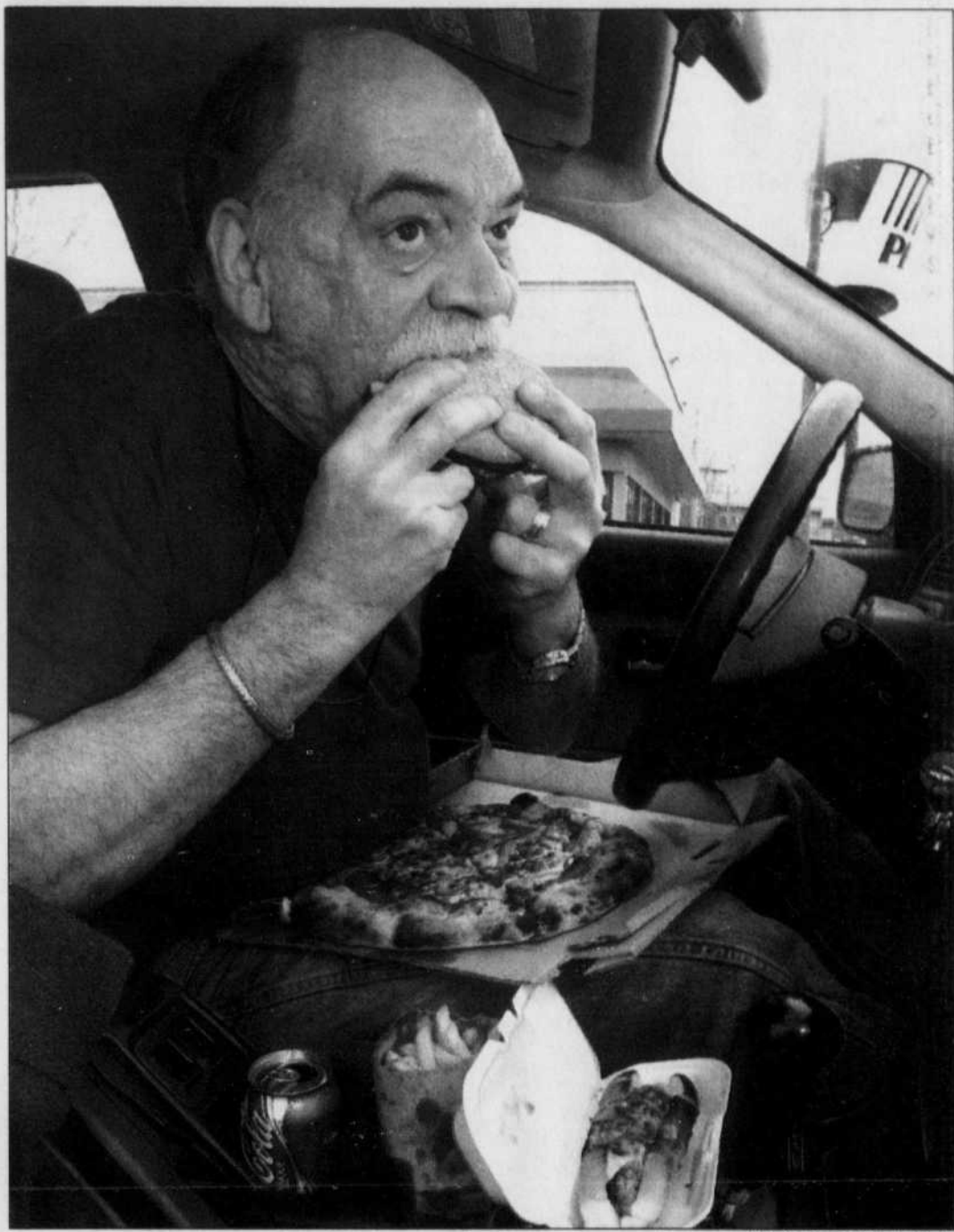
Paul-Guy Duhamel avance que l'on assiste à la mise en place d'une alimentation à deux vitesses, une pour les riches et une pour les pauvres. Selon lui, le coupable est l'accès aux produits frais et de qualité. «Les gens plus favorisés n'ont pas de difficultés à s'approvisionner, mais ce n'est pas le cas des gens pauvres. On n'a qu'à se promener dans un quartier défavorisé pour constater l'absence quasi totale de supermarchés. Les gens s'alimentent souvent au magasin du coin ou au dépanneur.»

