

P R O



Rapport d'activités
1^{er} août 2017 au
28 février 2019

Service promotion,
innovation et
développement
des marchés

M O

Table des matières

03

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

03 / But

Objectifs

04 / Réalisations 2018-2019

Ventes au Québec

Exportations

—

05

Érable du Québec

—

06

Promotion au Québec

07 / Consommateurs sportifs

12 / Consommateurs bien-être

14 / Consommateurs gourmets

16 / Consommateurs grand public

24 / Relations publiques
et événements

26 / Sites Web

31 / Médias sociaux

—

33

Promotion aux États-Unis

34 / Activités en continu

35 / Consommateurs gourmets

36 / Consommateurs bien-être

37 / Consommateurs sportifs

38

Promotion au Royaume-Uni

39 / Activités en continu

40 / Consommateurs gourmets

43 / Consommateurs sportifs

44 / Consommateurs bien-être

—

45

Promotion en Allemagne

46 / Activités en continu

47 / Consommateurs gourmets

—

49

Promotion au Japon

50 / Consommateurs bien-être

51 / Consommateurs gourmets

—

53

Promotion en Inde

54 / Activités en continu

55 / Consommateurs gourmets

56 / Consommateurs bien-être

—

58

Sites Web et médias sociaux

—

59

Recherche et innovation

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

BUT

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

OBJECTIFS

1. Valoriser les produits d'érable au moyen de campagnes de relations publiques et de promotion joignant un public cible spécifique par marché.
2. Réaliser des activités promotionnelles adaptées à chacun des marchés développés, soit le Québec, les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, le Japon et l'Inde*.
3. Favoriser la recherche scientifique afin d'approfondir les connaissances sur l'érable.
4. Poursuivre le développement de l'eau d'érable et de 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

- Opérationnalisation des programmations nationale et internationale de promotion, de développement des marchés, de la recherche et de l'innovation 2018-2019 sur la base du budget 2018-2019 de 10 127 255 \$, auquel s'ajoutent des subventions totalisant 527 185 \$.
- 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.
- Rayonnement des qualités nutritionnelles du sirop d'érable et de ses bienfaits potentiels sur la santé.
- Développement et déploiement d'une nouvelle image de marque.

EXPORTATIONS

En comparaison avec 2017, les exportations canadiennes de produits d'érable de 2018 vers tous les pays se sont accrues de 5,2%. Sur les marchés prioritaires, les exportations aux États-Unis se sont chiffrées à 66,5 millions de livres, une hausse de 5,7% par rapport à 2017. Quant aux exportations du Canada vers l'Allemagne, elles étaient en hausse de 8,2% par rapport à 2017, totalisant 11 millions de livres. Enfin, les exportations vers le Royaume-Uni sont demeurées pratiquement stables, par rapport à 2017, avec 5,3 millions de livres.

* Les activités promotionnelles en Inde ont cessé en mars 2019.

ÉRABLE DU QUÉBEC

NOUVELLE MARQUE, NOUVELLE IMAGE, NOUVEAUX MESSAGES

L'érable est l'ingrédient secret d'une vie remplie de découvertes et de plaisirs. Voilà le fondement de la nouvelle marque Érable du Québec.

Les Producteurs et productrices acéricoles du Québec (PPAQ) ont développé cette nouvelle image de marque à la fin de l'année 2017. L'objectif de leur réflexion sur la marque visait à générer une plus grande unicité, une meilleure cohésion et une ligne communicationnelle directrice forte dans leurs diverses campagnes nationales et internationales.

C'est ainsi que la marque générique Les Produits d'érable du Québec a cédé sa place à Érable du Québec (Maple from Canada à l'international). Le recentrage sur l'érable, plutôt que sur les produits, est souligné sur le plan visuel par une feuille d'érable symbolique et stylisée, dans le but de permettre une meilleure reconnaissance de la marque sur les marchés étrangers et d'optimiser le rendement des investissements dans chacun des pays.

La marque Érable du Québec s'accompagne de la signature INCROYABLE ÉRABLE. Deux mots simples, mais crédibles et évocateurs de la personnalité unique, attachante et magique de la marque Érable du Québec.

PLEINS FEUX SUR L'ÉRABLE, UN ALIMENT UNIQUE

Par le biais de leur nouvelle marque, les PPAQ ont choisi de positionner le sirop d'érable comme un produit gourmet à valeur nutritionnelle supérieure. Leur souhait, à long terme, est de voir l'érable intégré dans une grande variété de produits alimentaires et non alimentaires en raison de ses propriétés et vertus d'exception.

Partout, les activités promotionnelles des PPAQ s'adressent aux gourmets, aux sportifs et aux personnes soucieuses de leur santé. Les valeurs nutritives de l'érable, ses bienfaits sur les performances sportives, son goût unique et sa grande polyvalence sont les thèmes mis de l'avant. Toutes ces actions sont faites dans le but d'atteindre une marque internationale forte, mémorable et crédible qui met de l'avant l'érable comme un grand produit du monde.

LE NOUVEAU LOGO ÉRABLE DU QUÉBEC :

SYMBOLIQUE, STYLE GRAPHIQUE ET CALLIGRAPHIE

Rares sont les produits qui peuvent jouir d'une image aussi connue dans le monde entier. La feuille d'érable s'est donc imposée naturellement comme visuel principal de la marque. Symbole du Canada à l'international, notamment dans le domaine des exportations, la feuille d'érable est aussi le dénominateur commun de tous les produits d'érable. La couleur dégradée du logo met en lumière les nuances observées dans la classification du sirop d'érable : doré goût délicat, ambré goût riche, foncé goût robuste et très foncé goût prononcé. La calligraphie aux formes arrondies utilisée pour tracer le mot « érable » rappelle l'écriture que l'on trouve sur l'emblématique conserve de sirop d'érable et vient faciliter l'identification du produit.



