

## RAPPORT DES ACTIVITÉS

# SERVICE PROMOTION INNOVATION & DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

16  

---

17

# TABLE DES MATIÈRES

## 03

### Le service de promotion, d'innovation et de développement des marchés

03 / But

Objectifs

04 / Réalisations 2016-2017

Ventes au Québec

Exportations

## 05

### Promotion au Québec

06 / Consommateurs sportifs

12 / Consommateurs bien-être

13 / Consommateurs grand public

20 / Relations publiques et événements

23 / Sites Web

28 / Médias sociaux

## 31

### Promotion aux États-Unis

32 / Activités en continu

33 / Consommateurs bien-être

34 / Consommateurs gourmets

35 / Consommateurs sportifs

## 36

### Promotion au Japon

37 / Consommateurs bien-être

38 / Filière commerciale

39 / Autres activités

## 40

### Promotion au Royaume-Uni

41 / Consommateurs gourmets

46 / Consommateurs sportifs

47 / Consommateurs bien-être

## 48

### Promotion en Inde

49 / Activités de relations publiques en continu

57 / Consommateurs gourmets

57 / Consommateurs bien-être

## 58

### Recherche et innovation

58 / Programme de recherches scientifiques, visant à valoriser l'érable

63 / Diffusion des résultats de recherche 2016-2017 auprès de la communauté scientifique : symposium, communiqué et articles scientifiques

70 / Valorisation du portefeuille de propriété intellectuelle

# LE SERVICE DE PROMOTION, D'INNOVATION ET DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

## BUT

Accroître la visibilité, la valeur et les ventes des produits de l'érable du Québec et du Canada au plan national et international.

## OBJECTIFS

- 1- Valoriser les produits d'érable au moyen de campagnes marketing rejoignant un public cible spécifique par marché
- 2- Développer des tactiques communicationnelles adaptées à chacun des pays développés, soit le Japon, l'Inde, le Royaume-Uni, les États-Unis et le Canada (Québec)
- 3- Favoriser la recherche scientifique afin d'approfondir les connaissances sur l'érable
- 4- Poursuivre le développement de l'eau d'érable et ses dérivés de production pour stimuler la création de segments de marché chez nos acheteurs
- 5- Bonifier le budget promotionnel par des ententes de partenariats financiers



## RÉALISATIONS 2016-2017

- Opérationnalisation des programmations nationale et internationale de promotion, de développement des marchés, de la recherche et innovation 2016-2017 sur la base du budget 2017 de 11 318 308 \$, auquel s'ajoutent des subventions totalisant 1 186 421 \$.
- Poursuite du développement des connaissances et des découvertes sur l'érable en collaboration avec notre réseau d'ambassadeurs scientifiques de renommée internationale.
- Évolution des apprentissages techniques portant sur le sirop de transformation et le concentré d'eau d'érable à titre d'ingrédient alimentaire afin de soutenir le développement de ces créneaux.
- Diffusion des résultats de recherche auprès de la communauté scientifique, tant à l'échelle nationale qu'internationale.
- Rayonnement de la gastronomie de l'érable ici comme ailleurs.
- Développement de la stratégie de marque des Produits d'érable du Québec qui sera dévoilée vers la fin de l'année 2017.
- Croissance des ventes et des exportations.

## VENTES AU QUÉBEC

Résultats fournis par AC Nielsen et représentant les achats en épicerie, en magasins à grande surface et en pharmacies au Québec.

Les ventes en volume de sirop d'érable dans les épicerie, les magasins à grande surface et les pharmacies au Québec ont augmenté de 4 % en 2016 pour se chiffrer à 7,36 millions de livres et totaliser 5 071 374 unités scannées. Enfin, la valeur financière des ventes est passée de 28 754 605 \$ à 29 298 899 \$ (+1,89 %).

## EXPORTATIONS

En comparaison avec 2015, les exportations canadiennes de produits d'érable de 2016 vers tous les pays se sont accrues de 6,9 %. Sur les marchés prioritaires, les exportations aux États-Unis se sont chiffrées à 61,35 millions de livres, une hausse de 3,9 % par rapport à 2015. Quant aux exportations du Canada vers le Japon, elles étaient en baisse de 0,6 % par rapport à 2015, totalisant 5,9 millions de livres. Enfin, les exportations vers le Royaume-Uni ont été de 5,37 millions de livres, une hausse de 6,9 % par rapport à 2015.

# PROMOTION AU QUÉBEC





## CONSUMMATEURS SPORTIFS

### ACTIVITÉ 1


### GRANDS PRIX CYCLISTES DE QUÉBEC ET DE MONTRÉAL (GPCQM)

(du 9 au 11 septembre 2016)

Pour une 2<sup>e</sup> année consécutive, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (FPAQ) a été partenaire de ces prestigieuses courses, présentant à l'élite cycliste locale et mondiale, les multiples attributs et bienfaits des Produits d'érable du Québec lors des performances sportives.

21   
équipes sportives

168  
coureurs cyclistes

200 000  
visiteurs 

### SOULIGNONS LA GRANDE VISIBILITÉ DES PRODUITS D'ÉRABLE DU QUÉBEC :

- **21 équipes** sportives et **168 cyclistes**
- **200 000 visiteurs** à Québec et Montréal
- **Présence remarquée des PÉQ** dans la tente mécano avec un accès privilégié aux coureurs : présentation et dégustation de l'eau d'érable certifiée NAPSI et de produits à l'érable développés par des transformateurs et adaptés aux besoins des cyclistes
- **Échantillonnage de produits** dans la salle de presse
- **Présence multiple du logo PÉQ sur l'affiche officielle**, le programme, dans les magazines sportifs, dans la salle de presse et la salle de la conférence de presse, sur les outils de communication, dans les zones d'entrevues, sur les fonds de scène lors des remises de prix protocolaires, sur les affiches de remerciements des partenaires, sur les écrans géants, sur les bannières flottantes, sur la chaîne de télévision TVA Sports, sur le site Web GPCM-section partenaires, etc.
- **Remise de bouteilles de sirop d'érable** à chaque lauréat lors des cérémonies protocolaires
- **Deux kiosques dans le Village des fans :**
  - Le kiosque *Propulsé par la nature* des Produits d'érable du Québec animé par les nutritionnistes de VIVAÏ, experts en nutrition sportive ; dégustation de boissons et de collations
  - Un kiosque Produits d'érable du Québec, pour les transformateurs ayant développé des produits à l'érable pour les sportifs, avec distribution de milliers de produits pour sportifs à base d'érable
- **Création d'une vidéo dynamique sur l'événement**

## DES RETOMBÉES MÉDIATIQUES IMPORTANTES :

- Diffusion d'un communiqué de presse aux médias
- Conférence de presse, plus de **160 journalistes sur place**
- Transmission en direct sur les ondes de **TVA Sports**
- **Retransmissions télévisuelles** dans plus de **130 pays** (13 télédiffuseurs majeurs avec une portée potentielle évaluée à plus d'un milliard de foyers à travers le monde (Canada, États-Unis, Amérique centrale, Europe, Afrique, Moyen-Orient, Asie...))
- Navigation sur le site Web des GPCQM (**65 323 visiteurs uniques** ont navigué sur le [gpcqm.ca](http://gpcqm.ca), représentant **92 987 visites**). Atteignant les **252 989 pages vues**, cette plateforme est des plus prometteuses pour les Produits d'érable du Québec, comme partenaire de l'événement
- Présence des Produits d'érable du Québec sur les réseaux sociaux des GPCQM : micro site Web, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube...



