

INFO-SIROP

Bulletin d'information de la
Fédération des producteurs acéricoles du Québec

VOL. 5 N° 1 - JANVIER 2018



INCROYABLE ÉRABLE!

Notre plus récente assemblée annuelle tenue à Lévis en novembre dernier marquera le pas de notre organisation pour les cinq prochaines années. Nous y avons en effet dévoilé le second plan stratégique de notre courte histoire et ce dernier occupera nos efforts pour la période 2018-2023. Cette planification stratégique se veut à la fois simple et ambitieuse. Elle est articulée autour de quatre enjeux majeurs : la vente, la gestion dynamique de notre réserve stratégique, le leadership de la Fédération et la qualité de notre produit.

De ces quatre grands enjeux découlent 12 orientations avec des indicateurs de suivi pour chacune d'entre elles. L'élément phare de cette planification est sans doute l'objectif de faire grimper les ventes de l'agence de 67 % d'ici cinq ans, les faisant passer des 115 millions de livres actuelles à 185 millions en 2023. La recherche, l'innovation et le développement de nouveaux produits pour répondre aux besoins exprimés par les consommateurs seront des éléments moteurs d'une approche marketing communément appelée « market driven » et qui permettront d'atteindre cet objectif ambitieux, mais réalisable. De concert avec le dévoilement de cette 2^e planification stratégique, nous avons rafraîchi le libellé de notre mission, de notre vision et de nos valeurs. Notre vision, notamment, n'est désormais rien de moins qu'être reconnus comme la référence mondiale pour la valorisation et la mise en marché collective des produits de l'érable.

Nous avons également profité de la présentation de cette planification stratégique pour dévoiler notre nouveau logo pour la promotion de l'image de marque de notre produit, tant au Québec que partout ailleurs

 **Fédération des producteurs
acéricoles du Québec**



**PAR SERGE BEAULIEU
PRÉSIDENT**

SOMMAIRE

Vol. 5, N° 1 - Janvier 2018

Actualités	2/
Administration	4/
Mise en marché	5/
Contingent	7/
Promotion	8/
Dossier	14/
Vie syndicale	23/

RESPONSABLES DE LA RÉDACTION

Caroline Cyr
Paul Rouillard

COLLABORATEURS

Mathieu Audy
Sara Boivin-Chabot
Isabelle Lapointe
Corinne Laulhé
Danielle Pépin
Annie St-Onge
David Tougas

CONCEPTION GRAPHIQUE

Duval design communication

INFOGRAPHIE

TCN Studio

IMPRESSION

Transmag

L'INFO-SIROP est publié
cinq fois par année.

FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS ACÉRIQUES DU QUÉBEC

MAISON DE L'UPA
555, boul. Roland-Therrien, bureau 525
Longueuil (Québec) J4H 4G5
1 855 679-7021

www.fpaq.ca

INCROYABLE ÉRABLE!

↓ SUITE DE LA PAGE 1.

dans le monde. Les consommateurs ont d'ailleurs déjà pu l'apprécier à la télévision depuis le tout début de l'année avec les publicités qui ont meublé l'ultra-populaire émission Bye-Bye 2017.

Inspirés et stimulés par cette nouvelle planification stratégique et ce nouveau logo, les délégués ont su discuter avec beaucoup de vision, d'ouverture et de sagesse de résolutions qui abordaient des sujets de fond. Je pense notamment aux résolutions concernant les ventes au détail par intermédiaires, l'ajustement de l'offre à la demande, le traitement des entailles non réglementaires et l'entente californienne sur le plomb. Nous avons atteint une maturité qui me rassure sur notre capacité à adapter constamment nos outils de mise en marché pour assurer un meilleur revenu à l'ensemble de nos producteurs.

En terminant, je ne peux passer sous silence ce magnifique moment qu'a représenté le discours émouvant de M. Pierre Lemieux pour sa dernière présence à notre assemblée à titre de représentant de l'Union. L'hommage spontané des producteurs dans la salle était amplement mérité. M. Lemieux nous a rappelé toute la solidarité et la ténacité dont il a fallu faire preuve au cours des 20 dernières années pour améliorer nos conditions, et nous a invités à le faire pour les années futures pour que notre produit jouisse pleinement de son titre d'*Incroyable érable*.

Si le passé est garant du futur, l'avenir nous appartient encore pleinement.

ACTUALITÉS



LA FÉDÉRATION AU CONGRÈS DE L'ÉRABLE 2017

Du 23 au 25 octobre, le Congrès de l'érable 2017 du Conseil nord-américain du sirop d'érable (CNASÉ) et de l'Institut international du sirop d'érable (IISÉ) était organisé par Citadelle au Centre des congrès et d'expositions de Lévis.

95 M\$ POUR L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ET LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Le 3 novembre dernier, le gouvernement du Québec annonçait une aide de 95 millions de dollars afin de stimuler les investissements des entreprises agricoles pour l'efficacité énergétique et le bien-être animal.

Contrairement à ce que nous avons compris lors de notre rencontre avec le sous-ministre adjoint et annoncé dans l'Info-Sirop de novembre 2017, les acériculteurs ne peuvent pas s'y inscrire pour financer les investissements requis en lien avec l'entente californienne.

En effet, le plan de soutien aux investissements en agriculture visant le bien-être animal et l'efficacité énergétique est composé de trois programmes : un programme de bonification de l'aide aux services-conseils, un programme d'aide aux investissements et un programme de soutien au financement. Une description complète de ces programmes est disponible sur le site Web du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec - MAPAQ (www.mapaq.gouv.qc.ca).

Par contre, l'amélioration de l'efficacité énergétique



**95 MILLIONS
DE DOLLARS**
POUR
**L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE
ET LE BIEN-ÊTRE ANIMAL**

demeure un projet admissible pour les entreprises acéricoles dans ce plan de soutien aux investissements en agriculture. Pour bénéficier des programmes d'aide financière qui composent le plan de soutien aux investissements, il faut d'abord remplir le formulaire d'admission générale disponible sur le site Internet du MAPAQ en y indiquant le coût estimé du projet ainsi qu'une description sommaire du projet et des investissements envisagés.

Après avoir soumis ce formulaire, l'entreprise recevra une confirmation de la recevabilité du projet par le MAPAQ et

l'aide financière demandée sera protégée pour une période de six mois. Par la suite, le dépôt du formulaire de présentation du projet et de demande d'aide financière devra être fait, accompagné des documents d'appui comme le diagnostic, le plan d'action, ainsi que les permis et les certificats d'autorisation s'il y a lieu. Pour plus d'information, veuillez communiquer avec le conseiller du MAPAQ de votre région.

Entre 600 et 700 producteurs québécois ont profité de la journée Portes ouvertes du 24 octobre pour discuter avec les équipementiers et les exposants. Les autres événements ont réuni entre 180 et 350 participants des 14 états américains et des quatre provinces canadiennes membres.

La Fédération avait un kiosque à l'entrée des salles de conférences et nous avons pu rencontrer les visiteurs, présenter les outils de promotion, dont nos visites en réalité virtuelle, et discuter de notre rôle dans le secteur acéricole.

