

ENTRETENIR ET DÉVELOPPER LE LEADERSHIP ACÉRICOLE QUÉBÉCOIS

**MÉMOIRE DE LA FÉDÉRATION
DES PRODUCTEURS ACÉRICOLES DU QUÉBEC**

Présenté à
MONSIEUR FLORENT GAGNÉ

**DANS LE CADRE DE L'ÉTUDE EXHAUSTIVE
DE LA SITUATION DE L'INDUSTRIE ACÉRICOLE DU QUÉBEC**



6 octobre 2015

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	5
PORTRAIT DU SECTEUR ACÉRICOLE.....	7
UNE CROISSANCE PARTOUT EN AMÉRIQUE DU NORD	7
LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ÉTRANGERS ET DE LA DEMANDE MONDIALE	9
L'INDUSTRIE DE L'ÉRABLE AU QUÉBEC.....	11
<i>La part de producteurs et des emplois agricoles.....</i>	11
<i>Un secteur d'avenir pour l'emploi et l'entrepreneuriat.....</i>	12
<i>Des retombées économiques pour les régions et le Québec.....</i>	13
EXPORTATIONS QUÉBÉCOISES.....	14
DÉVELOPPEMENT DES ENTAILLES OBSERVÉ SUR 15 ANS	16
UN TOUR D'HORIZON ÉCONOMIQUE	16
LES PILIERS DU SUCCÈS QUÉBÉCOIS	17
LES DÉVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES	17
LE PLAN CONJOINT	18
LA CONVENTION DE MISE EN MARCHÉ.....	19
LA RÉSERVE STRATÉGIQUE MONDIALE DE SIROP D'ÉRABLE	20
L'AGENCE DE VENTE ET LE PAIEMENT ANTICIPÉ DU SIROP D'ÉRABLE	21
LE CONTINGENT ACÉRICOLE.....	23
LE PROGRAMME DE FINANCEMENT DE LA RÉSERVE.....	24
DES PILIERS ET DES TREMPLINS	24
GRANDIR ET PROSPÉRER AU 21^E SIÈCLE	27
FAIRE SA PLACE DANS L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE	27
<i>Hisser l'érable au niveau des produits à valeur ajoutée</i>	27
<i>Encourager les partenariats avec les milieux gastronomiques</i>	29
<i>Développer le marché industriel</i>	29
<i>Développer de nouveaux produits</i>	30
<i>Développer de nouveaux marchés</i>	30
<i>Une ombre importante au tableau</i>	31
RÉPONDRE AUX BESOINS ET EXIGENCES DES CONSOMMATEURS	31
<i>Inscription au Codex Alimentarius de la FAO et de l'Organisation mondiale de la santé</i>	32
<i>S'adapter aux nouvelles normes internationales</i>	33
<i>Des pastilles de goûts pour le sirop d'érable.....</i>	34
<i>Améliorer la traçabilité par une appellation d'origine contrôlée</i>	35
<i>Encourager la production biologique.....</i>	36
<i>Certification pour un réseau de vente de produits de niche.....</i>	38
S'ADAPTER AUX NOUVELLES RÉALITÉS DES PRODUCTEURS.....	39
<i>Pallier les délais de paiement.....</i>	40
<i>Améliorer les communications entre la Fédération des producteurs acéricoles du Québec</i> <i>et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.....</i>	41
<i>Mieux rejoindre les petits et les nouveaux producteurs.....</i>	41
RÉPONDRE AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES	42
DÉVELOPPER ET PROTÉGER NOTRE POTENTIEL POUR RÉPONDRE AU MARCHÉ.....	43
ANCER NOTRE LEADERSHIP PAR LA RECONNAISSANCE DE NOTRE TRADITION ACÉRICOLE	44
DYNAMISER NOS OUTILS DE MISE EN MARCHÉ POUR RÉPONDRE AUX DÉFIS DE DEMAIN	46
CONCLUSION	49
FAITS SAILLANTS DU MÉMOIRE « ENTREtenir ET DÉVELOPPER LE LEADERSHIP ACÉRICOLE QUÉBÉCOIS »	51
RECOMMANDATIONS ET ENGAGEMENTS DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS ACÉRICOLES DU QUÉBEC	53