## ACTIVITÉ 2

### UN NOUVEL AMBASSADEUR POUR L'ÉRABLE : HUGO HOULE

Les Produits d'érable du Québec ont depuis le mois d'avril 2016, un tout nouvel ambassadeur pour les représenter, Hugo Houle, le plus jeune cycliste jamais recruté par l'équipe AG2R LA MONDIALE, une équipe professionnelle internationale.

Hugo est véritablement un athlète qui carbure à l'érable ! Voici ce qu'il en dit : « Pour moi, l'érable est le meilleur sucre naturel. Peu importe où je voyage, j'apporte dans ma valise ce petit plaisir bien de chez nous. L'érable fait partie de mon régime alimentaire quotidien de cycliste professionnel, que ce soit au petit déjeuner, en plein entraînement ou après mes séances, dans les boissons de récupération. » La recette de son succès, « Le gruau à l'érable de Hugo », est présentée sur le site de [jaimelerable.ca](http://jaimelerable.ca).

Un communiqué de presse a été diffusé pour annoncer ce partenariat et des entrevues ont été accordées à des radios et au journal La Terre de chez nous.



### ACTIVITÉ 3

## LES PRODUITS D'ÉRABLE DU QUÉBEC : SOURCE D'ÉNERGIE OFFICIELLE DE LA FÉDÉRATION QUÉBÉCOISE DES SPORTS CYCLISTES (FQSC)

Pour une troisième année consécutive, le partenariat est renouvelé entre les Produits d'érable du Québec et la Fédération québécoise des sports cyclistes (FQSC).

En mettant en commun les expertises de chacun, cette entente consacre les vertus de l'érable comme nutriment entièrement naturel au service de la performance sportive, afin de soutenir les efforts et le développement des cyclistes.

Une conférence de presse à Québec a eu lieu le 3 avril 2017 annonçant le renouvellement de ce partenariat. Hugo Houle, le nouvel ambassadeur des Produits d'érable du Québec étant présent, l'occasion était idéale pour également annoncer cette association aux médias.



### PROMOTION ET VISIBILITÉ :

- Présence du logo des Produits d'érable du Québec, source d'énergie officielle de la Fédération québécoise des sports cyclistes, sur toutes les communications écrites et électroniques de la FQSC.
- Présence du logo sur tout le matériel promotionnel, incluant les véhicules officiels, les plaques offertes aux gagnants des compétitions sportives, les bannières et les oriflammes sur les sites des courses.
- Présence à 8 championnats québécois dans différentes régions. Suite à un appel d'offres, l'équipe promotionnelle de NECTA, eau d'érable certifiée NAPSI, était présente à 6 de ces courses et offrait une dégustation et une distribution d'échantillons. Plus de **2 100 athlètes joints**.
- Publication de cinq textes dans l'infolettre mensuelle envoyée aux **8 000 membres** de la FQSC, traitant des bienfaits et des attributs des produits d'érable.
- Participation le 20 novembre 2016 à la remise des Prix du Mérite cycliste québécois à Bromont, sous la présence de plus de **300 invités**. Élaboration d'un menu à l'érable et remise de trophées, arborant le logo des Produits d'érable du Québec.

Plus de

**2 100**  
athlètes joints



Publication de cinq textes dans  
l'infolettre mensuelle envoyée aux

**8 000**  
membres



#### ACTIVITÉ 4

### DES SPORTIFS DÉCOUVRENT LES BIENFAITS DES PRODUITS D'ÉRABLE DU QUÉBEC

En collaboration avec l'équipe VIVAÏ, experts en nutrition sportive, participation à des événements sportifs dans plusieurs régions du Québec.

Kiosque *Propulsé par la nature*, animé par des nutritionnistes du sport, avec dégustation de recettes à l'érable conçues pour améliorer les performances sportives avant, pendant et après l'effort. Nombreux échanges avec les participants et les visiteurs et distribution de brochures.

**Vélirium Mont Saint-Anne** (6 et 7 août 2016) –  
Course nationale de vélo de montagne de haut niveau

**1 500 athlètes** et près de **50 000 visiteurs**

**Défis du Parc de la Mauricie** (du 23 au 25 septembre 2016) –  
**Plus de 4 000 athlètes** et **11 000 visiteurs**

**Salon On Bouge Montréal** (7 et 8 janvier 2017) et **Salon On Bouge Québec** (du 13 au 15 janvier 2017) – **Plus de 10 000 visiteurs.**

L'objectif de ce salon visait à rassembler des organisations qui se consacrent à la saine alimentation et à l'activité physique, dans le but de donner aux visiteurs le goût d'entamer ou de conserver un mode de vie sain et actif.



#### ACTIVITÉ 5

### FESTIVAL DU FILM DE MONTAGNE DE BANFF

(du 17 janvier au 14 mars 2017)

Pour une toute première fois, les Produits d'érable du Québec ont été le partenaire principal de la tournée provinciale de ce très populaire festival.

L'objectif visait à faire connaître à une clientèle de gens actifs les bienfaits de l'érable afin que l'érable s'impose comme un incontournable de la nutrition sportive.

- **23 villes visitées** à travers le Québec, **30 représentations** et plus de **20 000 visiteurs**
- Visibilité sur scène, vidéo sur les Produits d'érable du Québec présentée avant les représentations, distribution de Produits d'érable du Québec comme prix de présence
- Kiosque PPN animé par deux nutritionnistes de VIVAÏ avec dégustations de recettes à l'érable
- Mention du partenariat dans des communiqués de presse
- Visibilité sur le site Web du Festival ainsi que sur les médias sociaux.



## ACTIVITÉ 6

### LES ACTIFS DE L'ÉRABLE

En collaboration avec l'équipe VIVAÏ, experts en nutrition sportive, les Actifs de l'érable ont représenté les Produits d'érable du Québec dans différents événements sportifs, de juin à novembre 2017. Le programme a mis de l'avant des athlètes passionnés par le sport dans leur quotidien et qui carburent à l'érable. Le programme visait à faire la promotion des bienfaits du sirop d'érable dans le cadre d'activités physiques auprès d'un public de sportifs amateurs et professionnels.