ADMINISTRATION



LA SITUATION FINANCIÈRE DE LA FÉDÉRATION POUR 2016-2017

La société de comptables professionnels agréés Blain, Joyal, Charbonneau a procédé à l'audit des états financiers de la Fédération pour l'année financière débutant le 1er août 2016 et se terminant le 31 juillet 2017.

Ces états financiers donnent une image fidèle de la situation financière de la Fédération ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie. Les états financiers 2016-2017 de la Fédération, dans leur intégralité, sont en ligne sur fpaq.ca, dans la section Documentation.

Évolution des soldes de fonds pour l'exercice terminé le 31 juillet 2017

	2017						
	Fonds d'administration du plan conjoint	Fonds de contrôle de la qualité	Fonds de développement des marchés	Fonds des dommages liquidés et pénalités	Fonds de gestion des surplus	Fonds de l'Agence de vente	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
SOLDE AU DÉBUT	5 636 308	3 504 682	6 146 317	764 518	38 898 086	2 380 152	57 330 063
Excédent produits sur les charges	79 023	68 950	2 082 616	2 076 042	(2 295 410)	165 976	2 177 197
SOLDE À LA FIN	5 715 331	3 573 632	8 228 933	2 840 560	36 602 676	2 546 128	59 507 260

GUIDE D'AMÉLIORATION DES MATÉRIAUX UTILISÉS DANS L'INDUSTRIE ACÉRICOLE

L'entente californienne signée en 2014 par 10 embouteilleurs-transformateurs et une firme d'avocats de la Californie oblige les producteurs acéricoles livrant chez ces embouteilleurs à appliquer des mesures de réduction de plomb et à signer une déclaration à cet effet.

Afin d'être mieux outillée pour répondre à ces nouvelles exigences, l'industrie acéricole a senti le besoin de se concerter afin de mieux comprendre les enjeux liés à cette entente. Au début de l'année 2016, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, conjointement avec le Conseil de l'industrie de l'érable, a donc mandaté le Centre ACER pour réaliser un projet visant à informer la communauté acéricole des exigences de l'entente californienne, de l'aider à prioriser ses interventions et de rendre disponible l'information nécessaire à la prise de décision.

Le Centre ACER a publié un guide décrivant les exigences de l'entente, disponible sur le site dans la section Sujet d'actualité, accompagné de la liste tant attendue sur la conformité des équipements de laiton et bronze.

L'objectif avoué de l'entente californienne a toujours été d'éliminer le plomb de la production de sirop d'érable. Toutefois, à la lecture de l'entente, nous avons constaté que sa mise en application représentait certains défis.

Les exigences découlant de cette entente se situent à quatre niveaux :

- Le sirop d'érable doit être produit dans des érablières exemptes de peinture à base de plomb.
- Le sirop d'érable doit être filtré à une tempéra-

ture égale ou supérieure à 180 °F (82 °C).

- Le sirop d'érable ne pourra plus être entreposé dans des barils d'acier galvanisé à partir d'août 2019.
- Le sirop d'érable doit avoir été récolté et produit par des équipements de grade alimentaire

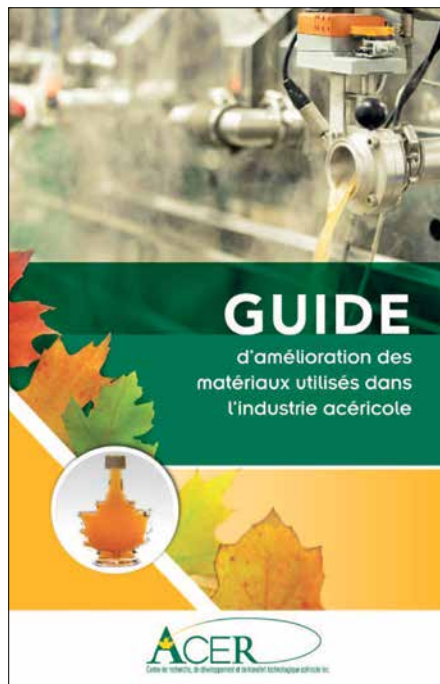
et sans plomb comme définis par la norme NSF-51 2012.

C'est la norme NSF-51 2012 qui permet au laiton et au bronze, omniprésents dans les équipements d'érablières, de bénéficier d'une exemption en leur permettant de contenir un maximum 8 % de plomb si l'équipement est résistant à la corrosion. L'information sur la corrosion des pièces de laiton et bronze est par contre peu ou pas disponible, ne permettant pas au Centre ACER d'affirmer ces pièces comme étant conformes. Le Centre ACER fera tous les efforts possibles afin de compléter cette information au cours des prochaines semaines et

sa liste sera bonifiée en fonction des résultats sur la corrosion.

En attendant, où peut-on s'informer ?

Pour en savoir plus, plusieurs sources d'information s'offrent à vous. La Fédération, les conseillers acéricoles du MAPAQ ou privés et les conseillers de clubs d'encadrement acéricoles pourront répondre à vos questions. Il serait également judicieux, à partir de maintenant, de toujours demander auprès des équipementiers un avis écrit sur la conformité des équipements avant d'en faire l'achat.





MODALITÉS D'ACHATS DU SIROP D'ÉRABLE EN VRAC AUPRÈS DE LA FÉDÉRATION

La Convention de mise en marché du sirop d'érable décrit les modalités de paiement du sirop d'érable en vrac de l'année de récolte courante livré directement aux acheteurs autorisés.

Les modalités de paiement diffèrent grandement selon le type d'acheteur autorisé : « au comptant » ou « avec garantie ».

Dans le cas des acheteurs autorisés « au comptant », ceux-ci doivent verser à la Fédération un montant de 1 300 \$ par baril dès la réception des barils reçus des producteurs. Après le classement des barils reçus, la différence de valeur entre ceux-ci et le montant versé (1 300 \$) est facturée ou créditée à l'acheteur selon le cas.

En ce qui concerne les acheteurs autorisés « avec garantie », ceux-ci doivent fournir à la Fédération :

- une lettre de garantie ou un cautionnement, au nom de la Fédération, qui couvre au minimum 15 % de la valeur du volume anticipé de sirop d'érable de l'année ;
- une preuve qu'ils disposent d'un entrepôt situé au Québec pouvant accueillir des volumes de sirop d'érable correspondant à leur volume anticipé ;

- une police d'assurance couvrant en tout temps la valeur du sirop d'érable en consignation.

En contrepartie, les acheteurs autorisés « avec garantie » bénéficient d'un étalement du paiement du sirop d'érable reçu des producteurs. Pendant la période de livraison du sirop d'érable en vrac, entre le 28 février et le 30 septembre, les acheteurs autorisés « avec garantie » doivent verser, chaque mois, un montant représentant le plus élevé des montants suivants :

- 100 % de la valeur du sirop d'érable utilisé par l'acheteur autorisé ou
- 30 % de la valeur du sirop d'érable classé (ou reçu) au cours du mois précédent.