Il soutient qu'on a beau exhorter les gens à faible revenu à mieux s'alimenter, encore faut-il qu'on leur donne la possibilité de se procurer les aliments. «Les chaînes d'alimentation devraient se conduire comme de bons citoyens corporatifs et être présentes dans tous les quartiers, même les moins nantis.»

Bien que l'on trouve sur le marché des produits alimentaires préparés de qualité supérieure, ces produits sont plus coûteux et ne se retrouveront pas nécessairement sur toutes les tables, même celles des gens qui en ont pourtant les moyens. «Un comportement que l'on retrouve même chez les gens aisés est celui d'en avoir le plus possible pour son argent. Ainsi, les gens choisissent souvent les produits les moins chers.»

C'est d'ailleurs la même logique qui a entraîné la popularité des portions géantes et des gros formats. Plusieurs études ont clairement démontré que, plus la portion dans l'assiette est grosse, plus les gens mangent. *Idem* pour les gros formats.

M. Duhamel constate aussi une certaine commercialisation de l'alimentation dans l'esprit des gens. «Chez plusieurs, l'alimentation est perçue comme un bien de consommation comme les autres. Mais manger, ce n'est pas juste consommer. L'alimentation n'est pas juste un bien de consommation, c'est un bien essentiel à la vie! S'alimenter, c'est vital.»



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

Selon un mémoire présenté par l'Ordre professionnel des diététistes du Québec, les consommateurs québécois allouent en moyenne 28 % du budget alimentaire aux repas au restaurant. Le manque de temps est la principale raison évoquée par les consommateurs pour expliquer la popularité des mets préparés ou des repas pris au restaurant.

POUR FAIRE VIVRE UNE IDÉE BRILLANTE, IL FAUT AVOIR UNE BONNE IDÉE DU FINANCEMENT.

Vous avez des projets en tête et les yeux tournés vers l'avenir? Nous sommes des experts en financement ayant à cœur l'expansion de votre entreprise. Nous pouvons vous proposer des solutions personnalisées, complémentaires à celles des institutions financières. Croissance, exportation ou développement technologique... quel que soit votre projet, prenez d'abord contact avec nous.

Investissement Québec vous accompagne jusqu'au bout de vos idées.

1 866 870-0437 | www.investquebec.com

IQ Investissement Québec

Il y a des milliers d'années...

les meilleurs athlètes étaient récompensés par une couronne d'olivier.

Les Grecs ont toujours considéré les olives comme un véritable cadeau des dieux. L'huile est tellement réputée pour son goût et sa qualité supérieure que d'autres pays l'utilisent pour aromatiser leurs propres huiles. L'huile d'olive est excellente pour la santé; elle aide à combattre de nombreuses maladies et prolonge l'espérance de vie.



Un principal importateur des produits...

• AGROALIMENTAIRE •

VIN

Au cœur du vignoble québécois

Une bonne réglementation s'impose pour garantir qualité et conservation

Un jour peut-être, avec le réchauffement de la planète, on fera du vin jusqu'au Nunavut. En attendant, c'est dans Brom-Missisquoi, dans le sud du Québec, que se situe un peu plus du tiers du vignoble québécois. Sur la route 202, à Dunham, jouissant d'un microclimat favorable, ils sont quatre producteurs, sans compter les cidreries. Le dernier-né, le Clos Saragnat, a été fondé à Frelighsburg en 2003 par Louise Dupuis et Christian Barthomeuf. On y fabrique du vin et du cidre de glace, et du vin de paille.

DENIS LORD

Barthomeuf fait un peu figure de légende dans l'industrie viticole québécoise. En 1978, ce vigneron autodidacte participait à la création du Domaine des Côtes d'archoise à Dunham, le premier vignoble déclaré au Québec. Dix ans plus tard, s'inspirant du succès du vin de glace, il imaginait le cidre de glace, qui est devenu un succès mondial. En sa qualité de consultant, Barthomeuf a travaillé pour plusieurs cidreries et vignobles, notamment celui de la Chapelle Sainte-Agnès à Glen Sutton. Avec sa chapelle à flanc de coteau, son panorama imprenable, ses murs de pierre soutenant les terrasses, c'est peut-être le plus beau vignoble de la province. Selon Barthomeuf, le Québec ne battra jamais des pays comme le Chili avec des vins blancs ou rouges; notre avenir serait plutôt dans les produits spécialisés, comme le vin de paille ou le bio. Avec son Seyval Carte d'or 1985, Barthomeuf et les Côtes d'archoise ont pourtant remporté une médaille d'or aux Sélections mondiales 1986, devant 35 pays! «Mais, avoue-t-il, chaque bouteille nous revenait à 40 \$...»