Lors des événements, les Actifs de l'érable ont pris part à des courses et ont prodigué des conseils sur la consommation des produits d'érable pour améliorer la performance.

- Présence des Actifs de l'érable au kiosque PPN
- Suivi régulier des Actifs de l'érable sur la page Facebook de VIVAÏ
- Dégustation de boissons sportives à l'érable et de rondelles d'énergie à l'érable

- 1. Triathlon et Ironman 70.3 de Tremblant (23-25 juin) :**  
**4 900 participants** et **15 000 visiteurs**
- 2. Triathlon de St-Lambert (9 juillet) :** **850 participants** et plus de **2 000 visiteurs** / Kiosque, dégustation de 900 boissons et 1 000 rondelles, 1 000 brochures / Deux Actifs sur le podium des meilleurs résultats de la journée
- 3. Triathlon Memphré Magog (15-16 juillet) :** **2 100 participants** et plus de **5 000 visiteurs** / Kiosque, dégustation de 1 600 boissons et 2 000 rondelles, 1 600 brochures / Équipe Actifs de l'érable sur le podium en 3<sup>e</sup> place !
- 4. L'échappé Belle Dunham (19 août) :** Environ **500 participants** et **visiteurs**
- 5. Défis du parc : cyclo sportive vélo de route** au Parc National de la Mauricie (du 25 au 27 août) : Environ **15 000 athlètes** et **visiteurs** / Kiosque avec dégustation
- 6. Courses gourmandes** – Rougemont/Mirabel/Bromont (27 août, 9 octobre et 12 novembre) : Environ **20 000 participants** et **visiteurs** aux trois courses sont attendus (les données des dernières courses ne sont pas disponibles en date de ce rapport).



## ACTIVITÉ 7

### CRÉATION DE NOUVELLES RECETTES POUR AMÉLIORER LES PERFORMANCES SPORTIVES

Le sirop d'érable, naturel à 100 %, fait le bonheur des sportifs. Authentique, non transformé et sans colorants ni agents de conservation, il est idéal pour faire le plein avant, pendant et après l'entraînement.

Sept nouvelles recettes ont été créées et sont disponibles sur le site [jaimelerable.ca](http://jaimelerable.ca) :

#### AVANT

Biscuits à l'érable, à l'avoine et aux raisins

Le gruau à l'érable d'Hugo



#### PENDANT

Rondelles d'énergie à l'érable

Smoothie à l'eau d'érable certifiée NAPS1 infusée au thé vert chai épice

Boisson énergétique à l'érable, au citron et à l'ananas



#### APRÈS

Bouchées de récupération à l'érable

Houmous sucré-salé



## ACTIVITÉ 8

### CRÉATION D'UNE NOUVELLE BROCHURE L'ÉRABLE SOURCE D'ÉNERGIE NATURELLE POUR LES SPORTIFS

Cette brochure destinée à une clientèle pratiquant des sports d'endurance met de l'avant les bienfaits énergisants des produits d'érable du Québec ainsi que des recettes simples à réaliser. Distribution lors de différents événements sportifs.



# CONSOMMATEURS BIEN-ÊTRE

## ACTIVITÉ 1 L'ÉRABLE ET LES DIÉTÉTISTES

Les Produits d'érable du Québec étaient l'un des fiers partenaires et commanditaires du congrès 2016 de l'Ordre professionnel des diététistes du Québec, qui se tenait à Montréal les 23 et 24 septembre 2016.

Plus de **200 professionnels** de la diététique ont pu rencontrer Marie Breton, diététiste de renom, au kiosque des Produits d'érable du Québec. Elle a présenté les nombreux attributs et qualités de l'érable pur à 100 %, qui contribuent à une saine alimentation.

Une nouvelle brochure santé intitulée *Complice d'une saine alimentation* et résumant les connaissances actuelles sur les attributs de santé de l'érable a été publiée et remise aux participants.

Plus de **200** professionnels de la diététique rassemblés

Nouvelle brochure santé de l'érable publiée et remise aux participants



# CONSOMMATEURS GRAND PUBLIC

## ACTIVITÉ 1

### CAMPAGNE D'AUTOMNE

#### ACTION 1.1

#### L'ÉRABLE CÉLÈBRE AVEC RICARDO

Septembre 2016, était un moment mémorable pour Ricardo et toute son équipe puisque le magazine portant son nom célébrait son 15<sup>e</sup> anniversaire. Le sirop d'érable étant un des 15 produits coup de cœur de Ricardo, il lui fait toujours une belle place dans ses publications. Aussi, pour l'occasion, une nouvelle publicité des Produits d'érable du Québec, intitulée *Chaque geste compte*, a été créée. Les valeurs d'authenticité, d'élégance et de pureté de l'érable se sont déployées autour d'un message portant sur la contribution des érablières du Québec à l'environnement.

Distribution de **130 000 exemplaires**

À noter que cette même publicité a été diffusée dans la Terre de chez nous, sur une page complète, dans la semaine du 19 au 25 octobre 2016.

Distribution : **24 000 copies**



#### ACTION 1.2

#### SIROPCOOL EN VEDETTE

L'édition d'automne du magazine Les Débrouillards mettait en vedette Siropcool et **185 000 exemplaires** ont été distribués dans les écoles, aux abonnés et en kiosque.



Les lecteurs âgés de 9 à 14 ans y ont découvert deux pages aux thématiques suivantes :

- Cuisiner en famille, une recette de macaroni au fromage, à la courge musquée et à l'érable : un délicieux repas santé.
- Partir à la découverte de l'encyclopédie de l'érablière, un univers à découvrir : invitation à partager toutes ces informations auprès des professeurs et des écoles.

## ACTIVITÉ 2

# CAMPAGNE DE NOËL

### ACTION 2.1

## JOYEUSES FÊTES GOURMANDES

Convivialité, festivité et magie, voilà l'essence même du message de Noël véhiculé par les produits d'érable de chez nous. Celui-ci s'incarne d'ailleurs parfaitement dans les recettes gourmandes du temps des Fêtes, où tradition et inventivité se sont rencontrées pour le plus grand plaisir de tous.

Pour ravir le palais de leurs convives, tout en se facilitant la vie, les amateurs de cuisine ont eu le plaisir de décliner en douze plats ou desserts festifs, quatre recettes de base proposées par les Produits d'érable du Québec.

Les internautes ont été invités à découvrir ces irrésistibles combinaisons à l'érable sur le site [jaimelerable.ca](http://jaimelerable.ca).