Les acheteurs autorisés peuvent retourner du sirop d'érable à deux conditions : si le sirop d'érable classé dépasse leur volume anticipé d'achat de l'année ou s'il fait partie de ses exclusions au contrat (classe ou défauts non voulus). Les demandes de retour doivent être faites dans les 10 jours qui suivent le classement.

Le sirop d'érable que les acheteurs autorisés souhaitent conserver,

mais qui n'est pas encore payé, est considéré comme du sirop d'érable en consignation. Des frais de mise de côté sont facturés mensuellement aux acheteurs autorisés selon un pourcentage de la valeur du sirop d'érable en consignation.

Le sirop d'érable encore en consignation au 30 septembre est payable en quatre versements : le 15 novembre, 15 décembre, 15 janvier et le solde le 15 février. Exceptionnellement, et compte tenu des volumes des récoltes 2016 et 2017, la Fédération a autorisé, sous certaines conditions, le paiement du sirop d'érable en consignation sur cinq versements afin de permettre aux acheteurs autorisés de réceptionner et classer un maximum de sirop d'érable.

Il est important de rappeler que les modalités de ventes du sirop d'érable en vrac provenant des inventaires de la Fédération sont décrites dans les communiqués de ventes émis deux à trois fois par année. Le sirop d'érable vendu ainsi est payable à l'avance, c'est-à-dire avant la prise de possession de celui-ci par les acheteurs.

INSPECTIONS SUR L'UTILISATION DE FORMALDÉHYDE EN ÉRABLIÈRES

Bien que les résultats des vérifications effectuées au cours des dernières années aient été très encourageants, la Fédération demeure vigilante relativement à l'utilisation de formaldéhyde en érablière.

À cet égard, comme tout producteur doit le savoir, le Règlement des producteurs acéricoles sur le formaldéhyde prévoit l'interdiction de possession et d'utilisation de formaldéhyde sous toutes ses formes sur les lieux de production. En cas de contravention, c'est toute la récolte du producteur concerné qui est déclassée, ce qui occasionne de très lourdes conséquences monétaires pour toute entreprise en infraction.

Dans ce contexte, la Fédération tient à aviser de façon préventive l'ensemble des producteurs qu'elle mènera à nouveau, au cours des mois de janvier à mars 2018, des inspections pour s'assurer du respect du Règlement.

Pour ce faire, des inspecteurs dûment mandatés par la Fédération et autorisés en vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche se déplaceront dans des centaines d'érablières de différentes régions du Québec. Ces inspecteurs vérifieront d'une part l'absence de comprimés de paraformaldéhyde dans les entailles, mais prendront également des échantillons de bois d'entailles et de bois vierge sur quelques érables de chaque producteur vérifié. Les échantillons



de bois dûment scellés et identifiés au numéro du producteur inspecté seront ensuite transmis au Centre ACER afin que des analyses en laboratoire confirment que leur teneur en formaldéhyde ne dépasse pas la concentration naturellement observée dans l'érable.

Dès lors, la Fédération incite à nouveau tout producteur acéricole à la plus grande prudence lors de l'entaillage de ses érables afin d'éviter l'utilisation de produits illicites ou de provenances douteuses. Ainsi, outre l'alcool de grade alimentaire, tel qu'on peut se le procurer à la SAQ, il n'existe présentement aucun produit homologué spécifiquement pour l'assainissement des entailles. En effet, bien que l'alcool ADQ-2J et l'alcool isopropylique soient des produits couramment utilisés en érablière pour la désinfection des chalumeaux et des tubulures, ils ne sont pas destinés à se retrouver dans l'entaille.

De plus, la Fédération tient à mettre en garde tout producteur

acéricole à l'égard de vendeurs itinérants ou œuvrant sur Internet qui proposent des produits aux supposées propriétés miraculeuses. Certains producteurs ont appris à leurs dépens que ces solutions contiennent bien souvent du formaldéhyde, malgré les prétentions parfois contraires de leurs revendeurs. L'achat de produits assainissants dûment homologués pour l'acériculture ne devrait se faire que chez un détaillant acéricole reconnu ayant pignon sur rue.

Dans ce contexte et pour éviter toute mauvaise surprise, la Fédération recommande tout simplement de ne rien utiliser ou vaporiser dans l'entaille.

En terminant, la Fédération encourage toute personne croyant détenir de l'information pertinente au sujet du formaldéhyde ou de toutes autres pratiques discutables à entrer en communication avec le Service de la réglementation, au 1 855 679-7021, poste 8267, pour un échange en toute confidentialité.

PROMOTION

INCROYABLE ÉRABLE

L'érable du Québec se pare de nouveaux atours pour sa conquête du monde

L'érable, un ingrédient secret d'une vie remplie de découvertes et de plaisirs.

Tel est le fondement de la nouvelle image de marque de l'érable du Québec, une image à la fois ancrée dans la tradition et porteuse d'avenir, un symbole de qualité et de fierté.

Nouvelle marque, nouvelle image, nouveaux messages

INCROYABLE ÉRABLE. Deux mots simples, mais crédibles et évocateurs de la personnalité



unique, attachante et magique de la marque Érable du Québec.

Aujourd'hui prête à être déployée sur tous les marchés, cette nouvelle image de marque de l'érable du Québec a été développée au cours des derniers mois à la suite de consultations auprès d'intervenants locaux et internationaux. L'objectif de cette réflexion sur la marque visait à générer une plus grande unicité, une meilleure cohésion et une ligne communicationnelle directrice forte portée par les diverses campagnes nationales et internationales.

C'est ainsi que la marque générique *Les Produits d'érable du Québec* cède sa place à *Érable du Québec* en français et *Maple from Canada* à l'international. Le recentrage sur l'érable (et non plus 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 sur chacun des territoires couverts.

Pleins feux sur l'érable un aliment unique

Pouvant être qualifié de véritable miracle de la nature pour sa polyvalence et son potentiel créatif infini, pour sa source d'énergie ayant un impact positif sur la performance sportive ou pour ses valeurs nutritives, l'érable fera l'objet de campagnes s'adressant aux consommateurs soucieux de leur santé ainsi qu'aux sportifs et aux gourmets.

Se positionnant comme le leader mondial de l'érable, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec prépare ses prochaines programmations annuelles qui reflèteront les spécificités, les enjeux et les opportunités propres à chacun des marchés, tout en optimisant le rayonnement des initiatives québécoises au-delà des frontières, lorsque celles-ci s'y prêteront.

La magie de l'érable à la télévision

Pour la toute première fois, une campagne publicitaire télévisuelle pour le sirop d'érable du Québec est prévue. Des messages publicitaires ont été diffusés lors des célébrations de fin d'année à

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. Impossible de la confondre avec une autre. 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, c'est aussi le dénominateur commun de tous les produits d'érable ici au Québec. Sa couleur dégradée rappelle les nuances observées dans la classification du sirop (doré, ambré, foncé et très foncé).
- ◆ Avec son style aux formes arrondies, le consommateur, quelle que soit son origine, comprend qu'il s'agit d'une marque dans le domaine alimentaire, associée à un territoire précis.
- ◆ Rappel très subtil de l'écriture que l'on retrouve sur l'emblématique boîte de conserve, la calligraphie utilisée pour tracer le mot « érable » à même la feuille facilite l'identification du produit.