PROMOTION AU QUÉBEC



CONSOMMATEURS SPORTIFS

ACTIVITÉ 1

Grands Prix Cyclistes de Québec et de Montréal (GPCQM)

En septembre 2017 et 2018, les Producteurs et productrices acéricoles du Québec ont poursuivi leur partenariat avec les GPCQM. Ces courses représentent une occasion unique de promouvoir l'érable comme nutriment naturel au service de la performance sportive auprès de l'élite cycliste mondiale et des nombreux visiteurs qui assistent à ces événements.

Visibilité

- Une **vingtaine d'équipes** sportives et plus de **150 cyclistes**
- **200 000 visiteurs** à Québec et à Montréal
- Événement diffusé dans plus de **130 pays**
- **Présence multiple du logo Érable du Québec** sur les documents et affiches officiels des GPCQM, dans les zones d'entrevues, sur les fonds de scène lors des remises de prix, sur les écrans géants, sur des bannières le long du circuit, sur la chaîne de télévision TVA Sports, sur la « moto fraîcheur » distribuant des gourdes aux coureurs, etc.
- **Accès privilégié à la tente mécano** où les équipes se préparent en vue des courses : échanges avec les cyclistes et le personnel des équipes, dégustations d'eau d'érable ainsi que de produits et de recettes à l'érable adaptés au besoin des sportifs
- **Échantillonnage** de produits dans la salle de presse
- **Remise de bouteilles de sirop d'érable** à chaque lauréat lors des cérémonies protocolaires
- **Kiosque Érable du Québec** dans le Village des fans :
 - Présence de nutritionnistes de VIVAÏ, experts en nutrition sportive et dégustations de boissons énergétiques et de collations à l'érable.
 - Présence de transformateurs ayant développé des produits à l'érable pour les sportifs.



© Patrick Beaudry



© Simon Laroche, Agence de photographie Maxime Juneau

ACTIVITÉ 2

Ambassadeurs sportifs de l'érable

Pour une troisième année consécutive, les PPAQ ont pu compter sur le cycliste professionnel Hugo Houle, membre de l'équipe ASTANA, comme Ambassadeur sportif de l'érable. Antoine Duchesne, également cycliste professionnel, mais pour l'équipe Groupama FDJ, est quant à lui devenu Ambassadeur sportif de l'érable en mai 2018.

Ces deux athlètes carburent à l'érable et se font un devoir de communiquer les bienfaits de cette source d'énergie naturelle sur les médias sociaux. Ils ont d'ailleurs créé chacun une recette, en collaboration avec Mélanie Olivier, nutritionniste du sport et présidente de VIVAÏ, experts en nutrition sportive. Hugo a créé une boisson de récupération à l'érable et Antoine, une frittata à l'érable. Ces recettes sont accessibles sur le site erableduquebec.ca.



Ces deux athlètes carburent à l'érable et se font un devoir de communiquer les bienfaits de cette source d'énergie naturelle sur les médias sociaux.



ACTIVITÉ 3

Porte-parole de l'érable

Mélanie Olivier est nutritionniste du sport, présidente de VIVAÏ, experts en nutrition sportive et une de nos collaboratrices de longue date dans ce domaine. Il était donc tout naturel qu'elle devienne officiellement porte-parole de l'érable! Elle a le mandat de continuer à faire connaître les bienfaits de l'érable avant, pendant et après l'entraînement. Elle signe d'ailleurs ces trois nouvelles recettes accessibles sur le site erableduquebec.ca.



Avant l'entraînement

- Tartinade de ricotta à l'érable et aux framboises



Pendant l'entraînement

- Boules de riz érable-coco



Après l'entraînement

- Trempette protéinée à l'érable

ACTIVITÉ 4

Atelier culinaire avec Hugo Houle

Dix passionnés de vélo ont eu la chance d'assister à un atelier culinaire avec le cycliste professionnel et Ambassadeur de l'érable Hugo Houle, le 28 octobre 2017. Ces chanceux ont été sélectionnés au hasard à la suite d'un concours organisé par les PPAQ, en collaboration avec la chaîne de télé Zeste.

Hugo Houle était aux côtés de Mélanie Olivier, nutritionniste du sport et d'Hugo Saint-Jacques, chef des cuisines du magazine et de la chaîne télé Zeste, pour animer cet atelier culinaire. Au programme de la journée: préparation des recettes pour sportifs préférées d'Hugo Houle et partage de judicieux conseils pour bien manger avant, pendant et après l'entraînement!



ACTIVITÉ 5

Érable du Québec est la source d'énergie officielle des sports cyclistes

Les PPAQ ont renouvelé, pour une quatrième année consécutive, leur partenariat avec la Fédération québécoise des sports cyclistes (FQSC). Grâce à cette entente, Érable du Québec demeure la source d'énergie officielle de la FQSC.

Cette union toute naturelle a permis de poursuivre les efforts déployés pour informer les cyclistes des avantages de consommer des produits d'érable avant, pendant et après leurs performances sportives. **Plus de 10 000 cyclistes** sont membres de la FQSC.



10 000
CYCLISTES MEMBRES
DE LA FQSC

ACTIVITÉ 6

Kiosque Érable du Québec

Au cours de l'été 2018, l'équipe de VIVAÏ, experts en nutrition sportive a animé le kiosque Érable du Québec lors des compétitions Ironman de Mont-Tremblant et du Triathlon de Saint-Lambert. Au programme: conseils nutritionnels, dégustations de boisson énergétique naturelle à l'érable, distribution de gourdes et découverte des délicieuses rondelles d'énergie à l'érable. Plusieurs milliers de personnes se sont arrêtées au kiosque Érable du Québec durant ces événements.



8 200
ATHLÈTES

120 000
VISITEURS

8 000
PORTIONS
DE BOISSON
ÉNERGÉTIQUE
NATURELLE
OFFERTES

12 900
RONDELLES
D'ÉNERGIE
À L'ÉRABLE
DISTRIBUÉES

ACTIVITÉ 7

Actifs de l'érable

Les Actifs de l'érable sont quatre sportifs amateurs qui carburent à l'érable. Durant tout l'été 2018, ils ont participé à des triathlons et à des compétitions Ironman dans différentes régions du Québec. Partout, ils portaient fièrement les couleurs de la marque Érable du Québec.