### UNE OFFENSIVE PUBLICITAIRE A INONDÉ L'UNIVERS MÉDIATIQUE :

- Dans les magazines avec une campagne de trois pages : Ricardo, Véro, Zeste, Coup de pouce et La Terre de chez nous et dans les quotidiens avec des demi-pages : Le Devoir, La Presse, Le Soleil, Le Nouvelliste, Le Droit, La Tribune, Le Quotidien et La Voix de l'Est.

Nombre de **personnes jointes : 1 265 000**

- Sur les plateformes Web et les réseaux sociaux : Le Devoir, La Presse+, Le Soleil, Ricardo, Zeste, Trois fois par jour, Véro, Coup de pouce, Facebook et Instagram.

Nombre de **personnes jointes : 3 435 000**

Le site web [jaimelerable.ca/joyeusesfetesgourmandes](http://jaimelerable.ca/joyeusesfetesgourmandes) a été créé pour l'occasion.

Plus de **90 000 visites**

Les recettes de Noël ont également été ajoutées à la section Recettes de [jaimelerable.ca](http://jaimelerable.ca).

Plus de **86 000 visites**



### ACTIVITÉ 3

## CAMPAGNE PRINTEMPS

#### ACTION 3.1

### ANIMATION PÉDAGOGIQUE SUR L'ÉRABLE DANS LES ÉCOLES PRIMAIRES

Pour une quatrième année, la FPAQ a confirmé son lien avec les écoles québécoises et s'est à nouveau positionné favorablement dans le champ de l'éducation. L'animation a été offerte dans 30 écoles à des enfants du 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> cycle du primaire. **7 280 enfants** et près de **500 enseignants** ont participé activement à l'animation et ont goûté au sirop d'érable et l'eau d'érable certifiée NAPSI.

La magie opère toujours ! Cette animation culturelle connaît un franc succès car elle offre aux enseignants un outil pédagogique dynamique, qui permet d'exploiter le thème de l'érable en classe.

Une révision du contenu est actuellement en cours afin de le mettre à jour en tenant compte des nouvelles données et informations pertinentes en date de 2017.

#### ACTION 3.2

### MÉTÉOMÉDIA,

(du 8 mars au 17 avril 2017)

#### Campagne Visitez la référence sur l'érable

L'objectif était de diriger les utilisateurs de l'application mobile de MétéoMédia et les téléspectateurs vers le site **jaimelerable.ca** pour toutes questions relatives à l'érable pendant la période des sucres.

- Les bandeaux de la campagne mobile ont été vus par **1 320 017 personnes**
- Plus de **6 241 clics** vers le site
- Le volet télévision a joint **7 927 000 téléspectateurs**

30 écoles  
visitées



7 280  
enfants

500  
enseignants

1 320 017  
personnes

6 241  
clics



7 927 000  
téléspectateurs



## ACTIVITÉ 4

### CAMPAGNE D'ÉTÉ

#### ACTION 4.1

#### LES PRODUITS D'ÉRABLE DU QUÉBEC À L'ÉMISSION LES CHEFS !

À l'été 2017, les produits d'érable du Québec ont participé à la très populaire émission Les Chefs!, diffusée sur les ondes de Radio-Canada.

L'érable était en vedette au cours des dix émissions et deux des émissions étaient plus particulièrement consacrées à la cuisine à l'érable. Que de duels et de créations de haut niveau !

Différentes capsules vidéos ont été diffusées durant les pauses publicitaires, vantant les bienfaits de l'or blond. Bon nombre de produits d'érable ont été utilisés par les candidats qui devaient s'affronter dans un feu roulant de défis. De plus, d'impressionnants paniers cadeaux de produits non génériques ont été offerts aux derniers participants et au grand gagnant lors de l'émission du 21 août 2017. Quelle formidable vitrine pour les Produits d'érable du Québec !



#### ACTION 4.2

#### SIROPCOOL : NOUVELLE IMAGE, NOUVEAU SITE

Entièrement refait, le site **Siroppcool.ca** présente un univers dynamique, original et graphiquement surprenant, au contenu des plus actualisé.

Le site se veut une plateforme éducative et amusante pour les enfants de 6 à 11 ans. Ceux-ci peuvent consulter l'encyclopédie de l'érable, cuisiner les recettes de Siropcool et jouer à des jeux. Quant aux enseignants, une rubrique leur est consacrée comprenant un guide pédagogique et des activités à réaliser.



#### ACTION 4.3

#### CAMPAGNE PUBLICITAIRE D'ÉTÉ DE SIROPCOOL

Pour appuyer le lancement de la nouvelle image de Siropcool et de son site Web, une campagne publicitaire a été orchestrée sous la thématique « Vive l'été ». Cette offensive promotionnelle a littéralement inondé l'univers médiatique. Parents et enfants ont ainsi pu trouver des idées de recettes pour les boîtes à lunch dans des revues populaires, distribuées à grande échelle, de même que sur le site Web de **Siroppcool.ca** et les réseaux sociaux. Idéales pour les sorties en camp de jour et les pique-niques ou pour se régaler à la maison, ces recettes santé sont faciles à préparer, en plus d'être délicieuses.

À cela s'est ajoutée, l'insertion d'un cahier publicitaire de quatre pages dans les numéros de juin des magazines suivants : Ricardo, Véro, Coup de pouce, Cuisine futée, Les Débrouillards, La Terre de chez nous et Les Explorateurs.

**839 000 personnes ont été jointes.**

Trois publicités ont aussi été publiées dans La Presse+ au cours de l'été. Ces dernières ont généré près de **500 000 impressions** et suscité plus de **2 000 visites** sur le site Siropcool.ca.

## ACTIVITÉ 5

# CAMPAGNE NUMÉRIQUE ANNUELLE

### ACTION 5.1

#### ACHAT DE MOTS-CLÉS GOOGLE

L'achat de mots clés liés à nos campagnes publicitaires et à nos recettes permet d'accroître le trafic sur le site **jaimelerable.ca**. Des achats de mots-clés liés aux produits d'érable et aux agents sucrants concurrents sont aussi effectués tout au long de l'année. L'an dernier, l'achat de mots clés a généré **74 512 visites** sur **jaimelerable.ca**, soit **6 % des visites totales** sur le site.



### ACTION 5.2

#### CAMPAGNES PUBLICITAIRES SUR FACEBOOK

Onze campagnes publicitaires, en lien avec les saisons et les différentes fêtes annuelles, ont été réalisées sur Facebook au cours des 12 derniers mois. Ces campagnes ont généré plus de **17 millions d'impressions** et **614 495 visites** sur **jaimelerable.ca**, soit **46 % des visites totales** sur ce site.