Radio-Canada, dont l'émission la plus écoutée du Québec : le Bye-Bye avec une publicité de 30 secondes vue par plus de 4 millions de téléspectateurs. Des messages de 15 secondes ont également été diffusés dans les émissions suivantes : En direct de l'univers, À l'année prochaine, le Téléjournal et Infoman. Pour voir et revoir avec bonheur cette publicité, visitez le site erableduquebec.ca.

Un second déploiement publicitaire aura lieu du 15 janvier au 25 février 2018 en format 15 secondes, aux heures de grande écoute avec une couverture rejoignant 90 % de la population québécoise sur les chaînes de TVA, Radio-Canada, V, Télé-Québec, Canal Vie, Séries+ et Zeste. On y découvrira l'*Incredible érable* sous toutes ses facettes. Toute la personnalité de la marque et sa magie se dévoileront.

L'ÉRABLE ILLUMINERA MONTRÉAL EN LUMIÈRE

Unique, authentique, naturel, savoureux et cher au cœur de tous les Québécois : peu de produits, à part l'érable, peuvent se vanter de posséder toutes ces qualités à la fois. Tout le monde aime son goût, mais nombreux sont ceux qui ignorent encore qu'il s'agit, ni plus ni moins, de l'ingrédient secret des gens actifs et des gastronomes.

C'est donc dans un esprit de partage que l'Érable du Québec a noué un partenariat 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 rassembleur attire plus de 1 300 000 visiteurs, dont plus de 350 000 participeront à la soirée de la Nuit blanche.

Du 22 février au 4 mars prochain, ce sera le moment de découvrir ou de redécouvrir les produits d'érable du Québec dans un parcours

spécialement aménagé pour donner libre cours à la gourmandise, approfondir sa connaissance de l'érable et se livrer au pur plaisir d'une expérience unique.



RICARDO AIME L'ÉRABLE

Lors de l'ouverture de la nouvelle boutique Espace Ricardo à Laval, la brochure de Noël de l'érable, « Noël Érable approuvé par les enfants », a été mise bien en évidence. On adore !

LE SAVIEZ-VOUS? LA RECETTE DE L'AUTOMNE SUR LE WEB!

À l'automne, sur jaimelerable.ca, la recette la plus populaire a été sans conteste la succulente « tarte aux pommes et à l'érable ». Elle a été consultée plus de 58 000 fois entre le 22 septembre et le 1er décembre 2017. Un grand succès! <http://jaimelerable.ca/recettes/tarte-aux-pommes-et-a-lerable>



Notre page Facebook réunit plus de **70 000** passionnés d'érable. Le saviez-vous?



L'ÉRABLE AU MÉRITE CYCLISTE QUÉBÉCOIS

Le dimanche 19 novembre dernier, la Fédération québécoise des sports cyclistes (FQSC) a tenu son traditionnel brunch de clôture, durant lequel s'est effectuée la remise des prix du Mérite cycliste québécois. Nathalie Langlois, directrice promotion, innovation et développement des marchés y était et a prononcé une allocution réitérant le soutien des PÉQ aux cyclistes, toutes catégories et disciplines confondues. Des trophées arborant le logo des Produits d'érable du Québec ont été remis aux différents gagnants du milieu cycliste récompensés pour leur contribution au sport.

Notre ambassadeur sportif de l'érable Hugo Houle était aussi présent et a su avec humour et finesse transmettre sa passion pour l'érable au service de la performance sportive.

Lors de ce brunch, une petite nouveauté drôle et divertissante a fait le plaisir des invités. Il s'agit d'une borne « OuiSnap », dont le concept est de capturer une série de photos tout en les dynamisant, donnant ainsi une impression de mouvement et incluant le logo des Produits d'érable du Québec. Ces souvenirs en images ont été compilés et partagés sur les réseaux sociaux de la FQSC et de J'aime l'érable.



1



4



2



3

CRÉATIVITÉS CULINAIRES INDIENNES À L'ÉRABLE

Manish Mehrotra, chef et porte-parole passionné de l'érable a créé en Inde 7 nouvelles recettes à l'érable. Cocktails, bouchées, plats principaux et desserts à base d'ingrédients utilisés dans la cuisine indienne et rehaussés par les différentes saveurs de l'érable sont disponibles sur le site indien ilovemaple.in pour le plus grand plaisir des gourmets.

Voici quelques images de ses créations :

1. Maple Makhana Chikki
2. Soupe à la citrouille, à la noix de coco et à l'érable
3. Cocktail à la mangue verte et à l'érable
4. Bhel Puri à l'érable (granola)

L'ÉRABLE AU JAPON

Au Japon, un concours de recettes à l'érable d'une durée de sept semaines a été organisé sur le plus grand site Web de partage de recettes, Cookpad.

Quatre thèmes étaient proposés : « Boîte à lunch », « Dîner de famille », « Casse-croûte de papa » et « Recette simple ». Les gagnants de ces quatre catégories

ont reçu un assortiment de produits d'érable du Québec, en plus de voir leur recette publiée sur le site Web officiel des produits d'érable au Japon.

Cette activité a connu une très grande popularité puisque plus de 600 recettes ont été partagées et plus de 358 000 personnes ont été rejointes.

L'enthousiasme débordant des Japonais pour l'utilisation des produits de l'érable dans les recettes ne se dément pas. La polyvalence de l'érable et son goût délicieux sont souvent mentionnés dans les commentaires des consommateurs.

← クックパッド | サービス一覧

プレミアムサービス ユーザー登録(無料) ログイン

毎日の料理を楽しみに **cookpad** 279円 レシピ

料理名・食材名 目的・用途 レシピ検索

MYフォルダ レシピを書く

クリスマス キャラ弁 サンドイッチ おにぎり ケーキ

レシピコンテスト ケベック・メープル製品生産者協会

広告企画 MAPLE PRODUCTS FROM QUEBEC

トップ みんなのレシピ(663) 応募規約

実は和食にも合う!
カナダ・ケベック州産
メープルシロップで
つくる和の食卓
受賞レシピ発表

カナダ・ケベック州産メープルシロップは、メープル（カエデ）の樹液を煮詰めただけの、100%天然の食品。240種類ものフレーバーとアロマが含まれているので、塩味、酸味、辛味、苦味などあらゆる味と相性が良く、なんと日本の調味料、酢、醤油、味噌とも好相性！しかもカルシウム・マグネシウム・カリウムといったミネラルをバランスよく含んでおり、低カロリー！

そこで今回は、「カナダ・ケベック州産メープルシロップ」を調味料として使った、和食レシピを大募集したところ、たくさんのレシピが集まりました！

賞品(各1名様)

👑グランプリ
お弁当のおかず賞
家族が喜ぶ晩ごはん賞
パパが喜ぶおつまみ賞
簡単アイデアおかず賞

カナダ・ケベック州産
メープル製品
詰め合わせ

※左記よりいずれかを
セットでプレゼント
予定です。

現在の応募数 663 品

メープルキャロットラ
ッパ
by Manonさん
火を使わず、スライスして和
えるだけ簡単。人々が美味
しく食べられます。あと一
品にgoodです。

鶏もも肉と根菜の煮物
by sawako立さん
メープルシロップで基本の煮
物が簡単に美味しく仕上が
ります！

メープルシロップでか
ぼちゃの豚肉焼き
by あんこまきさん
かぼちゃがホクホク♪おつま
みにもお弁当のおかずにもな
るよ〜(´・ω・`)♡簡単だよ

もっと見る(663品)

DES CHEFS ANGLAIS DÉCOUVRENT L'ÉRABLE

En novembre dernier, la réunion plénière bimensuelle des membres de la Royal Academy of Culinary Arts (RACA) s'est tenue dans les locaux de la maison du Canada de Londres, au Royaume-Uni.