Les Actifs ont puisé leur énergie dans les produits d'érable et ont cumulé de bonnes performances. Ils sont même montés sur le podium à quelques reprises!

Des photos des aventures sportives des Actifs de l'érable ont d'ailleurs été publiées sur la page Facebook de notre partenaire VIVAĪ, experts en nutrition sportive. La présence des Actifs de l'érable dans divers événements sportifs a permis de montrer que l'érable est un choix gagnant pour faire le plein d'énergie avant, pendant et après une activité physique.



ACTIVITÉ 8

Dégustations de boisson énergétique

Au cours de l'été 2018, de nombreux joueurs de soccer et de disque volant d'équipe (*ultimate frisbee*) ont pu compter sur l'Érable du Québec pour faire le plein d'énergie lors de différents tournois. Ils ont reçu la visite d'un duo sympathique portant un sac à dos réfrigéré rempli de boisson énergétique naturelle à l'érable!

En plus d'offrir des dégustations de cette délicieuse boisson maison, le duo, formé de deux étudiantes en nutrition, a communiqué les avantages de consommer des produits d'érable pendant une activité sportive. Une pause rafraîchissante qui a plu autant aux joueurs qu'aux spectateurs!



CONSOMMATEURS BIEN-ÊTRE

ACTIVITÉ 1

Collaboratrice santé

En décembre 2017, les Producteurs et productrices acéricoles du Québec se sont associés avec Stéphanie Côté, une nutritionniste qui a découvert le secret des bienfaits de l'érable et qui souhaite le partager à tous ceux qui sont soucieux de leur santé.

En plus d'être nutritionniste, Stéphanie Côté est communicatrice, auteure de cinq livres et passionnée de course à pied. Elle s'est donné pour mission de « convaincre les gens que bien manger, c'est bon et ce n'est pas compliqué, même quand on vit à cent à l'heure ».

À titre de collaboratrice, Stéphanie a notamment créé ces cinq recettes à l'érable aussi nutritives que délicieuses. Elles se trouvent sur le site erableduquebec.ca.



Stéphanie Côté



Barres tendres sans cuisson



Choux de Bruxelles à l'érable et au citron



Nouilles de sarrasin aux légumes



Sandwichs chauds au tofu



Salade d'orzo et de poulet au curcuma et à l'érable

ACTIVITÉ 2

Partenariat avec Foodlavie

Au début de l'année 2018, les PPAQ ont conclu une entente avec Foodlavie, une nouvelle plateforme numérique regroupant la plus vaste communauté d'experts culinaires au Québec. Nutritionnistes, chefs, sommeliers, mixologues, boulangers, pâtisseries, chocolatiers et bien d'autres experts y partagent leur passion et leur savoir-faire, au grand plaisir des amateurs de cuisine et des friands d'érable!

Dans le cadre de ce partenariat, une publicité télévisée de 30 secondes mettant en vedette la nutritionniste Stéphanie Côté, préparant une recette à l'érable, a été produite et diffusée sur les chaînes Zeste et Évasion. Stéphanie Côté a également parlé des bienfaits nutritionnels de l'érable et expliqué comment il est facile de remplacer le sucre par du sirop d'érable dans la plupart des recettes, par l'entremise de deux vidéos diffusées sur la plateforme Web Foodlavie.

La nutritionniste du sport et porte-parole de l'érable, Mélanie Olivier a, quant à elle, parlé des valeurs nutritives du sirop d'érable dans deux vidéos diffusées sur les pages Facebook de Foodlavie, de Zeste et d'Évasion. Elle y a présenté cinq recettes spécialement conçues pour les sportifs et faciles à préparer à la maison.

Des articles expliquant les bienfaits nutritionnels du sirop d'érable ont également été diffusés sur les plateformes numériques de Foodlavie.



foodlavie

une initiative de

zeste

CONSUMMATEURS GOURMETS

ACTIVITÉ 1

Ambassadeurs culinaires de l'érable

Les PPAQ peuvent compter sur 11 Ambassadeurs culinaires pour vanter les qualités gastronomiques de l'érable. Ces derniers sont des boulangers, des chefs, des chocolatiers ou des pâtisseries connus et reconnus dans leur domaine. Ils utilisent les produits d'érable dans leur cuisine au quotidien et se donnent pour mission de faire découvrir le goût unique de ce produit d'exception. Les Ambassadeurs culinaires ont tous créé de nouvelles recettes gourmandes à l'érable. Ces dernières sont accessibles sur le site erableduquebec.ca.



Jean-Claude Chartrand,
chef propriétaire
L'Orée du bois, Chelsea



Ethné de Vienne, chasseuse
d'épices et copropriétaire
Épices de cru, Montréal



Martin Falardeau,
boulanger propriétaire
La Meunerie Urbaine,
Montréal



Stéphanie Labelle,
chef pâtissière propriétaire
Pâtisserie Rhubarbe,
Montréal



Yves Levesque,
chef pâtissier propriétaire
Dansereau Traiteur, Montréal



Helena Loureiro,
chef propriétaire
Portus 360,
Helena et Cantinho
de Lisboa, Montréal



Arnaud Marchand,
chef propriétaire
Chez Boulay Bistro Boréal,
Québec



Olivier Perret, chef
Renoir – Sofitel Montréal
Le Carré Doré, Montréal



Marc-André Royal, chef
propriétaire
Le Saint-Urbain et La Bête
à pain, Montréal



Nancy Samson,
chocolatière propriétaire
Chocolats Samson, Trois-
Rivières



Raphaël Vézina, chef
copropriétaire
Laurie Raphaël, Québec

ACTIVITÉ 2

L'érable en vedette sur le site tastet.ca

En août 2018, les PPAQ ont noué un partenariat avec l'équipe de Tastet dans le but de faire rayonner l'érable et d'expliquer pourquoi ce produit d'exception inspire et passionne tant de chefs et d'artisans du monde de la gastronomie. Le site Tastet.ca est un guide interactif et bilingue de bonnes adresses gourmandes pour les gens curieux et avides de découverte!