SAQ, les ventes effectuées sur place ne sont pas négligeables. Les touristes jouent un rôle fort important et leur séduction est bien orchestrée avec les boutiques, visites didactiques et présentations de films et de spectacles. «Si Dunham est connu, explique Charles-Henri de Coussergues, vigneron et copropriétaire de l'Orpailleur, c'est à cause du vin. La concentration de vignobles est davantage un atout qu'un problème. Il n'y a pas de compétition, nous partageons nos expériences. Ce serait d'ailleurs une bonne chose qu'on soit 20 ou 25, pas plus, pour avoir plus de poids dans la balance économique.»

La proximité des vignobles a en effet permis la création de la Route des vins, premier circuit québécois du genre à être balisé au moyen d'une signalisation routière. Tout seul dans sa région, à Magog, le vignoble Cep d'argent, aussi réputé soit-il, ne peut jouir d'une telle opportunité. La Route des vins a même donné naissance à son «off festival», la Tournée des 20, visites d'ateliers d'artistes et d'artisans locaux.

L'avenir du vin

En attendant l'accroissement du réchauffement climatique, la culture de la vigne au Québec demeure problématique. Pour moult cépages frileux, il faut procéder au

buttage, c'est-à-dire enfouir la vigne sous la terre à l'approche des gelées. Cette opération se traduit en coûts supplémentaires de main-d'œuvre et en perte de terrain, puisqu'il faut espacer davantage les rangs pour laisser passer le tracteur.

«Nous n'avons pas réussi à créer de bonnes variétés rustiques au Québec, souligne M. de Coussergues. On a tenté d'hybrider la vigne indigène, le riparia, avec d'autres cépages, mais le riparia transmet son mauvais goût. Et ça coûte cher de faire des tests. En 23 ans de culture au Québec, j'ai essayé 66 variétés.» Idéalement, il faut trouver un cépage qui soit fécond, résistant au froid, et qui bien sûr a bon goût. Un des derniers hybrides testés ici, le frontenac, vient du Minnesota. Il est robuste, mais donne un raisin très acide. L'expérimentation est en cours...

Créée en 1987, l'Association des vignerons du Québec (AVQ) compte 27 membres. Elle collabore avec Agriculture Canada pour l'amélioration de la viticulture au Québec. «À la station expérimentale de Frelighsburg, explique De Coussergues, vice-président de l'AVQ, on fait de la recherche sur la vigne depuis sept ans pour inventorier les maladies et les insectes nuisibles, et développer des moyens de lutte raisonnée. Cette année, nous commencerons à appliquer le résultat de ces recherches, ce qui nous permettra

entre autres de diminuer radicalement l'usage des insecticides.»

L'AVQ négocie avec le gouvernement canadien pour que le lieu de quarantaine (d'une durée de trois ans) des vignes importées soit transféré de l'île de Vancouver à Frelighsburg. «En Colombie-Britannique, de dire De Coussergues, on ne se préoccupe que des virus. À Frelighsburg, on tiendrait aussi compte de la vigne. Nous gagnerions beaucoup de temps.»

Pour une norme québécoise

Pour M. de Coussergues, le Québec doit aussi s'impliquer. «Le MAPAQ n'offre aucun service aux vignerons. Il y faudrait au moins un spécialiste pour l'ensemble du Québec. Personne ne collige l'information. À moins de contacts avec des vignerons établis, un nouveau venu part à zéro, comme moi en 1982. En Montérégie, le vignoble Dietrich-Joos était un des grands succès du Québec. Quand Victor Dietrich est mort en 2003, on a remplacé la vigne par du maïs et personne n'a récolté les fruits de son expérience.»