À cette occasion, plusieurs membres influents de l'industrie hôtelière ainsi que des grands chefs étoilés ont vécu une expérience culinaire unique. Un repas gastronomique à l'érable a été spécialement élaboré par le chef David Colcombe, fier ambassadeur des Produits d'érable du Québec au Royaume-Uni, qui en a profité pour leur expliquer l'incroyable histoire de l'érable et la polyvalence en cuisine de tous les produits d'érable. Il va sans dire qu'encore une fois, un grand élan d'enthousiasme à l'égard de l'érable a soulevé les invités !

Cet événement a été couvert dans The Caterer, très célèbre magazine de l'industrie britannique de l'hôtellerie.

ÉTATS-UNIS

Les cafés au lait à l'érable et aux pacanes : une tendance très en vogue

Selon le prestigieux quotidien *Chicago Tribune*, les mentions de boissons en tout genre contenant du sirop d'érable sont en hausse de 86 %. Parmi elles, le café au lait mélange érable et pacanes est particulièrement en demande.

Afin de profiter de cette tendance, deux célèbres influenceurs d'Instagram, **My Healthy Dish** (912 000 abonnés) et **Best of Vegan** (1 300 000 abonnés), ont été mandatés pour développer des cafés lattés à l'érable et aux pacanes, ainsi que leur version végane, sucrés avec du sirop d'érable pur à 100 %.

Les recettes de ces boissons ont été diffusées dans les médias et publiées sur le site **Pure Canada Maple**. De plus, afin de promouvoir leurs recettes et d'augmenter la notoriété de l'érable du Canada sur le compte Instagram **Pure Canada Maple**, ces influenceurs ont lancé un concours auprès de leur clientèle friande de recettes naturelles et santé. L'activité se poursuit, mais les résultats sont déjà très impressionnants : plus d'un millier d'interactions et de commentaires et 500 nouveaux abonnés.

SAVIEZ-VOUS QUE?

Le 17 décembre est la journée nationale du sirop d'érable aux États-Unis.

Pour cette journée symbolique, des recettes à l'érable ont été diffusées sur les réseaux sociaux, dont celle des pacanes enrobées à l'érable et au curcuma.



DOSSIER



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

L'assemblée générale annuelle de la Fédération a eu lieu les 22 et 23 novembre dernier, au Centre des congrès de Lévis.

L'innovation à l'honneur

Comme à l'habitude, l'assemblée a débuté par des conférences. Cette année, l'accent était mis sur l'entrepreneuriat et le changement. M. Alexandre Taillefer, entrepreneur en série et notamment principal actionnaire de Téo Taxi, a lancé la rencontre en parlant d'entrepreneuriat, innovation et développement des marchés. Très généreux de son temps, M. Taillefer a eu une discussion dynamique avec les producteurs présents.

Un panel de producteurs innovants a ensuite pris la relève : André et Simon Blais de Sucrerie 2000,

Natacha Lagarde des Sucreries DL et Julien Dupasquier de l'Érablière la Coulée Suisse ont échangé avec la salle sur les impacts de la prise de risques dans leurs entreprises.

Yves Bois, du Centre ACER, a terminé le bloc de conférences en abordant l'entente californienne et ses implications dans le renouvellement des équipements. Il a également présenté le *Guide d'amélioration des matériaux utilisés dans l'industrie acéricole*, que vous pouvez retrouver en ligne dans la section Sujets d'actualité du site centreacer.qc.ca.





PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2018-2023

OBJECTIF 2023 : DES VENTES DE 185 MILLIONS DE LIVRES PAR ANNÉES

Lors de la deuxième journée de l'AGA, les producteurs acéricoles ont adopté la nouvelle planification stratégique 2018-2023 de la Fédération. Fruit d'une réflexion de plusieurs mois sur l'avenir du secteur, cette deuxième planification stratégique consolide le rôle de leadership de la Fédération dans le monde et prépare le secteur à une croissance constante de la consommation. Par la modernisation de ses outils et la mobilisation des différents acteurs, la Fédération entend propulser les ventes annuelles de sirop d'érable à 185 millions de livres par années d'ici 2023 pour une valeur de 523 M\$, une croissance totale de 66 % des ventes.

La Fédération a également revu sa mission, sa vision et ses valeurs :

MISSION

Dans le cadre des pouvoirs qui lui sont dévolus en vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, assurer la promotion des intérêts des acériculteurs et acéricultrices d'ici, développer

et valoriser le plein potentiel de production et de vente des produits de l'érable du Québec, et ce, en respectant les règles du développement durable.

VISION

Être reconnue comme la référence mondiale pour la valorisation et la mise en marché collective des produits de l'érable. Générer le maximum de mobilisation, de fierté et de sentiment d'appartenance auprès des acériculteurs et acéricultrices, des partenaires et des consommateurs.

VALEURS

En affirmant l'importance d'appliquer en tout temps les principes d'éthique reconnus, les valeurs dominantes qui caractérisent la Fédération dans ses discussions, actions et décisions sont les suivantes :

Collectivité

Rechercher toujours l'intérêt du groupe en privilégiant l'action collective et la démocratie au sein de l'organisation.

Ouverture

Être à l'écoute des besoins de nos

acériculteurs et acéricultrices, des partenaires et des consommateurs d'ici et d'ailleurs.

Passionnée

Être constamment animée à tous les niveaux par la passion que génèrent les produits de l'érable du Québec.

Innovation

Se distinguer par l'innovation afin de bâtir l'avenir de façon audacieuse. Poursuivre l'excellence, soutenir la créativité et agir comme leader afin de sortir des sentiers battus.

Démocratie

Établir les grandes orientations de notre organisation selon un processus de consultation et de gouvernance permettant à toutes et à tous d'exprimer leurs voix et leurs opinions.

Pérennité

Développer de façon durable la ressource acéricole québécoise tout en s'assurant que les générations futures puissent en faire autant.