Grâce à cette entente, Érable du Québec a bénéficié d'une belle visibilité sur le site Web et les médias sociaux de Tastet.

Les portraits des 11 Ambassadeurs culinaires de l'érable et de 20 restaurants, de plusieurs régions du Québec, où l'on peut savourer des plats à l'érable tout au long de l'année, y ont été présentés.



11

AMBASSADEURS CULINAIRES
DE L'ÉRABLE

20

RESTAURANTS,
DE PLUSIEURS RÉGIONS
DU QUÉBEC

CONSOMMATEURS GRAND PUBLIC

ACTIVITÉ 1

Commandite de l'émission *Cuisine futée, parents pressés*

À l'automne 2017, les PPAQ ont commandité une émission phare de Télé-Québec, *Cuisine futée, parents pressés*. Les deux animatrices, Alexandra Díaz et Geneviève O'Gleman, ont préparé quelques recettes avec des produits d'érable au cours de cette saison de diffusion. De plus, l'érable était à l'honneur dans le panneau d'ouverture, un bandeau et deux publicités de 15 secondes, lors de chacune des émissions. Un auditoire de **190 000 téléspectateurs** était à l'écoute chaque semaine.

ACTIVITÉ 2

Campagnes de Noël

2.1. Un Noël Érable approuvé par les enfants

De simples à spectaculaires, les recettes festives du livret de Noël 2017 ont plu à tous et surtout aux enfants. Elles ont permis aux consommateurs de redécouvrir le pur bonheur de cuisiner en famille les produits d'érable du Québec.

Le livret de recettes a été inséré dans les magazines *Ricardo*, *Cuisine futée*, *Coup de pouce*, *VÉRO* et *Zeste* ainsi que dans *La Terre de chez nous*. Des publicités doubles-pages ont aussi été diffusées dans les quotidiens *Le Devoir*, *La Presse* et *Le Soleil* et dans les publications du Groupe Capitales Médias à Gatineau, Trois-Rivières, Sherbrooke, Saguenay et Granby. Deux écrans publicitaires ont aussi été publiés dans *La Presse+* et des annonces ont paru sur les sites Web des médias suivants: *Le Devoir*, *Le Soleil*, *Ricardo* et *Zeste*. Les recettes de Noël étaient accessibles sur le site jaimelerable.ca et ont été largement publicisées sur nos médias sociaux. On estime que **4,7 millions de personnes** ont été jointes par le biais de cette offensive publicitaire.



2.2. Incroyable Érable

Le livret de recettes de Noël 2018 en a surpris plus d'un avec ses plats gourmands et ses photos magiques inspirées du cinéaste Wes Andersen, connu pour ses personnages loufoques et son style surréaliste. De l'apéro au dessert, les consommateurs ont été conviés à «érabiliser» leurs Fêtes! De plus, une page complète du livret était dédiée aux alcools à base d'érable. On y invitait les consommateurs à gâter parenté et amis en offrant ou en servant une de ces délicieuses boissons. Le livret de Noël a été inséré dans les magazines *Ricardo*, *Coup de pouce* et *VÉRO* ainsi que dans *La Terre de chez nous*. Des publicités ont aussi été diffusées dans *La Presse+*, *Le Devoir* et *Le Soleil* ainsi que dans l'infolettre *Ricardo*. Toutes ces recettes de Noël étaient également accessibles sur le site erableduquebec.ca et ont été largement publicisées sur nos médias sociaux. On estime que **4,65 millions de personnes** ont été jointes grâce à cette campagne promotionnelle.



ACTIVITÉ 3

Campagne publicitaire télévisuelle

Pour la première fois, une campagne publicitaire télévisuelle majeure sur l'érable a été présentée en fin d'année 2017 lors des célébrations du Nouvel An à Radio-Canada. Une publicité de 30 secondes, incitant les consommateurs à redécouvrir l'érable, a été vue par plus de **4 millions de téléspectateurs** lors du *Bye Bye 2017*, l'émission la plus visionnée au Québec. Des messages de 15 et de 30 secondes ont aussi été diffusés durant les émissions *En direct de l'univers*, *À l'année prochaine*, *Infoman* ainsi qu'au *Téléjournal*. Les publicités de cette campagne, arborant la nouvelle signature *Incroyable Érable*, ont connu un **taux d'appréciation de 75 %**.

La campagne publicitaire s'est poursuivie en janvier 2018 avec la diffusion de deux nouvelles publicités à tonalité humoristique, intitulées *L'Incroyable ingrédient*. Ces publicités, diffusées aux heures de grande écoute, ont connu un **taux d'appréciation de 70 %**.

Cette campagne s'est également déclinée sur les médias sociaux avec la diffusion de vidéos et de messages adaptés à ces plateformes numériques. Ces publications ont joint **1,91 million de personnes**.

Un sondage réalisé à la suite de cette campagne révèle que 46% des consommateurs ont posé une des actions suivantes, après avoir vu une ou plusieurs de nos publicités: acheter un produit d'érable, ajouter de l'érable à une recette, parler d'une des publicités, chercher une recette à l'érable sur Internet ou visiter le site erableduquebec.ca.



ACTIVITÉ 4

Animation pédagogique dans les écoles

Au début de l'année 2018, l'animation À la découverte de l'érable a encore sillonné le Québec. Plus de 14 000 élèves de 50 écoles primaires ont assisté à cet atelier éducatif instauré par les PPAQ.

D'une durée de 45 minutes, incluant une dégustation, l'atelier explore l'histoire de l'érable, du savoir-faire des Premières Nations jusqu'à la science de l'érable. Le métier d'acériculteur et les procédés de fabrication du sirop d'érable font aussi partie des thèmes abordés.