#### THÈMES DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES :

- « Nos recettes les plus populaires », en ligne en continu
- « Trois vidéos sur la nutrition sportive », en ligne, par moment, du 25 juillet au 19 septembre
- « L'érable met du punch dans la boîte à lunch », en ligne du 15 août au 16 septembre
- « Cuisine d'automne à l'érable », en ligne du 20 septembre au 11 novembre
- « Joyeuses fêtes gourmandes », en ligne du 28 novembre au 1<sup>er</sup> janvier
- « L'érable, source n°1 d'énergie naturelle – Hiver », en ligne du 20 février au 24 mars
- « Recettes faciles pour la relâche », en ligne du 23 février au 12 mars
- « Temps des sucres », en ligne du 1<sup>er</sup> mars au 14 avril
- « Menu 100 % érable pour Pâques », en ligne du 30 mars au 16 avril
- « L'érable, source n°1 d'énergie naturelle – Été », en ligne du 12 juin au 7 juillet
- « Vive l'été avec Siropcool », en ligne du 11 juillet au 31 août

La campagne publicitaire mettant de l'avant trois vidéos sur la nutrition sportive s'est aussi déclinée sur notre compte **YouTube**. Au total, on dénombre **148 599 visionnements** de plus de 10 secondes et **9 867 visionnements** complets de l'une ou l'autre des vidéos.



### ACTION 5.3 PUBLICATIONS MISES DE L'AVANT SUR FACEBOOK

Grâce aux publications « mises de l'avant », nous pouvons promouvoir certaines de nos publications auprès d'un plus grand nombre de fans ou d'un public choisi, comme les sportifs. Ces campagnes sont de plus courte durée et à plus petit déploiement que les campagnes publicitaires décrites précédemment.

#### THÈMES DES PUBLICATIONS « MISES DE L'AVANT » :

- « Bonne fête du Canada »  
**(7 982 clics et interactions)**
- « Jour de la Terre »  
**(2 983 clics et interactions)**

*Le nombre de clics dépend de l'intérêt des consommateurs, mais aussi du budget alloué à chacune des publicités.*

*Source des données des actions 5.1 et 5.2 : Données enregistrées par Google Analytique entre le 1<sup>er</sup> août 2016 et le 31 juillet 2017. Exceptionnellement, les statistiques de la campagne publicitaire « Trois vidéos sur la nutrition sportive » ont été compilées à compter du 25 juillet 2016.*

*Source des données de l'action 5.3 : Données enregistrées par Facebook entre le 1<sup>er</sup> août 2016 et le 31 juillet 2017.*


### ACTIVITÉ 6 PARTENARIATS ET COMMANDITES

#### ACTION 6.1 LE PETIT DÉJEUNER DES GRANDS HONNEURS (1<sup>er</sup> décembre 2016)

Dans le cadre de l'assemblée générale de l'UPA, plus de 550 délégués et invités ont participé à l'édition 2016, dont tous les fonds amassés ont été à la relance de la production agricole en Haïti, suite au passage de l'ouragan Matthew. La Fédération des producteurs acéricoles du Québec a offert aux convives un repas à l'érable, spécialement conçu et concocté par le chef Philippe Mollé. Tous les invités ont également eu le plaisir de repartir avec le livret *J'aime l'érable* et un pot de beurre d'érable du Québec.

#### ACTION 6.2 52<sup>e</sup> FINALE DES JEUX DU QUÉBEC ALMA 2017 (24 février au 4 mars 2017)

Cet événement constitue le rassemblement multisport le plus important de la province, auquel les athlètes de moins de 18 ans participent. Près de **35 000 visiteurs**, plus de **5 000 athlètes et entraîneurs** étaient présents.

Plus de  
**35 000**   
visiteurs

Plus de  
**5 000**   
athlètes et entraîneurs

#### ACTION 6.3

### LE TRIATHLON EXTRÊME CANADA MAN / CANADA WOMAN (LAC-MÉGANTIC)

(7-9 juillet 2017)

Ce triathlon est le plus intense, le plus sauvage et le plus beau en Amérique du Nord. 300 athlètes de 12 pays y ont participé. Près de **2 000 personnes** se sont déplacées cette fin de semaine pour assister à cet événement et tout au long de l'épreuve, des images ont été filmées et diffusées par la suite aux quatre coins du monde ! De l'eau d'érable certifiée NAPSI a été remise aux athlètes ainsi que des prix aux gagnants.



300  
athlètes



12  
pays



2 000  
personnes



#### ACTION 6.4

### MIRABEL FÊTE L'ÉRABLE DU QUÉBEC AU PARC RÉGIONAL DU BOIS-DE-BELLE-RIVIÈRE

(23-24 septembre 2017)

La Fédération s'est associée à cet événement qui couvre une multitude d'activités populaires sous le thème de l'érable : animation gourmande, spectacles culinaires, dégustation gastronomique, marché des exposants, visites guidées éducatives, etc.

Une belle occasion pour **des milliers de participants** de rencontrer les chefs, les sommeliers, les pâtisseries et tous les autres artisans qui leur ont fait goûter et apprécier des produits régionaux ou d'ailleurs, en plus de partager avec eux des trucs et des astuces.

#### ACTION 6.5

### AUTRES COMMANDITES 2016-2017

- École Calixa-Lavallée
- Festival de l'érable de Thetford Mines
- Histoires de Gourmands (Lancement du livre à l'UPA)
- On Sème
- La Tablée des chefs (Brigade scolaire)
- Défi 911
- Tour CIBC / Fondation Charles Bruneau
- Fondation Marie-Vincent



## RELATIONS PUBLIQUES ET ÉVÉNEMENTS

### ACTIVITÉ 1

#### FESTIVAL DES RÉCOLTES EN COLLABORATION AVEC L'INSTITUT DE TOURISME ET D'HÔTELLERIE DU QUÉBEC

Le 12 octobre 2016, s'est tenue la toute première édition d'un salon dédié aux produits locaux du Québec, destiné aux étudiants, professeurs et chercheurs. Présentation des produits phares et dégustation de sirop d'érable, vinaigre d'érable, moutarde d'érable et eau d'érable certifiée NAPSJ.

- Présence de Philippe Mollé, journaliste et consultant alimentaire au kiosque des Produits d'érable du Québec pour prodiguer des séances d'information quant à la manière d'utiliser les différents produits d'érable en cuisine.
- Distribution de matériel promotionnel.

### ACTIVITÉ 2

#### LA FÊTE DE L'ÉRABLE

Le 7 février 2017, Les Produits d'érable du Québec donnaient le coup d'envoi à la nouvelle saison de l'érable sous le thème « *Régal Royal* ». Les invités ont participé à une soirée typiquement britannique dans le cadre d'un *High Tea* tout à fait inédit, revisité à l'érable.