INTRODUCTION

La Fédération des producteurs acéricole du Québec (la Fédération) regroupe plus de 13 500 producteurs et productrices de sirop d'érable répartis dans 7 300 entreprises acéricoles de toutes tailles. La Fédération a pour mission de défendre et de développer les intérêts économiques, sociaux et moraux de ses membres. Elle applique également le plan conjoint et organise la production et la mise en marché du sirop d'érable et de l'eau d'érable. La Fédération fête cette année le 25^e anniversaire du plan conjoint, outil qui a permis d'affirmer le leadership québécois dans ce secteur agroalimentaire d'importance pour la province.

Le 15 mai dernier, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, M. Pierre Paradis, mandatait M. Florent Gagné afin de réaliser une étude exhaustive de la situation de l'industrie acéricole et de formuler des recommandations afin de consolider la position de leader mondial du Québec et favoriser l'entrepreneuriat dans ce secteur d'activité. Cette étude de l'industrie acéricole sera la deuxième réalisée en quinze ans.

La Fédération accueille favorablement la nomination de M. Gagné et la réalisation de cette analyse exhaustive du secteur acéricole québécois. Il s'agit d'une opportunité importante pour rappeler le chemin parcouru depuis les dernières décennies, dresser un portrait de la situation actuelle des entreprises et des entrepreneurs acéricoles, faire connaître les initiatives mises en place par l'ensemble de l'industrie et finalement, proposer des engagements pour assurer le rayonnement optimal de nos produits de l'érable. La Fédération souhaite également saisir cette occasion pour présenter ses recommandations afin d'ancrer davantage l'acériculture québécoise dans le marché agroalimentaire mondial du 21^e siècle.

Bien que le Québec possède un accès privilégié aux ressources de l'érable, la place de leader que cette province occupe aujourd'hui dans le domaine de l'acériculture est le fruit d'un travail acharné et d'une recherche constante de l'innovation. Au cours des deux dernières décennies, les entrepreneurs ont mis sur pied les conditions permettant de se regrouper et de faire rayonner les produits de l'érable au-delà de nos frontières. De plus, les entreprises ont pu récolter les bénéfices d'une augmentation impressionnante des exportations afin de réinvestir dans la recherche de nouveaux créneaux et de développer de nouveaux marchés.

Aujourd'hui, les produits de l'acériculture québécoise doivent se démarquer non pas uniquement de ses compétiteurs directs, mais aussi de l'ensemble de l'industrie agroalimentaire mondiale des agents sucrants. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants et demandent des produits novateurs, originaux, et possédants des bénéfices santé supérieurs.

Par ailleurs, les outils mis en place par la Fédération au cours des années ont permis de faire croître l'industrie acéricole québécoise et d'occuper le premier rang dans ce domaine. Telle était l'une des observations de l'étude récente réalisée par la firme **Forest Lavoie conseil** en 2014.