ORIENTATIONS	ACTIONS
--------------	---------

Enjeu 1 – Ventes et distribution

Accroître de 66 % le volume de ventes et de 63 % le chiffre d'affaires de l'Agence de vente d'ici 2023	<ul style="list-style-type: none"> • Établir des tarifs et des incitatifs commerciaux pour augmenter les ventes ; • Développer une image de marque unique et universelle pour les produits d'érable du Québec et en faire la promotion ; • Moderniser le Règlement de l'Agence de vente.
--	---

Répartir l'accroissement des ventes de l'Agence selon les différents marchés	<ul style="list-style-type: none"> • Sélectionner des marchés prioritaires et attribuer les sommes et expertises nécessaires (identifier les agences marketing pour coordonner la promotion locale).
--	---

Augmenter le nombre d'acheteurs locaux et internationaux à moyen/haut volume	<ul style="list-style-type: none"> • Développer un programme de support à la promotion non générique visant spécifiquement le B2B (business to business) en collaboration avec certains acheteurs ; • Développer des outils de vente génériques par produit pour l'Agence sous forme de fiches techniques et de vidéos promotionnelles ; • Vérifier l'opportunité de détenir un entrepôt/centre de distribution à l'étranger.
--	--

Enjeu 2 – Réserve stratégique et production

Optimiser les niveaux de la réserve stratégique permettant une meilleure gestion des inventaires en réserve	<ul style="list-style-type: none"> • Actualiser périodiquement l'étude actuarielle ; • Développer une formule de prix souple avec primes et politique d'escompte selon la durée en entreposage, les cibles de marchés en développement et les niveaux moyens de stock établis pour la réserve ; • Ajuster la production par l'utilisation accrue de mécanismes de variation des inventaires (ex. : facteur de contingent, nouvelles entailles, etc.) ; • Modifier la convention pour permettre les ventes des stocks de l'Agence 12 mois/année ; • Mettre en place un système intégré d'évaluation des inventaires dans la filière ; • Élaborer un cahier de définition des types, qualités et lignes de produits disponibles.
---	--

Accélérer l'atteinte de l'équilibre des inventaires de sirop de catégorie de transformation (CT) en lien avec la demande mondiale	<ul style="list-style-type: none"> • Faire réaliser une étude actuarielle spécifique au sirop CT ; • Établir des tarifs et des incitatifs commerciaux pour augmenter les ventes de sirop CT ; • Mettre en place de tests de dépistage de la molécule DMDS ; • Développer un programme de support à la promotion non générique visant le sirop CT ; • Documenter les recherches en cours concernant plusieurs produits innovants à base de sirop CT.
---	--

Favoriser la croissance de la production des entreprises de production	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer une campagne de formation visant la productivité et la qualité du sirop produit à la ferme.
--	---

Enjeu 3 – Leadership

Se positionner comme un leader-expert des produits de l'érable sur la scène nationale et internationale	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser les communications avec les membres, les partenaires de la filière, les gouvernements et la population et avoir les outils modernes appropriés pour ce faire ; • Réviser la base d'identité de la Fédération, le cas échéant (nom, image, logo) pour mieux refléter son rôle ; • Développer un projet rassembleur permettant de réunir les producteurs acéricoles canadiens ; • Mobiliser le personnel de la Fédération dans sa nouvelle vision.
---	---



ORIENTATIONS

Se positionner davantage en fonction de la demande des marchés (« market driven » vs « product driven »)

Accroître notre rôle de pôle stratégique mondial d'innovation et de recherches scientifiques sur le potentiel alimentaire et thérapeutique de l'érable (ingrédients, aliments, superaliments, etc.) et ses divers produits

Enjeu 4 – Valorisation et gestion de la qualité

Bonifier les critères de qualité exigés au classement

Introduire et valoriser diverses certifications de qualité et d'identité

Créer une identité universelle pour favoriser la promotion des produits d'érable du Québec

ACTIONS

- Développer un plan CIE-FPAQ, volet promotion/marketing;
- Favoriser une plus grande ouverture avec les acheteurs dans le partage et l'analyse de données regroupées;
- Établir une campagne de sensibilisation des producteurs à ce changement de paradigme.

- Être en codéveloppement dans l'innovation des ingrédients issus de l'érable avec les partenaires intéressés;
- Développer et coordonner un réseau international de chercheurs scientifiques spécialisés dans le domaine de l'érable.

- Réviser en profondeur notre système de classement (sirops producteurs et sirops en inventaire) en fonction de la stratégie qualité/produit et cibles de vente/distribution;
- Optimiser la saisie et gestion des données du système de classement et étiquetage numérique/physique.

- Développer des cahiers des charges appropriés;
- Viser une certification HACCP pour la réserve;
- Initier l'inscription du sirop d'érable au Codex Alimentarius de la FAO (ONU);
- Développer des appellations spécifiques selon l'approche « market driven »;
- Appuyer la mise en place de l'entente californienne;
- Bien évaluer et documenter l'impact de l'augmentation des normes à rencontrer par les producteurs dans leur processus de fabrication du sirop.

- Développer une image de marque unique et universelle pour les produits d'érable du Québec et en faire la promotion.



LE MINISTRE LAURENT LESSARD À L'AGA

Le 23 novembre, en fin d'avant-midi, monsieur Laurent Lessard, ministre de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec, a répondu à l'invitation de la Fédération en venant rencontrer les producteurs réunis en assemblée. Après avoir discuté avec les participants et dîné avec les élus, monsieur Lessard a ouvert les discussions de l'après-midi en soulignant l'ambition du secteur acéricole dans sa planification stratégique 2018-2023. Il a également mentionné l'importance de donner au secteur les moyens de financer la réserve stratégique et de valoriser l'or blond.

MERCI, MESSIEURS!

Cette année, nous avons salué le départ de deux administrateurs de la Fédération, messieurs Jean-Claude Turcotte et Rolland Urbain.

M. Jean-Claude Turcotte a été administrateur de la Fédération pour le Centre-du-Québec de 2008 à 2017. Il s'est impliqué dans les comités contingentement et promotion, deux éléments clés de l'industrie acéricole du Québec.

M. Turcotte était sur place pour recevoir son hommage et sa montre. Merci, Monsieur Turcotte!

Les merveilles de la technologie ont permis à M. Rolland Urbain,

qui ne pouvait pas se déplacer, d'assister de chez lui au vibrant hommage qui lui a été rendu. M. Urbain a pris sa retraite cette année après presque 30 ans d'implication syndicale. Élu comme administrateur du Syndicat de Lanaudière en 1988, il en est devenu le président en 1995.

Producteur à Sainte-Julienne depuis 1978, il a travaillé à l'instauration du plan conjoint, à l'implantation du système de contingentement et à la réalisation de la réserve stratégique de la Fédération. Il fut partie prenante de toutes les luttes des producteurs acéricoles des 25 dernières

années. Après 29 ans d'implication syndicale, M. Urbain s'est retiré pour laisser place à la relève, tant au sein de la Fédération qu'à l'érablière, où son fils Normand a pris les rênes de l'entreprise en 2014. Nous rendons aujourd'hui hommage à l'un des grands acteurs du développement de la production acéricole québécoise telle que nous la connaissons aujourd'hui. Merci, Monsieur Urbain!