Cet événement célébrait la percée remarquable des produits d'érable du Québec au Royaume-Uni et le bilan positif des exportations. Nos exportations dans cette partie du monde affichaient une hausse marquée de 36 % en 2015 par rapport à 2014 ainsi qu'une belle progression en 2016. En effet, plus de 12 300 commerces proposent des produits d'érable.

Ce concept et la bonne nouvelle du rayonnement de l'érable au Royaume-Uni ont été présentés à près de 160 invités, dont plus de 60 membres des médias venant du Québec, du Royaume-Uni et de l'Inde ainsi que des dignitaires et des représentants de l'industrie de l'érable.

Les invités ont dégusté un véritable *Régal Royal*, un souper gastronomique, totalement inspiré par le goût unique de l'érable et issu de la créativité d'un jeune chef britannique, Nathan Eades, du restaurant étoilé Simpsons, à Birmingham. De plus, le Créatif de l'érable, Yves Lévesque, propriétaire de Dansereau traiteur, a créé pour l'occasion, un dessert à l'érable digne de la Royauté.



À souligner la présence de M<sup>me</sup> Yolande Stanley, de la Royal Academy of Culinary Arts (RACA), prestigieuse institution anglaise qui a ouvert ses portes aux produits d'érable du Québec. En effet, la FPAQ est la première organisation étrangère à être nommée membre associé de cette illustre institution. Plus qu'un simple membre, la FPAQ — et à fortiori sa marque de référence Les Produits d'érable du Québec — jouit d'un statut spécial au sein de la RACA, suite à son parrainage de la remise des Annual Awards of Excellence, qui s'est tenue à Londres au printemps 2016. D'ailleurs les trois lauréats étaient présents, ayant remporté un voyage à la découverte des produits d'érable du Québec.

Pour mieux découvrir le caractère unique, la variété et l'utilisation diversifiée des produits d'érable du Québec, les journalistes et invités de l'Inde et du Royaume-Uni ont sillonné la province du 6 au 10 février 2016, afin de rencontrer des producteurs, des transformateurs et des Créatifs de l'érable.

Plus de **10 500 000 personnes jointes au Québec, 18 000 000 au Royaume-Uni** et **2 000 000 en Inde**, via les quotidiens, les magazines, les radios et les réseaux sociaux.



Plus de  
**10 500 000**  
personnes jointes  
au Québec

---

Plus de  
**18 000 000**  
personnes jointes  
au Royaume-Uni

---

Plus de  
**2 000 000**  
personnes jointes  
en Inde



### ACTIVITÉ 3

## ACS 2017 – LE SIROP D'ÉRABLE PUR PEUT-IL AIDER À RÉDUIRE L'INFLAMMATION CHRONIQUE ?

Un premier symposium mondial, entièrement consacré aux dernières découvertes scientifiques relatives aux bienfaits potentiels sur la santé des produits d'érable canadiens, 100 % purs, a eu lieu le 2 avril 2017 à San Francisco, dans le cadre de la 253<sup>e</sup> rencontre annuelle de l'American Chemical Society (ACS), la plus importante société scientifique au monde. Lors de ce colloque, ayant pour thème « La chimie et les effets biologiques des produits de l'érable », des scientifiques du monde entier ont dévoilé les résultats de leurs recherches. Leurs études élargissent ainsi le champ des connaissances sur l'effet bénéfique potentiel de l'érable sur de nombreux éléments affectés par l'inflammation chronique. On y a donc abordé, entre autres, son impact sur le syndrome métabolique, la santé cérébrale et les maladies hépatiques, de même que le lien qui émerge entre l'érable et un microbiote intestinal sain.

Ce symposium a été organisé par le Dr Navindra Seeram, président de la division d'agriculture et de chimie alimentaire de l'American Chemical Society, qui possède une vaste expérience dans l'étude des phytonutriments présents dans certains aliments, comme les petits fruits et la grenade. En collaboration avec la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, le Dr Seeram étudie les propriétés uniques de l'érable dans son laboratoire de l'Université du Rhode Island depuis 2009. Ses résultats prometteurs, qui ont capté l'attention de la communauté scientifique mondiale, ont permis de révéler d'autres bienfaits potentiels des produits de l'érable sur la santé.

Une campagne de relations publiques portant sur ces nouveaux résultats a été lancée le 3 avril 2017 au Québec, au Canada et sur les marchés internationaux (États-Unis, Royaume-Uni, Japon et Inde) et un communiqué de presse a été diffusé. La portée médiatique globale de cette campagne au Canada se chiffre à **18 856 212 impressions**.

### ACTIVITÉ 4

## PHILIPPE MOLLÉ PARLE DE L'ÉRABLE

Durant les mois de mars et avril 2017, Philippe Mollé, journaliste, consultant alimentaire et surtout grand passionné de l'érable a accordé des entrevues à plus de 25 stations de radio à travers la province. Cette période était naturellement propice pour parler de l'érable. Les sujets abordés couvraient la nouvelle classification, la gastronomie de l'érable, les exportations en hausse, la récolte record et le sirop d'érable de qualité.



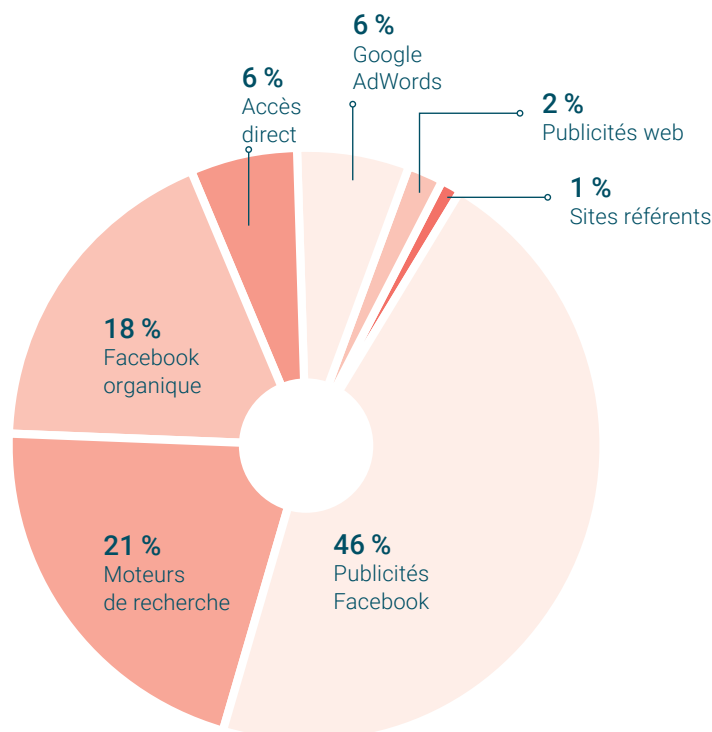
## SITES WEB

### JAIMELERABLE.CA

Le site **jaimelerable.ca** est notre site principal. Toutes nos campagnes promotionnelles et nos activités de promotion mettent de l'avant l'adresse de ce site et invitent les consommateurs à le visiter. Le site jaimelerable.ca s'adresse aux gastronomes, aux sportifs, aux adeptes de bien-être et à tous ceux et celles qui veulent cuisiner ou découvrir l'érable. La section Recettes demeure année après année la section la plus populaire.