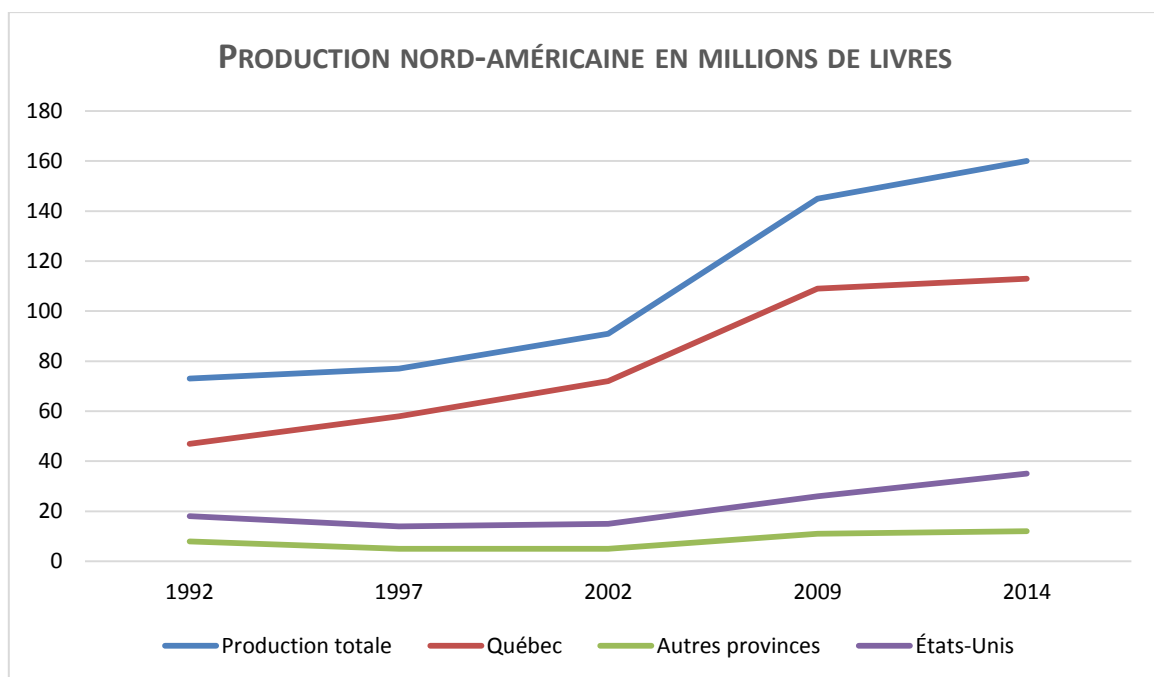
Devant les défis d'un marché mondial en évolution et en croissance, ces outils sont aujourd'hui les tremplins qui permettront d'investir dans l'innovation afin de saisir les opportunités infinies qui s'offrent aux entrepreneurs de l'érable québécois.

PORTRAIT DU SECTEUR ACÉRICOLE

Au cours des deux dernières décennies, la production acéricole québécoise a connu une augmentation importante, tributaire de la forte demande mondiale. Les perspectives de croissance actuelles sont positives alors que le Québec amorce à peine l'ouverture de nouveaux marchés et consolide sa présence dans les marchés récemment approchés.