ACTIVITÉ 5

Montréal en lumière

En 2018 et en 2019, les PPAQ ont noué un partenariat à grande visibilité avec le prestigieux festival Montréal en lumière qui favorise le rayonnement de Montréal, du Québec et du Canada à l'échelle internationale. Troisième événement en importance à Montréal, ce festival se tient chaque année en février et attire plus de **1,3 million de visiteurs**, dont plus de 300 000 participants à la célèbre Nuit Blanche. Les consommateurs ont pu découvrir ou redécouvrir l'incroyable érable dans un parcours spécialement aménagé pour donner libre cours à la gourmandise, approfondir sa connaissance et se livrer au pur plaisir d'une expérience unique.



ACTIVITÉ 6

Commandite de l'émission *LES CHEFS!*

Au printemps 2018, les PPAQ ont renouvelé leur partenariat avec la populaire émission *Les Chefs!* diffusée à Radio-Canada. Des produits d'érable étaient disponibles en tout temps dans le garde-manger des aspirants chefs et l'érable était à l'honneur dans un défi et un duel lancés aux participants.

De plus, deux nouvelles publicités télévisuelles ont été créées spécialement pour être diffusées dans le cadre de cette émission. Chacune des publicités mettait en valeur la polyvalence ainsi que le goût unique du sirop d'érable en cuisine par l'entremise de deux chefs d'exception et Ambassadeurs culinaires de l'érable: Helena Loureiro, chef des réputés restaurants Portus 360 et Helena, ainsi qu'Arnaud Marchand, chef et copropriétaire de Chez Boulay Bistro boréal. L'objectif était d'accroître la visibilité de l'érable, mais aussi de faire découvrir ses diverses utilisations gastronomiques.



ACTIVITÉ 7

Cours de cuisine avec le maître du grill, Steven Raichlen

Au début de l'été 2018, grâce à leur partenariat avec la plateforme numérique Foodlavie, les PPAQ ont lancé le concours «Savourez l'érable cet été!». En participant, les gens couraient la chance de remporter un cours de cuisine à l'érable donné par le célèbre maître du grill, Steven Raichlen.

Les cinq gagnants et leurs invités ont pu profiter du cours de cuisine, le samedi 4 août 2018. Steven Raichlen a cuisiné sur le grill une dizaine de recettes à l'érable. L'activité s'est terminée par un dîner commun où l'ensemble des recettes ont été dégustées. De nombreuses photos de l'événement ont été publiées sur les médias sociaux au cours de cette journée.



ON ESTIME QUE PLUS DE
30 000 PERSONNES
ONT ÉTÉ JOINTES SUR LES
PLATEFORMES NUMÉRIQUES

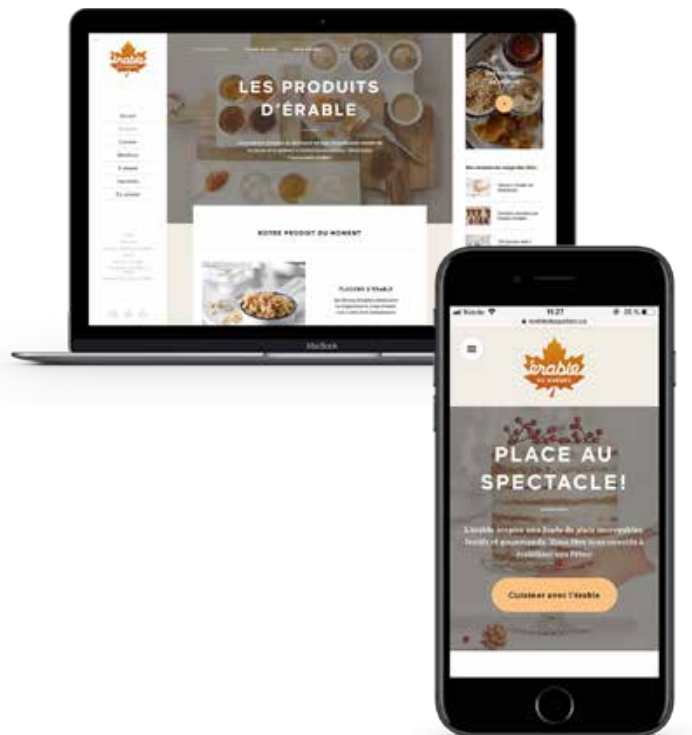
ACTIVITÉ 8

Nouveau site Web

Lancé en novembre 2018, le nouveau site erableduquebec.ca remplace désormais le site jaimelerable.ca.

Ce nouveau site est la référence sur les produits d'érable du Québec et contient plus de 600 recettes pour tous les goûts.

En le visitant, les internautes en apprennent plus sur les bienfaits de l'érable en nutrition sportive, en cuisine et sur la santé. Ils peuvent également lire les profils de nos ambassadeurs et découvrir pourquoi ces derniers se passionnent pour l'érable. Le site se veut interactif et est mis à jour continuellement. Il a également été conçu selon les plus récents standards de l'industrie du numérique et de manière à apparaître dans les premiers résultats sur les moteurs de recherche.



ACTIVITÉ 9

Infolettre Érable du Québec

Une première infolettre destinée aux consommateurs a été envoyée en fin d'année 2018 sur le thème *Un Noël magique à l'érable*. On y a présenté sept recettes festives tirées de notre magnifique livret de Noël.

Plus de **53%** de nos abonnés ont ouvert cette infolettre et le taux de clics vers notre site Web a atteint **17%**.

Ces résultats dépassent largement les moyennes de l'industrie. On peut donc dire que notre premier envoi a été un succès!



PLUS DE **53%** DE NOS ABONNÉS
ONT OUVERT CETTE INFOLETTRE

LE TAUX DE CLICS VERS
NOTRE SITE WEB A ATTEINT **17%**.

ACTIVITÉ 10

Les alcools d'érable dans le magazine de la SAQ

Les alcools d'érable du Québec se sont taillé une place de choix dans l'édition Hiver 2019 du magazine *Le goût de partager*, versions papier et numérique, de la Société des alcools du Québec (SAQ). L'entente entre la SAQ et les PPAQ prévoyait la publication de deux pages pour la promotion des alcools d'érable dans ce magazine. Belle surprise! La SAQ a consacré à ces produits une page de contenu additionnelle et a publié deux recettes à préparer avec ces délicieuses boissons, sans frais supplémentaires. Ces contenus ont aussi été mis en valeur dans l'infolettre et dans les médias sociaux de la SAQ.