Le site jaimelerable.ca a atteint cette année un nombre record de visites, atteignant pour la première fois, et même dépassant, le million de visites. On compte plus précisément **1 337 824 visites** comparativement à 839 422 visites l'an dernier. **Les publicités sur Facebook** sont à l'origine de **46 % des visites**.

### SOURCE D'ACHALANDAGE – 2016-2017



**831 155**  
visiteurs uniques  
(sur 1 337 824 visites)

**1 968 145**  
pages vues

Moyenne de  
**1,47** page  
vue par visite

Durée moyenne  
des visites :  
**1 min 34 s**

**61 %**  
de nouvelles visites

**71 %**  
des visites à partir  
d'une tablette ou d'un  
téléphone mobile

## NOMBRE DE VISITES PAR MOIS



## LES MOIS LES PLUS ACHALANDÉS

Les mois de mars, décembre et avril ont été les plus achalandés de l'année avec respectivement 245 239, 214 802 et 161 972 visites. La campagne promotionnelle du temps des fêtes est à l'origine de la grande popularité du site **jaimelerable.ca** en fin d'année 2016. L'achalandage en mars et en avril est attribuable aux campagnes promotionnelles sur Facebook à l'occasion de la semaine de relâche, du temps des sucres et de Pâques.

## LES CINQ RECETTES LES PLUS CONSULTÉES AU COURS DE L'ANNÉE



Sucré à la  
crème à l'érable  
**116 047**  
visites uniques



Gâteau aux  
carottes au  
sucre d'érable  
**81 401**  
visites uniques

Poulet général  
sirop  
**80 732**  
visites uniques



Galettes à l'avoine  
et à l'érable  
**66 506**  
visites uniques

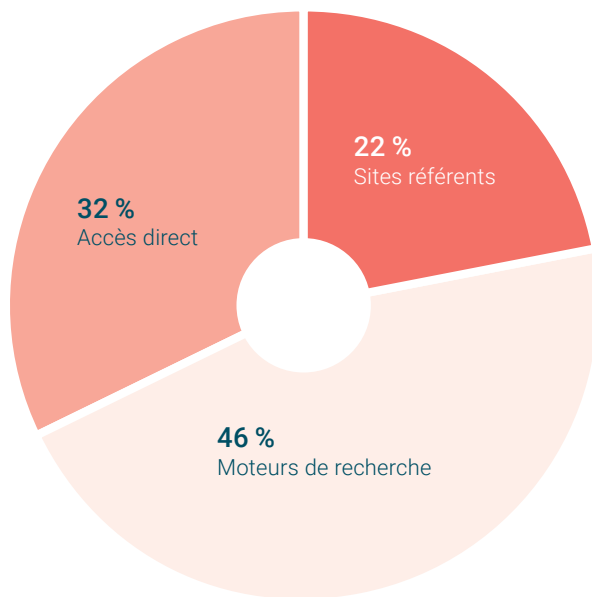


Grands-pères  
dans le sirop  
d'érable  
**67 180**  
visites uniques

## LESPRODUITSDERABLE DUQUEBEC.COM

Le site **lesproduitsderableduquebec.com** s'adresse aux différents acteurs de la filière acéricole et agroalimentaire, tant au niveau national qu'international, soit les emballeurs, les industriels, les importateurs et les restaurateurs. Ce site a notamment pour objectifs de présenter les avantages de choisir les produits d'érable du Québec et de donner les renseignements nécessaires pour se procurer facilement les produits d'érable du Québec, dont ils ont besoin.

### SOURCE D'ACHALANDAGE – 2016-2017



**26 059**  
visiteurs uniques  
(sur 34 167 visites)

---

**61 019**  
pages vues

---

Moyenne de  
**2** pages  
vue par visite

---

Durée moyenne  
des visites :  
**1 min 36 s**

---

**76 %**  
de nouvelles visites

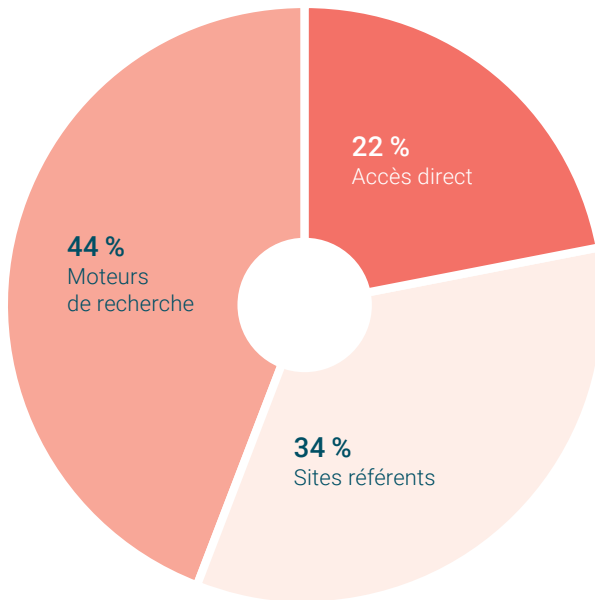
---

**34 %**  
des visites à partir  
d'une tablette ou d'un  
téléphone mobile

## CREATIFSDELERABLE.CA

Le site **creatifsdelerable.ca** regroupe les portraits des 100 Créatifs de l'érable du Québec et des sept ambassadeurs de l'érable à l'international. Le talent de ces chefs, traiteurs, boulangers, pâtisseries et glaciers est également mis en valeur à l'intérieur de nombreuses vidéos. De plus, grâce à un moteur de recherche, les consommateurs sont en mesure d'identifier rapidement les Créatifs de l'érable de leur région et de créer leur itinéraire gourmand.