Une croissance partout en Amérique du Nord

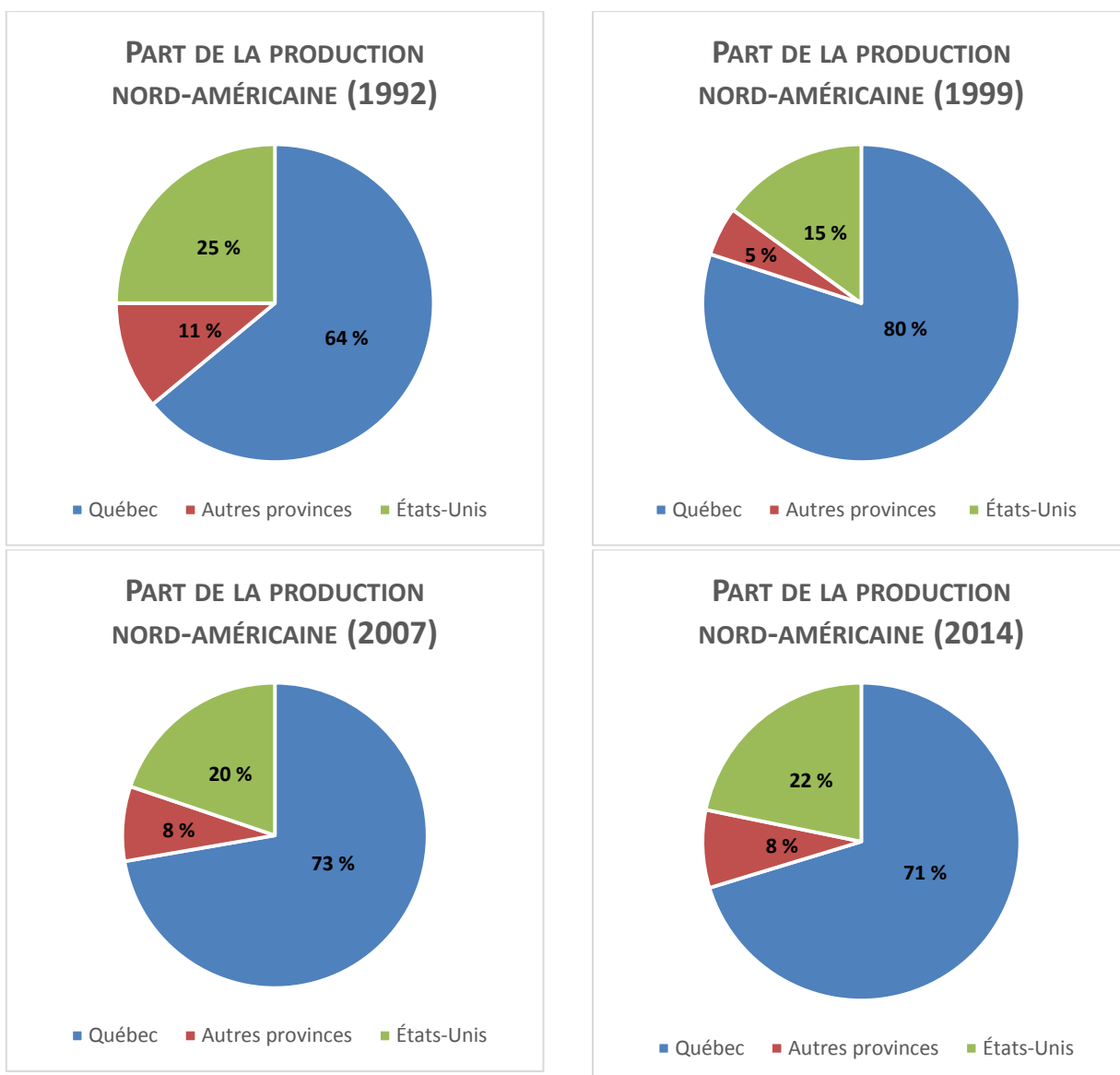
Depuis le début des années 90, la production acéricole a connu une augmentation constante bien que l'industrie demeure sujette aux conditions météorologiques. Pendant ces années, le Québec a presque doublé sa production dans un marché en constante croissance et a augmenté de façon marquée sa part de la production totale nord-américaine.



Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014

Au cours de cette période, le Québec a su maintenir et même accroître sa part prépondérante de la production nord-américaine. Une comparaison étalée sur plus de 20 ans de statistiques démontre que la part québécoise de la production oscille entre 64 % et 82 %, ce qui se situe bien au-dessus de ses principaux rivaux.

En effet, de longs cycles sont observables en raison des variations attribuables notamment au nombre d'entailles et à la météo. Avec une perspective sur le long terme, la situation actuelle des parts de marché québécois ne constitue pas une exception, mais s'inscrit dans la tendance historique de l'industrie. Le Québec souhaite conserver cette place de leader dans l'industrie.



Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014

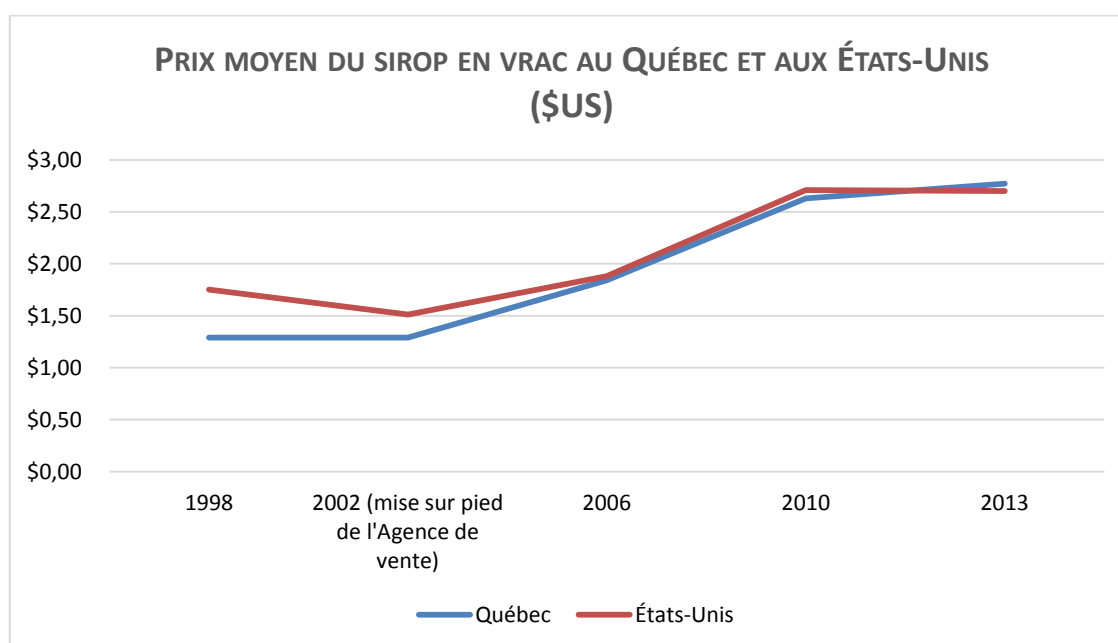
Pour bien saisir la prédominance québécoise dans le domaine acéricole, les statistiques de production de 2014 sont éloquentes. Alors que certains commentateurs s'inquiètent de l'essor de la compétition américaine¹, la région administrative de Chaudière-Appalaches a connu à elle seule une récolte dépassant l'entièreté des États-Unis et deux autres régions ont dépassé la moitié de la production américaine.

¹ Alain Dubuc, « Nous ne sommes plus seuls », *La Presse*, 21 avril 2014.

RÉGION	NOMBRE DE LIVRES (2014)
Chaudière-Appalaches	40 822 156
États-Unis	34 932 010
Bas Saint-Laurent/Gaspésie	25 634 134
Estrie	19 201 854

Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014

L'augmentation de la production totale en Amérique du Nord depuis le milieu des années 90 s'est accompagnée d'une augmentation du prix moyen du sirop. Contrairement à d'autres commodités, l'accroissement du volume n'a donc pas entraîné un effondrement de la valeur monétaire de la production acéricole, bien au contraire.