ACTIVITÉ 11

Livre *INCROYABLE ÉRABLE*

Les Producteurs et productrices acéricoles du Québec ont initié avec fierté la création du livre *Incroyable Érable*. Plus qu'un livre gourmand, *Incroyable Érable* est un document de référence et une invitation à découvrir toutes les facettes de l'érable. À travers de magnifiques textes accompagnés de superbes photos, on y relate l'histoire de ce produit d'exception, de la découverte de l'eau d'érable par les Premières Nations jusqu'à l'apparition des équipements modernes que l'on connaît aujourd'hui. Le livre se veut aussi un hommage aux acériculteurs et acéricultrices qui, de génération en génération, produisent avec ferveur l'or blond dans les érablières du Québec.

Incroyable Érable contient plus de 60 recettes inspirantes pour cuisiner l'érable autrement et en tout temps. Ces recettes sont des créations du chef, journaliste et amoureux inconditionnel de l'érable Philippe Mollé et des 11 Ambassadeurs culinaires de l'érable: Ethné de Vienne, Marc-André Royal, Arnaud Marchand, Helena Loureiro, Jean-Claude Chartrand, Martin Falardeau, Nancy Samson, Olivier Perret, Raphaël Vézina, Stéphanie Labelle et Yves Levesque. Ces passionnés d'érable se dévoilent dans cet ouvrage en proposant des recettes étonnantes et succulentes!

Le livre *Incroyable Érable* est en vente dans toutes les librairies du Québec, dans les grandes surfaces et chez certains détaillants en alimentation depuis le 27 février 2019.



COUP DE CŒUR RENAUD-BRAY

Quelle belle nouvelle!
Dès sa sortie, le livre
Incroyable Érable a fait
partie des coups de cœur
de Renaud-Bray.

ACTIVITÉ 12

Soirée gastronomique tout érable

Dans le cadre d'un concours organisé par la Société des alcools du Québec (SAQ), en collaboration avec la marque Érable du Québec, 60 gagnants ont profité d'une soirée gastronomique tout érable, le 28 février 2019. Ce souper exclusif a eu lieu au Bistro SAQ du festival Montréal en lumière. Les invités ont grandement apprécié le menu, élaboré par Jean-Claude Chartrand, chef du restaurant L'Orée du Bois et Ambassadeur culinaire de l'érable. Bien entendu, l'érable était à l'honneur, du cocktail au dessert!

ACTIVITÉ 13

Campagne numérique

Action 13.1 – Campagnes publicitaires sur Facebook

Neuf campagnes publicitaires, en lien avec les saisons et les différentes fêtes annuelles, ont été réalisées sur Facebook entre le 1^{er} août 2017 et le 28 février 2019. Ces campagnes ont joint des millions de personnes et ont généré plus de 500 000 visites sur nos sites jaimelerable.ca et erableduquebec.ca, soit plus de 30 % des visites totales sur ces sites. Le taux de clics sur Facebook a atteint en moyenne 4,6 % comparativement à 0,9 % pour des publications similaires provenant d'autres organisations.

Thèmes des campagnes publicitaires :

- « Nos recettes les plus populaires », en ligne en continu
- « Nos meilleurs desserts », en ligne du 19 octobre au 23 novembre 2017
- « Noël approuvé par les enfants », en ligne du 27 novembre au 30 décembre 2017
- « Recettes faciles pour la relâche », en ligne du 26 février au 9 mars 2018
- « Temps des sucres », en ligne du 9 mars au 13 avril 2018
- « L'érable, source d'énergie naturelle », en ligne du 4 mai au 9 juillet 2018
- « Ajoutez de l'érable à votre rentrée! », en ligne du 13 août au 10 septembre 2018
- « L'automne est à nos portes », en ligne du 17 septembre au 30 octobre 2018
- « Incroyable érable - Noël », en ligne du 1^{er} au 31 décembre 2018



Action 13.2 – Optimisation du référencement sur les moteurs de recherche

Des campagnes « Google AdWords » ont été réalisées afin d'augmenter le nombre de visites sur nos sites Web. Ces investissements publicitaires permettent à nos sites d'apparaître sur la première page des résultats d'une recherche sur Google. Le coût par clic de nos campagnes s'est élevé en moyenne à 0,20\$. Un excellent résultat si on le compare avec la moyenne de l'industrie qui est de 2,70\$ par clic.

ACTIVITÉ 14

Partenariats et commandites

Action 14.1 – Traversée du lac Saint-Jean à vélo (14 au 16 février 2018)

Plus de 300 aventuriers venus des quatre coins du globe ont pris le départ de cette compétition sportive hivernale hors du commun. Ils ont traversé un parcours linéaire de 32 kilomètres fait de neige et de glace reliant les villes de Roberval et de Péribonka. Nous avons offert des rondelles d'énergie à l'érable et des bouteilles d'eau d'érable à tous ces courageux athlètes!

Action 14.2 – Triathlon extrême Canada Man & Woman (6 au 9 juillet 2018)

Ce défi sportif à portée médiatique internationale a attiré 341 athlètes provenant de 15 pays et une foule estimée à plus de 2 000 personnes.

Cette commandite incluait la présence du logo Érable du Québec sur les chandails officiels de l'événement remis aux participants, à leur équipe de soutien et aux nombreux bénévoles. De plus, l'eau d'érable était le ravitaillement officiel distribué aux coureurs tout au long de l'événement. Finalement, les gagnants du triathlon ont tous reçu un panier de produits d'érable.

Action 14.3 – Championnat du monde junior de patinage de vitesse (25 au 27 janvier 2019)

En janvier 2019, les patineurs de vitesse de la relève étaient réunis à Montréal pour le championnat du monde.

Tous ces athlètes ont pu carburer à l'érable grâce aux rondelles d'énergie à l'érable et à l'eau d'érable que nous leur avons fournies.