RÉSOLUTIONS

Plus de 320 personnes assistaient à la rencontre. Les 113 délégués votants ont adopté, au nom de l'ensemble des producteurs, les 13 résolutions suivantes demandant :

Résolution 1

PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2018-2023

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'adopter le plan stratégique 2018-2023 comme soumis et d'en entreprendre immédiatement la réalisation.

Résolution 2

VENTES AU DÉTAIL PAR INTERMÉDIAIRES

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- De réduire le prélevé de 0,03 \$/lb pour les ventes au détail par intermédiaires pour la première tranche de 15 000 lb commercialisées annuellement par les fermes ;
- De simplifier le formulaire de ventes au détail par intermédiaires en retirant les déclarations de prix et le détail concernant les produits transformés ;
- De travailler à faire la promotion des ventes directement aux consommateurs en :
 - Développant une carte interactive sur Internet pour permettre aux consommateurs de trouver les producteurs faisant des ventes directes, que ces derniers détiennent du contingent ou non ;
 - Rendant accessible la formation qualité à tous ;
 - Outillant tous les producteurs en leur rendant accessible du matériel promotionnel issu de la Fédération ;

- Travaillant à rendre accessible un logo de certification qualité pour tous ceux faisant des ventes directes aux consommateurs,

- De maintenir le comité des ventes au détail par intermédiaires pour réfléchir sur d'autres avenues afin de faire la promotion des sirops vendus directement aux consommateurs.

Résolution 3

AJUSTEMENT DE L'OFFRE DE SIROP À LA DEMANDE

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'augmenter le seuil de déclenchement du volet croissance, passant de 95 % à 105 % ;
- De conserver la possibilité de croissance maximale de 25 % par année.

Résolution 4

EXCLUSION DES SIROPS INDUSTRIELS DU CALCUL DU VOLET CROISSANCE

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'exclure la production de sirop industriel dans le calcul du volet croissance.

Résolution 5

DÉLAI POUR L'OCTROI DE PERMIS D'INTERVENTION POUR L'EXPLOITATION D'UNE ÉRABLIÈRE PAR LE MINISTÈRE DES FORÊTS, DE LA FAUNE ET DES PARCS (MFFP)

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- De mettre tous les efforts nécessaires afin que le Ministère atteigne cet objectif de diminution importante du délai d'émission de ces permis.

Au ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs

- D'accélérer l'émission des permis d'intervention pour l'exploitation d'une érablière aux fins acéricoles.

Résolution 6

LABORATOIRE CENTRAL DE CLASSEMENT

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'instaurer un projet-pilote de laboratoire central de classement permettant l'utilisation de l'appareil SpectrAcer et des autres appareils automatisés pour les classements de tous les sirops livrés dans le cadre de ce projet.

Résolution 7

RECONDITIONNEMENT DU SIROP D'ÉRABLE AU GOÛT DE BOURGEON

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'intégrer dans le processus actuel de classement des tests de dépistage systématique pour la détection du goût bourgeon ;
- D'offrir un service de préclassement, par le Centre ACER, qui inclurait le dépistage du DMDS ;
- D'évaluer la possibilité de rendre disponible le test de dépistage pour utilisation en érablière ;
- De classer $\sqrt{R5}$ les sirops qui dépasseraient le seuil critique de marqueurs menant à la réapparition du goût bourgeon ;
- De poursuivre les recherches et essais visant un reconditionnement de ces sirops selon un processus efficace, fiable et validé scientifiquement.

Résolution 8

MILIEUX HUMIDES ET ACÉRICULTURE

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- De suivre ce dossier de près;
- De faire les représentations nécessaires;
- D'informer les producteurs de cet important dossier.

Résolution 9

DÉVELOPPEMENT ACÉRIQUE ET FIABILITÉ DE L'APPROVISIONNEMENT ÉLECTRIQUE

À l'Union des producteurs agricoles

- D'approfondir sa connaissance des problématiques énergétiques acéricoles auprès de la Fédération;
- De mettre à l'ordre du jour de sa Table sur l'énergie le développement acéricole et ses besoins énergétiques;
- De faire des démarches auprès des dirigeants d'Hydro-Québec, afin de les sensibiliser au développement de la production acéricole et aux besoins énergétiques qui s'y rattachent et trouver des solutions pour éviter les pannes de courant durant la saison de production de sirop.

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- De fournir toute demande d'information de l'Union des producteurs agricoles dans ce dossier et de l'appuyer dans ses démarches auprès d'Hydro-Québec.
- De demander à Hydro-Québec de faire des études de charge sur la demande en courant en milieu acéricole.

Résolution 10

INSECTES RAVAGEURS EXOTIQUES

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec et

À la Confédération de l'Union des producteurs agricoles

- De rencontrer les autorités responsables de la protection du Canada contre la venue d'insectes exotiques afin que les mécanismes de protection soient accrus et limitent la venue de ravageurs exotiques.

Résolution 11

ENTAILLES NON RÉGLEMENTAIRES : MODALITÉS DE TRAITEMENT

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'obliger le producteur ayant des entailles non réglementaires à faire parvenir les preuves de ventes directes au consommateur en même temps que sa fiche d'enregistrement;
- D'appliquer rigoureusement les modalités suivantes pour le traitement des dossiers d'entailles non réglementaires :
 - Pénalité de 1,20 \$/livre pour la totalité du sirop fait à partir d'entailles non réglementaires;
 - Non-admissibilité au volet croissance pour un producteur ayant des entailles non réglementaires à compter de la saison 2019;
- De prévoir une modification aux règlements du contingentement et de l'agence de vente pour faire en sorte que :
 - le paiement du sirop fait à partir d'entailles non réglementaires se fasse jusqu'à un seuil maximum de 2,5 livres/entaille;
 - après ce seuil, que le sirop fait à partir d'entailles non

réglementaires soit considéré et traité comme du sirop hors contingent;

- D'informer les producteurs ayant déjà signé des ententes de régularisation avec la Fédération pour ce type de dossier des changements à venir dans leur traitement le plus rapidement possible.

Résolution 12

IMPLANTATION D'UN ENTREPÔT DE SIROP D'ÉRABLE EN EUROPE

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'analyser la faisabilité d'implanter un entrepôt en Europe;
- D'identifier les coûts liés à ce projet;
- D'identifier les opportunités liées à ce projet;
- De présenter à la prochaine AGA les résultats de cette analyse pour décision.

Résolution 13

ENTENTE CALIFORNIENNE

Aux équipementiers

- De compléter de façon urgente les tests de conformité à l'entente californienne de toutes leurs pièces et équipements vendus aux producteurs;
- D'émettre un certificat de conformité pour toutes les pièces et équipements désormais vendus aux producteurs;
- D'identifier dans leur catalogue de vente la conformité ou non de chacune des pièces et équipements vendus.

Aux acheteurs

- De faire les audits sur tous les sites de production des producteurs acéricoles du Québec;



- De remettre un avis écrit de conformité aux producteurs, si tel est le cas;
- De décharger les producteurs de toute responsabilité face à la déclaration concernant les mesures de réduction de plomb.