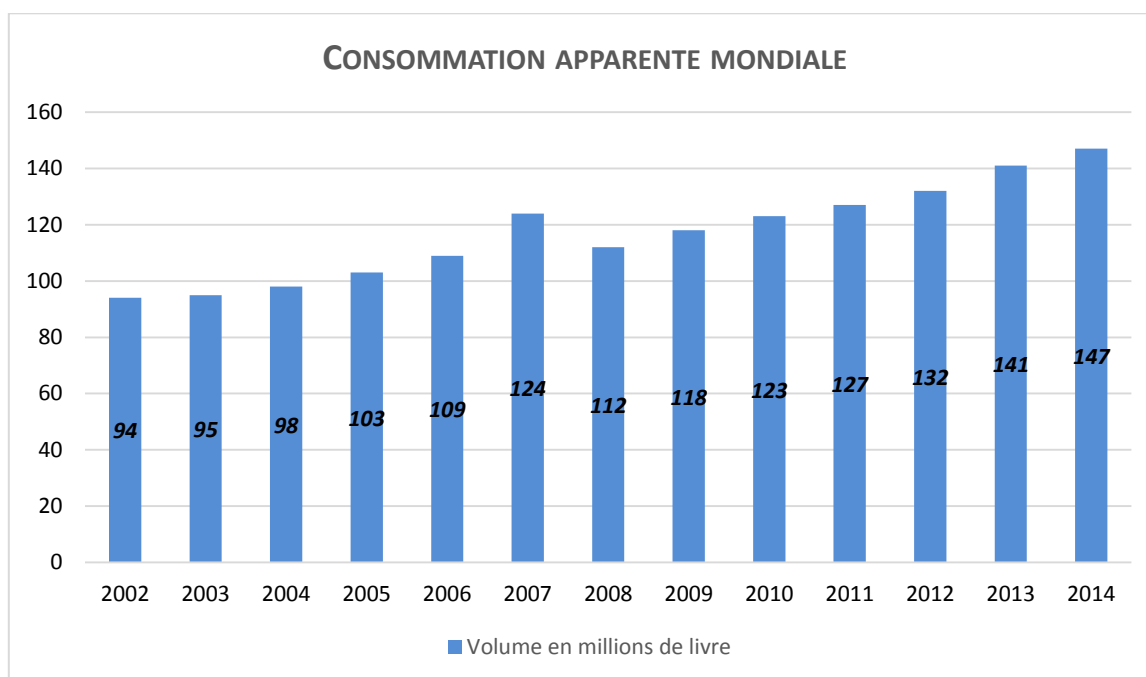


La hausse du prix moyen s'explique donc par deux principaux facteurs. D'abord, la mise sur pied d'une réserve stratégique mondiale au Québec en 2000 et, deuxièmement une augmentation de la demande mondiale pour les produits de l'érable. Comme c'est le cas pour toute production agricole, certains facteurs météorologiques venant affecter la production auront une incidence sur le prix, mais hormis ces exceptions, la valeur du sirop québécois s'est appréciée pendant plus de 20 ans avec des retombées concrètes sur le revenu des producteurs et la création de richesse en région.

Le développement des marchés étrangers et de la demande mondiale

Comme évoqué précédemment, les années 2000 et 2010 ont vu une croissance constante de la consommation mondiale de sirop d'érable.

Selon les statistiques de la Fédération et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, le marché mondial est passé de 94 millions de livres à plus de 147 millions de livres, soit une hausse moyenne de 3,5 % par an au cours des 13 dernières années.²



En outre, si les États-Unis et le Canada demeurent les principaux consommateurs, les exportations vers d'autres pays connaissent une tendance à la hausse. La croissance la plus importante des marchés internationaux a eu lieu entre 2000 et 2005. Par exemple, la demande en sirop du Japon (252,7 %), du Danemark (162,6 %) et de l'Australie (102,6 %) a explosé pendant ces cinq années.³ En outre, les statistiques démontrent que la valeur des exportations des produits de l'érable tend à augmenter pour dépasser le quart de milliard de dollars.

Pays	Quantité (en kilogrammes)		Valeur (en milliers de \$ C)	
	2009	2013	2009	2013
États-Unis	24 340 579	24 045 809	167 861	178 419
Japon	2 174 323	2 740 886	21 669	24 880
Allemagne	1 826 082	2 599 750	16 415	21 751
Royaume-Uni	1 677 484	1 599 638	13 069	11 868
France	1 106 801	1 388 029	8 290	9 697
Australie	912 889	1 270 828	8 130	8 573

² Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014. Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Aperçu statistique de l'industrie de l'érable au Canada pour 2013*, <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/statistiques-et-information-sur-les-marches/par-produit-secteur/horticulture/horticulture-industrie-canadienne/rapports-par-secteur/apercu-statistique-de-l-industrie-de-l-erable-au-canada-pour-2013/?id=1411740706038>

³ MAPAQ, *Monographie de l'industrie acéricole du Québec*, 2006

Pays	Quantité (en kilogrammes)		Valeur (en milliers de \$ C)	
	2009	2013	2009	2013
Danemark	505 067	728 345	4 258	4 470
Corée du Sud	220 964	436 331	2 067	3 841
Suisse	468 344	174 647	2 116	1 766
Pays-Bas	213 156	281 799	2 133	2 306
Autres pays	727 343	1 187 805	6 715	10 650
Total	34 173 032	36 453 867	252 722	278 222

Source : Statistiques Canada (CATSNET Juin 2014)

Dans son ensemble, le secteur acéricole connaît une croissance soutenue de la demande et des prix à la hausse malgré une augmentation de la production à l'échelle nord-américaine. Dans ce contexte, le Québec a maintenu son leadership mondial dans le domaine acéricole avec quelques fluctuations en fonction des conditions climatiques. Si le portrait global de l'acériculture est généralement favorable dans son ensemble, sa place dans l'industrie agroalimentaire québécoise témoigne de son importance.