Nous avons également offert du sirop d'érable aux gagnants des différentes compétitions. Plusieurs Olympiens, comme Marianne St-Gelais et Charles Hamelin, étaient d'ailleurs sur place pour encourager les jeunes patineurs.



Action 14.4 – Autres commandites

- Le temps des sucres à l'Esplanade du Parc olympique (12 au 22 avril 2018)
- Événement érable des finissants du baccalauréat en nutrition de l'Université de Montréal (12 juin 2018)
- La Classique des Appalaches (25 et 26 août 2018)
- Mirabel fête l'Érable du Québec (22 et 23 septembre 2018)
- *Fun Run Bénéfic* (4 octobre 2018)

RELATIONS PUBLIQUES ET ÉVÉNEMENTS

ACTIVITÉ 1

Événement érable

À l'occasion d'un dîner gourmand, les PPAQ ont rendu un vibrant hommage au savoir-faire des artisans, chefs et producteurs qui partagent la même passion pour l'érable du Québec, ce joyau de l'agriculture québécoise. Tenu le 1^{er} mars 2018, dans le cadre de notre partenariat avec le festival Montréal en lumière, cet événement, animé par l'épicurien et animateur télé et radio Sébastien Benoît, a réuni plusieurs influenceurs, journalistes et invités de marque. Ces derniers ont pu apprécier les qualités culinaires inédites de l'érable lors de la dégustation d'un menu gastronomique mettant en valeur les quatre nouvelles classes de sirop d'érable.

Nous avons profité de l'événement pour annoncer la nomination des neuf premiers experts culinaires devenus Ambassadeurs de l'érable : Helena Loureiro, Yves Levesque, Jean-Claude Chartrand, Martin Falardeau, Stéphanie Labelle, Arnaud Marchand, Olivier Perret, Nancy Samson et Raphaël Vézina.

Cet événement
a généré une belle
couverture médiatique.
**Près de 3 millions de
personnes ont été jointes.**



ACTIVITÉ 2

Lancement du livre *INCROYABLE ÉRABLE*

Le livre *Incroyable Érable* a été lancé le 1^{er} mars 2019 à la Place des Arts de Montréal à l'occasion d'un dîner gastronomique sous le thème L'érable comme vous ne l'avez jamais lu. L'événement présenté par l'animatrice et actrice Élyse Marquis a réuni de nombreux journalistes et blogueurs.

Les Ambassadeurs de l'érable, créateurs des recettes du livre, étaient également présents pour rencontrer les invités et partager leur passion pour l'érable. Ce lancement a été l'occasion de réitérer que le sirop d'érable est aujourd'hui un grand produit du monde et un incontournable en cuisine comme l'huile d'olive.

Souhaitant marier la poésie à la gastronomie lors du dévoilement de leur livre, les PPAQ ont fait appel à David Goudreault, poète, slameur, romancier et artiste engagé, pour offrir une prestation poétique autour de l'érable. Cette apparition en a surpris et touché plus d'un.

Les invités ne sont pas repartis les mains vides. Chacun a eu droit à son livre *Incroyable Érable*, bien sûr!

Les retombées médiatiques de cet événement sont impressionnantes! La portée totale s'élève à plus de **7,75 millions de personnes jointes**.



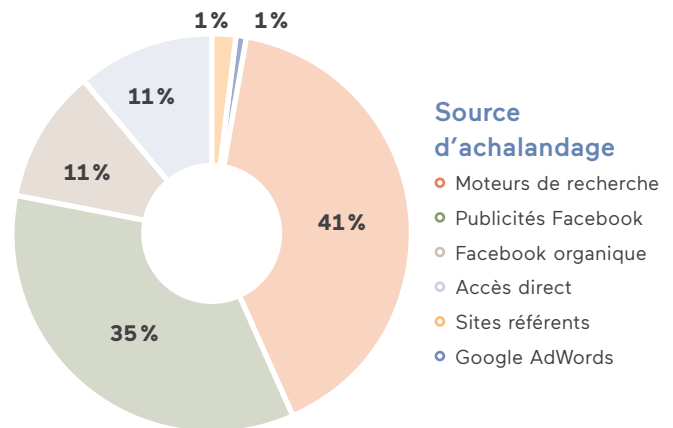
SITES WEB

jaimelerable.ca

Le site jaimelerable.ca a été au cœur de notre stratégie de marketing numérique au cours des sept dernières années. Il a cédé sa place au nouveau site erableduquebec.ca en novembre 2018.

Résultats (août 2017 à octobre 2018)

- 668 967 visiteurs uniques (sur 1 027 489 visites)
- 1546 478 pages vues
- Moyenne de 1,51 page vue par visite
- Durée moyenne des visites : 2 min 11s
- 78,40 % de nouvelles visites
- 74,02 % des visites à partir d'une tablette ou d'un téléphone mobile
- 79 % sont des femmes



Nombre de visites par mois (août 2017 à octobre 2018)

Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier
44 054	45 560	80 709	86 186	114 895	58 301

Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
36 043	63 411	46 085	29 374	27 294	28 088

Août	Septembre	Octobre
24 266	38 232	47 895

Les mois les plus achalandés

Octobre, novembre et décembre 2017 ont été les mois les plus achalandés avec respectivement 80 709, 86 186 et 114 895 visites. Ce fort achalandage est attribuable à la promotion de nombreuses recettes d'automne sur Facebook ainsi qu'à la campagne promotionnelle majeure du temps des Fêtes qui est un succès chaque année.