Au MAPAQ

- En collaboration avec le Centre ACER, de former adéquatement les répondants acéricoles de première ligne aux exigences de l'entente californienne;

- De créer un programme d'aide financière pour soutenir les producteurs dans leur mise aux normes de l'entente californienne (de même type que le programme d'aide au bien-être animal du MAPAQ).

À la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

- D'inclure la démarche de mise aux normes à l'entente californienne dans la prochaine convention de mise en marché;

- De faire toutes les démarches nécessaires pour la réalisation rapide des demandes présentées aux équipementiers/acheteurs et MAPAQ;
- D'informer constamment les producteurs de l'évolution du dossier.

PRIX HOMMAGE GILLES-GAUVREAU

Cette année, le prix-hommage Gilles-Gauvreau a été remis à M. Angelo Trépanier, producteur de Saint-Thècle en Mauricie. Il a été membre du conseil d'administration de la coopérative Citadelle pendant près de 20 ans et administrateur du Syndicat des producteurs acéricoles de la Mauricie au début des années 2000.

Au-delà de son implication coopérative, Angelo Trépanier a toujours été un ardent promoteur de la qualité du sirop d'érable. Producteur acéricole depuis plus de 50 ans, M. Trépanier a donné plus de 4000 heures de formation sur la qualité du sirop dans tout le Québec. Il a été juge à de nombreuses reprises lors de la compétition annuelle des Sucriers et a lui-même remporté quatre fois le titre de Maître sucrier. Il a toujours défendu le rôle de la Fédération en matière d'inspection et d'assurance qualité des produits d'érable.

Innovateur, M. Trépanier a exploré la production de sirop d'érable



d'automne, toujours en respectant la santé de son érablière et la production printanière qui suivait. Il a également fait sa marque en aménagement forestier. Il a même obtenu le Mérite forestier de la Mauricie-Bois-Francs pour la qualité de ses aménagements et leurs impacts sur la productivité de son érablière. M. Trépanier est aussi un grand collectionneur de scies mécaniques et il en possède plus de 400.

M. Angelo Trépanier a donc toujours été un enthousiaste défenseur du sirop d'érable de qualité au Québec et de l'aménagement forestier intelligent. M. Serge Beaulieu, président de la Fédération, a remis le Prix hommage Gilles-Gauvreau à M. Trépanier et à sa conjointe, Anita Saint-Amant, lors du banquet annuel de la Fédération le 22 novembre dernier.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Serge Beaulieu, président de la Fédération depuis 2007, a été réélu lors de l'assemblée générale, pour un sixième mandat. Voici la composition du conseil d'administration pour l'année 2017-2018 :

Président :	Serge Beaulieu	Côte-du-Sud
1 ^{er} vice-président :	Luc Goulet	Mauricie
2 ^e vice-président :	Éric Bouchard	Appalaches/Beauce/Lotbinière
4 ^e membre de l'exécutif :	Francis Lessard	Beauce
5 ^e membre de l'exécutif :	Marcel Larochelle	Saint-Jean/Valleyfield
Administrateur:	François Béliveau	Lanaudière
Administrateur :	Guy Breault	Outaouais/Laurentides
Administrateur:	Normand Foisy	Centre-du-Québec
Administrateur :	Dany Fortier	Québec/Rive-Nord
Administrateur :	Alain Gauthier	Saint-Hyacinthe
Administrateur :	David Hall	Bas-Saint-Laurent/Gaspésie
Administratrice :	Sylvie Laliberté	Estrie
Administrateur :	Joël Larrivée	



QU'EST-CE QUE ÇA MANGE EN HIVER UNE TOURNÉE RÉGIONALE ?

Les tournées régionales ont lieu deux fois par an : entre 12 et 14 rencontres auprès de chacun de syndicats régionaux où les élus et les cadres de la Fédération vont à la rencontre des producteurs afin de leur présenter les dernières nouvelles de la Fédération et de répondre à leurs questions. La tournée automnale a lieu en septembre-octobre et la tournée hivernale en janvier-février, avant le début de la saison. Dans certaines régions, la tournée est en même temps que l'assemblée annuelle du syndicat, comme à Saint-Jean-Valleyfield, Lanaudière et Centre-du-Québec cette année. Lors de chaque rencontre, le président ou

le vice-président de la Fédération se déplace, ainsi que le directeur ou le directeur général adjoint. Le président et les administrateurs du syndicat sont également présents, ainsi que le secrétaire de la région, qui s'occupe de la logistique.

Parmi les sujets récurrents, on trouve l'état de la Réserve stratégique, les activités de l'agence de ventes stratégique, les niveaux de paiement, les bilans de saison, les négociations des conventions de mise en marché et les activités de promotions de la Fédération. Cet hiver, la tournée régionale abordera aussi l'entente californienne, la nouvelle planification stratégique et

les suivis des résolutions prises lors de l'AGA de novembre.

L'automne dernier, la Fédération a commencé à filmer les rencontres et à les publier sur sa page Facebook et sur son compte YouTube. Il est donc possible de regarder les présentations en rediffusion. Cependant les producteurs sont invités à se déplacer afin de pouvoir prendre une part active aux discussions qui s'y déroulent. Si un sujet vous tient à cœur ou si vous voulez exprimer votre appui ou votre désaccord à certaines actions de la Fédération, les rencontres des tournées régionales sont des plateformes idéales pour ce faire.



LA TOURNÉE HIVERNALE 2018

JANVIER 2018

23	Saint-Jean/Valleyfield	19 h	Centre récréatif Ormstown
25	Bas-Saint-Laurent/Gaspésie (Témiscouata)	19 h	Centre des loisirs Témiscouata-sur-le-Lac
26	Bas-Saint-Laurent/Gaspésie (Mont-Joli)	19 h	Centre le Colombien de la Mitis inc. Mont-Joli
30	Saint-Hyacinthe	19 h	Centre communautaire Roxton Pond
31	Côte-du-Sud	13 h et 19 h 30	Centre communautaire Saint-Lazarre Salle municipale Saint-Marcel

FÉVRIER 2018

01	Outaouais/Laurentides	19 h 30	Salle municipale Brébeuf
06	Appalaches/Beauce/Lotbinière	19 h 30	Centre de réception Mont-Granit Thetford Mines
07	Lanaudière	19 h 30	Club de golf Montcalm Saint-Liguori
08	Mauricie	19 h	Érablière Denis Bédard Saint-Stanislas-de-Champlain
12	Centre-du-Québec	19 h	Complexe hôtelier Du Pré Princeville
13	Estrie (Sherbrooke)	19 h 30	Hôtel Le Président Sherbrooke
14	Estrie (Lac-Mégantic)	19 h 30	Salle municipale Frontenac
15	Beauce	19 h 30	Georgeville Saint-Georges
19	Appalaches/Beauce/Lotbinière	19 h 30	Centre communautaire Saint-Narcisse
20	Québec/Rive-Nord	19 h 30	Restaurant Motel Le Chavigny Deschambault