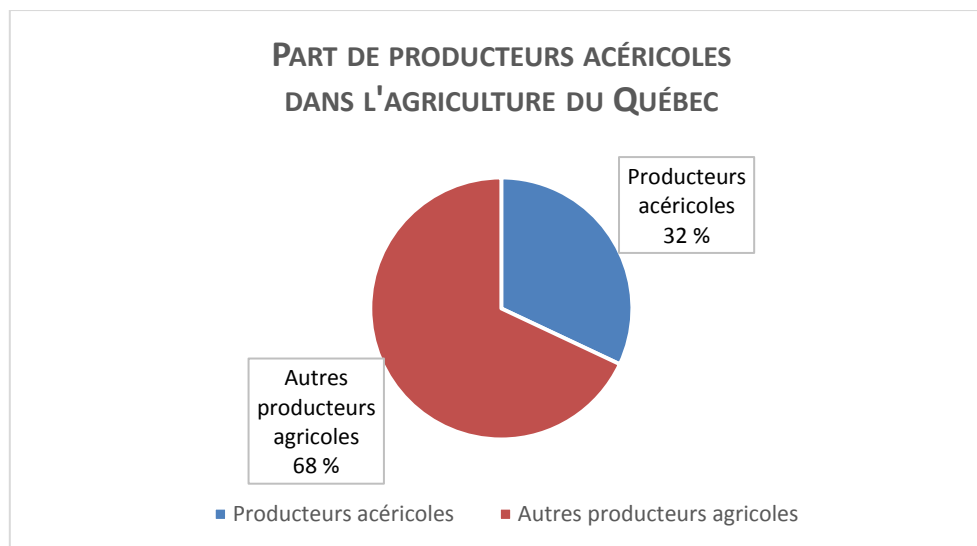
L'industrie de l'érable au Québec

Le caractère saisonnier et l'image populaire de la production acéricole occultent son importance au sein du secteur agricole et pour l'économie québécoise dans son ensemble. Une analyse démontre en effet son aspect stratégique tant sur le plan de l'emploi que sur les retombées économiques.

La part de producteurs et des emplois agricoles

Le domaine de l'agriculture québécoise est composé environ 43 000 producteurs et productrices repartis partout dans la province et œuvrant au sein d'entreprise de tailles et d'unité de production différentes.⁴ À elle seule, l'acériculture comptait, en 2014, environ 13 500 producteurs et productrices, représentant plus de 30 % des producteurs agricoles tous secteurs confondus. De plus, le Québec comptait plus de 7 200 entreprises détentrices d'un contingent en 2015.

⁴ Agricarrières, *Portrait du secteur agricole*, <http://agricarrieres.qc.ca/pages/Portrait.aspx?lang=FR-CA>.



Source : Agricarrières et FPAQ, *Rapport annuel 2013-2014*, 2014

La production emploie également une part non négligeable de personnes, lorsque comparée au secteur agricole dans son ensemble. Si Agricarrière estimait en 2007 la main-d'œuvre agricole à 125 000 personnes, une étude de la firme *ÉcoRessources Consultants* réalisée en 2010 évaluait à près de 6 200 les emplois dans le secteur de production acéricole spécifiquement, soit environ 5 %.⁵

Dans l'ensemble, la filière acéricole (production, transformation, fournisseurs, équipementiers, restauration/cabane à sucre, etc.) crée environ 10 000 emplois équivalents temps plein au Québec selon la même d'étude d'*ÉcoRessources*.⁶ À titre comparatif, le jeu vidéo, un autre secteur stratégique de l'économie québécoise, employait également un peu de plus 10 000 personnes en 2013.⁷

Un secteur d'avenir pour l'emploi et l'entrepreneuriat

En plus de se comparer favorablement à d'autres secteurs économiques du Québec, l'acériculture offre des perspectives intéressantes pour les jeunes producteurs et la création d'emplois. Dans le contexte d'une augmentation de la demande mondiale, la firme *Jobboom* classait « producteur acéricole » parmi les carrières d'avenir.⁸ Avec l'industrialisation de la production et l'introduction de nouvelles technologies dans les érablières, le secteur a désormais besoin de travailleurs aux connaissances pointues selon l'analyse du profil recherché.