Lors de l'assemblée générale du 12 mars dernier, les membres de l'AVQ ont voté divers règlements favorisant l'établissement de normes de qualité au Québec. L'AVQ veut que le Canada s'inspire de la loi en vigueur en Ontario et que le terme «vin de glace» devienne une appellation contrôlée



ARCHIVES LE DEVOIR

La culture de la vigne au Québec demeure problématique. Pour moult cépages frileux, il faut procéder au buttage, c'est-à-dire enfouir la vigne sous la terre à l'approche des gelées.

au niveau national. Plusieurs producteurs nuisent à la réputation du produit en rajoutant du sucre ou en congelant artificiellement les raisins. L'assemblée a également voté pour que les vins québécois soient exclus des dépanneurs en attendant qu'on y installe des contrôles aussi rigoureux que ceux de la SAQ. On veut aussi empêcher qu'un même vignoble

puisse avoir simultanément des permis artisanal et industriel, ce qui rendrait plus problématique le contrôle de la qualité et permettrait à de simples embouteilleurs de faire croire que leur produit est réellement québécois. L'assemblée a voté d'exclure de son association ceux qui fabriquent de mauvais vins ou dont les vignes sont mal tenues.

Cidre de glace

Né au Québec, il conquiert le monde...

Mettez ensemble deux icônes du Québec, la pomme et le froid, et avec un peu d'imagination et beaucoup d'expérimentation, vous obtenez le cidre de glace, un pur produit du terroir québécois qui gagne aujourd'hui les faveurs du marché mondial.

À Frelighsburg, Charles Crawford et son Domaine Pinnacle est un des premiers à avoir saisi l'opportunité de développer un marché international pour ce produit typiquement québécois: le cidre de glace.

«Je voulais m'établir en campagne, rappelle Crawford, qui possédait une compagnie d'informatique à Montréal. J'ai acheté un verger sur le mont Pinnacle, mais la production de pommes n'était pas rentable. On m'a introduit à Christian Barthomeuf, un vigneron brillant et créatif, qui s'est inspiré du vin de glace pour créer le cidre de glace.» Aujourd'hui, le Domaine Pinnacle est sans doute le plus grand exportateur de cidre de glace à travers le monde. Ses nectars sont distribués dans le reste du Canada, aux États-Unis, en Europe et en Asie.

«Il existe 265 variétés de pommes,

explique M. Crawford. Pour créer nos produits, il a fallu faire différents tests, trouver un équilibre entre les saveurs. Certaines variétés sont très acides, la McIntosh par exemple, d'autres très sucrées.» Les créations du Domaine Pinnacle se composent de six variétés de pommes. Le cidre Signature est composé à partir d'espèces non commercialisées. Dernièrement, le Domaine Pinnacle mettait sur le marché le premier cidre pétillant au monde.

Il faut environ 80 pommes pour faire une bouteille de cidre de glace, cinq fois plus que pour un cidre classique. Les pommes sont cueillies dans l'arbre après le gel, à des dates différentes selon les espèces. Après le pressage, elles fermentent dans des cuves séparées jusqu'à l'assemblage.

Entre 2001 et 2005, le Domaine Pinnacle a décuplé sa production, passant de 1500 caisses de 12 bouteilles à 15 000 caisses de production annuelle. Il est presque inévitable que d'autres provinces et pays emboîtent bientôt le pas. Pour M. Crawford, il est urgent que le Québec se dote d'une loi pour que l'appellation soit contrôlée. Certains producteurs nuisent à la réputation du produit en le soumettant à une congélation artificielle ou en y rajoutant du sucre.

D. L.

AGROALIMENTAIRE

PRINTEMPS DES SAVEURS

CE CAHIER SPÉCIAL

EST PUBLIÉ PAR LE DEVOIR

Responsable NORMAND THÉRIAULT

ntheriault@ledevoir.ca

2050, rue de Bleury, 9^e étage, Montréal (Québec) H3A 3M9.

Tél.: (514) 985-3333 redaction@ledevoir.com

FAIS CE QUE DOIS



Marie et Charlotte commencent chaque journée avec un smoothie.



Déjà 1 Canadien sur 3 choisit Europe's Best. Faites comme eux. Vivez en santé!

Fièvre partenaire de
Étoiles
du Glace



Certains exigent le
Poulet Maple Leaf Naturellement* Prime^{MC}.

Non seulement nourri au grain,
notre poulet est nourri au grain
végétal et ne contient aucun
sous-produit animal.



*La première marque de poulet au Canada