### SOURCE D'ACHALANDAGE – 2016-2017



### LES CINQ RECETTES LES PLUS CONSULTÉES AU COURS DE L'ANNÉE

- Cabane du Pic Bois (**380 visites uniques**)
- Le Portobello traiteur créatif (**173 visites uniques**)
- Vinerie de Kildare (**164 visites uniques**)
- Boulangerie Pagé et Les Moulins La Fayette (**164 visites uniques**)
- Pâtisserie Christophe (**123 visites**)

**8 431**  
visiteurs uniques  
(sur 9 360 visites)

**24 993**  
pages vues

Moyenne de  
**2,6** pages  
vue par visite

Durée moyenne  
des visites :  
**1 min 08 s**

**90 %**  
de nouvelles visites

**40 %**  
des visites à partir  
d'une tablette ou d'un  
téléphone mobile

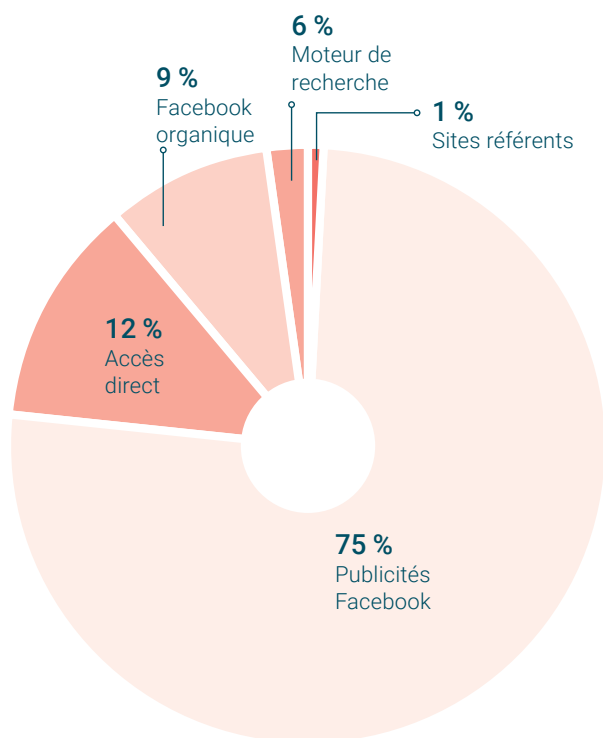
## SIROPCOOL.CA

Le site **siropcool.ca** a complètement été refait cette année. Lancé en juin 2017, le nouveau site propose un univers dynamique, original et graphiquement surprenant. Même Siropcool et ses amis ont changé de look !

Ce site demeure une plateforme éducative et amusante pour les enfants de 6 à 11 ans. Ces derniers peuvent y consulter l'encyclopédie de l'érable, cuisiner les recettes de Siropcool et même jouer à quelques jeux. De plus, la section Profs contient des outils pédagogiques destinés aux enseignants, dont un cahier d'activités à faire en classe.

Le site siropcool.ca est accessible à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un téléphone mobile.

### SOURCE D'ACHALANDAGE – 2016-2017



Source des données : Données enregistrées par Google Analytique entre le 1<sup>er</sup> août 2016 et le 31 juillet 2017.

**25 329**  
visiteurs uniques  
(sur 30 447 visites)

Moyenne de  
**2** pages  
vue par visite

Durée moyenne  
des visites :  
**51 s**

**83 %**  
de nouvelles visites

**66 %**  
des visites à partir  
d'une tablette ou d'un  
téléphone mobile

## MÉDIAS SOCIAUX

### FACEBOOK

Cette année, un nombre record de **17 651 nouveaux fans** se sont joints à notre communauté Facebook, portant **le nombre total d'abonnés à 65 755**. Nos fans aiment, commentent et partagent nos publications par dizaines, voire par centaines, jour après jour. Chaque semaine, nous présentons à ces milliers de passionnés d'érable, nos meilleures recettes, des actualités sur l'érable, de nombreuses photos et même des vidéos. Facebook nous permet d'établir un lien privilégié avec nos fans et d'échanger avec eux au quotidien. Certains nous partagent même leur plus précieux souvenir lié à l'érable et aussi leur recette secrète.

**65 755**  
fans, comparativement à 48 104  
à pareille date l'an dernier

**180**  
publications

**3**  
publications  
mises de l'avant

**11**  
campagnes  
publicitaires

**85 %**  
de nos abonnés  
sont des femmes

#### LES CINQ PUBLICATIONS LES PLUS PERFORMANTES :

- Sucre à la crème à l'érable (**3 962 clics**)
- Tarte aux pommes à l'érable (**3 345 clics**)
- Poulet général sirop (**2 237 clics**)
- Tarte au sirop d'érable (**1 567 clics**)
- Arrière-grands-pères à la pomme et à l'érable (**1 462 clics**)

## TWITTER

Twitter est une plateforme de choix pour diffuser des nouvelles et commenter en temps réel, les événements que nous organisons, tels que la Fête de l'érable, et les événements que nous commanditons, tels que les Grands Prix Cyclistes de Québec et de Montréal (GPCQM). Twitter nous permet de joindre notamment les médias, les blogueurs, les sportifs et les *foodies*.

**2 302**  
abonnés



Lors de la Fête de l'érable, 30 tweets avec le mot-clic #fetedelerable et 21 photos de l'événement ont été publiés par notre équipe et par les différents médias et blogueurs invités.

Durant les GPCQM, nous avons publié 26 tweets mettant en vedette l'érable comme source d'énergie naturelle pour les sportifs.

## YOUTUBE

Cette année, trois nouvelles vidéos ont été ajoutées à notre compte YouTube et on dénombre un total de 105 195 visionnements sur notre chaîne YouTube. Ce nombre record de visionnements est dû à une campagne promotionnelle mettant en vedette trois vidéos sur la nutrition sportive. À elles seules, ces vidéos sont à l'origine de 78 646 vues.

### VIDÉOS LES PLUS POPULAIRES CETTE ANNÉE OUTRE LES VIDÉOS SUR LA NUTRITION SPORTIVE :

- La production de sirop d'érable au Québec (**5 856 vues**)
- L'histoire du sirop d'érable, de ses origines à aujourd'hui (**1 704 vues**)
- Glaçage simplifié, finition lisse (**1 406 vues**)
- Easy Icing, Combed Finish (**1 166 vues**)
- Noël blanc meringue (**1 086 vues**)

## INSTAGRAM

Instagram nous permet de communiquer plus particulièrement avec des chefs, des *foodies*, des athlètes et des blogueurs. Nous y publions surtout des photos de nos événements et de nos recettes. De plus, les utilisateurs d'Instagram ajoutent régulièrement le mot-clic #jaimelerable à leur publication lorsqu'ils partagent des photos liées aux produits d'érable. Voilà un signe que notre compte Instagram, créé il y a deux ans, acquiert de la notoriété.

**866**  
abonnés  
comparativement  
à 279 l'an dernier

**83**  
publications

## PINTEREST

39 nouvelles recettes ont été épinglées au cours de l'année, pour un total de 398 épingles. 742 personnes sont maintenant abonnées à notre compte Pinterest.

## FLICKR

Notre compte Flickr permet aux médias de trouver facilement et rapidement un grand nombre de photos professionnelles de produits d'érable, d'érablières et de nos différents événements. Quelques photos de la Fête de l'érable 2017 y ont été ajoutées en février dernier.