Les cinq recettes les plus consultées



Muffins aux bananes et à l'érable
(114 234 visites uniques)



Tarte aux pommes et à l'érable
(76 738 visites uniques)



Filet de saumon à la ciboulette
et à l'érable
(57 604 visites uniques)



Grands-pères dans le sirop d'érable
(25 746 visites uniques)



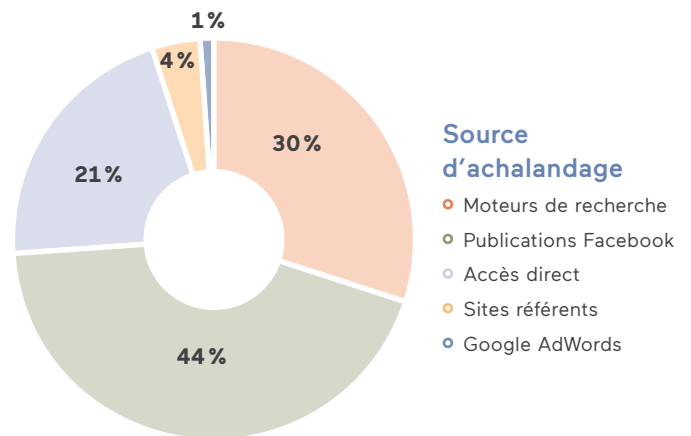
Bouchées d'ananas et de bacon glacé
à l'érable (25 693 visites uniques)

erableduquebec.ca

En novembre 2018, le site jaimelerable.ca a été remplacé par erableduquebec.ca. Toutes nos campagnes promotionnelles et nos activités de promotion mettent désormais ce site de l'avant. Le site erableduquebec.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 est la plus populaire!

Résultats (novembre 2018 à février 2019)

- 138862 visiteurs uniques (sur 184917 visites)
- 333616 pages vues
- Moyenne de 1,34 page vue par visite
- Durée moyenne des visites: 0 min 59 s
- 84,70% de nouvelles visites
- 80,16% des visites à partir d'une tablette ou d'un téléphone mobile
- 84,41% sont des femmes



Nombre de visites par mois (novembre 2018 à février 2019)

Novembre	Décembre	Janvier	Février
15 377	61 724	22 966	48 649

Le mois le plus achalandé

La campagne promotionnelle du temps des Fêtes est à l'origine de la grande popularité du site erableduquebec.ca en décembre 2018.

Les cinq recettes les plus consultées



Étagé de salade de choux à l'érable
(25 491 visites uniques)



Sucre à la crème à l'érable
(11 272 visites uniques)



Pita garni à la salade de poulet
à l'érable (9 664 visites uniques)



Amuse-tofu caramélisés à l'érable
(6 879 visites uniques)



Barres tendres sans cuisson
(6 398 visites uniques)

lesproduitsderableduquebec.com

Le site lesproduitsderableduquebec.com s'adresse aux différents acteurs de la filière acéricole et agroalimentaire tant nationale qu'internationale, c'est-à-dire les emballeurs, les industriels, les importateurs et les restaurateurs. Il a notamment pour objectifs de présenter à ces acheteurs potentiels les avantages de choisir l'érable du Québec et de leur donner les renseignements nécessaires pour se procurer facilement les produits d'érable dont ils ont besoin.

Résultats (août 2017 à février 2019)

- 22816 visiteurs uniques (sur 30 009 visites)
- 51865 pages vues
- Moyenne de 1,32 page vue par visite
- Durée moyenne des visites: 1 min 24 s
- 88,20% de nouvelles visites
- 37,60% des visites à partir d'une tablette ou d'un téléphone mobile

siropcool.ca

Le site siropcool.ca est 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.

Résultats (août 2017 à février 2019)

- 45409 visiteurs uniques (sur 57 341 visites)
- Moyenne de 3,05 pages vues par visite
- Durée moyenne des visites: 2 min 07s
- 81,30% de nouvelles visites
- 66% des visites à partir d'une tablette ou d'un téléphone mobile
- Les outils pédagogiques de la section *Profs* ont été téléchargés 5407 fois

MÉDIAS SOCIAUX

Facebook

Entre 1^{er} août 2017 et le 28 février 2019, **11 728 nouvelles personnes** ont rejoint notre communauté Facebook, portant **le nombre d'abonnés à 77 637**. Ces derniers 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 les consommateurs et d'échanger avec eux au quotidien. Certains nous partagent même leur plus précieux souvenir lié à l'érable et leur recette secrète!



Faits saillants

- 77 637 abonnés, comparativement à 65 909 en date du 1^{er} août 2017
- 265 publications
- 10 publications mises de l'avant
- 11 campagnes publicitaires
- 77% de nos abonnés sont des femmes

Les cinq publications les plus performantes

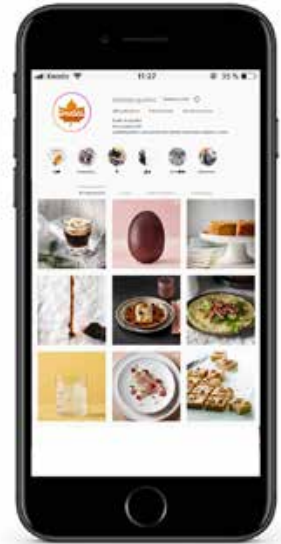
- Grands-pères dans le sirop d'érable (7155 clics)
- Sucre à la crème à l'érable (6507 clics)
- Tire d'érable (5055 clics)
- Pita garni à la salade de poulet à l'érable (4942 clics)
- Nos meilleurs cocktails du temps des Fêtes (3086 clics)

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. Les utilisateurs d'Instagram ont pris l'habitude d'inclure régulièrement les mots-clics #erableduquebec et #incroyableerable à leur publication lorsqu'ils partagent des photos liées aux produits d'érable. Voilà un signe que notre compte Instagram acquiert toujours plus de notoriété.

Faits saillants

- 2 985 abonnés comparativement à 866 en août 2017
- 138 publications et 273 *Stories* (Les *Stories* sont consultées en moyenne 250 fois)
- 77% des abonnés sont des femmes
- 33% de nos abonnés ont entre 25 et 34 ans
- 12 publications mises de l'avant
- Les mots-clics #erableduquebec et #incroyableerable ont été respectivement inclus dans plus de 640 et 450 publications depuis leur création.



Pinterest

Faits saillants

- 36 nouvelles recettes ont été épinglées au cours de l'année, pour un total de 434 épingles.
- 972 personnes sont maintenant abonnées à notre compte Pinterest.
- À noter que plus de 7000 personnes consultent notre page chaque mois.