⁵ Agricarrières, *Portrait du secteur agricole*, <http://agricarrieres.qc.ca/pages/Portrait.aspx?lang=FR-CA>, FPAQ, *Rapport annuel 2013-2014*,

⁶ FPAQ, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014.

⁷ KPMG-Secor, *L'industrie du jeu vidéo : un moteur économique pour le Québec*, 2014.

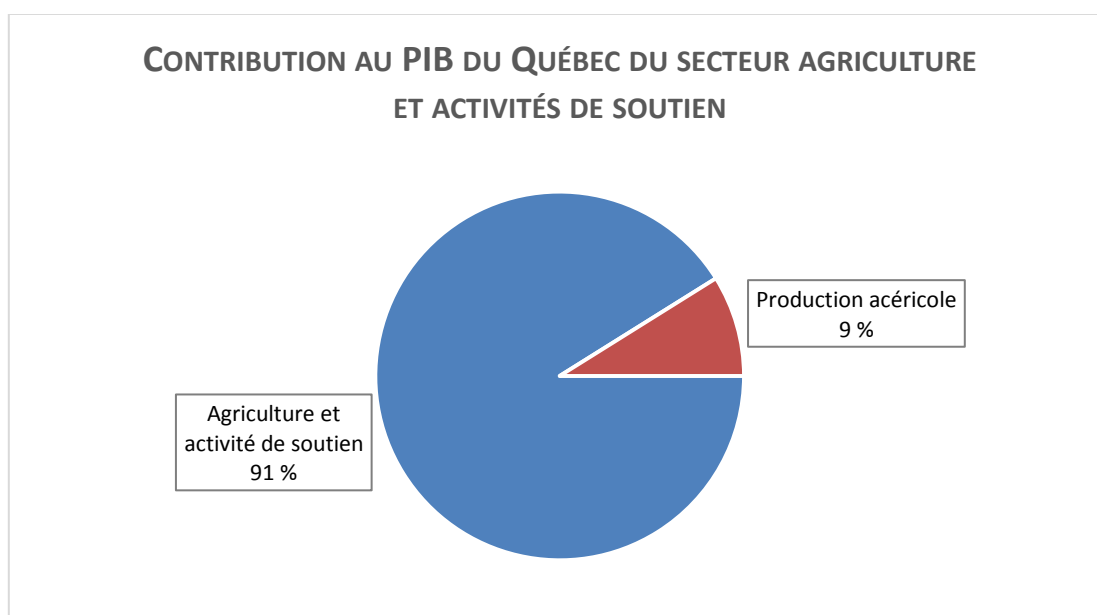
⁸ Jobboom, <http://www.jobboom.com/carriere/carrieres-d-avenir-2014-production-acericole/>

Une formation professionnelle, le DEP en production acéricole, est désormais disponible pour répondre aux besoins de main-d'œuvre des entreprises acéricoles.⁹ Selon les statistiques, 94 % des diplômés occupent un emploi à temps plein. En outre, cette formation et le travail en érablière constituent un véritable incubateur pour l'entrepreneuriat chez les jeunes. La moyenne d'âge des propriétaires étant assez élevée, ceci ouvre des possibilités pour la relève dans le domaine. L'enquête de *Jobboom* révèle en effet que la moitié des diplômés achète des petites érablières pour accroître ensuite leur taille ou rachètent des parts dans de plus grandes entreprises. Enfin, certains prennent le relais dans la gestion de l'érablière familiale.¹⁰

Des retombées économiques pour les régions et le Québec

Le secteur de l'acériculture constitue un véritable moteur économique pour les régions, dont les retombées contribuent à l'économie québécoise. Dans son ensemble, l'industrie bioalimentaire représente 7 % du produit intérieur brut (PIB) du Québec, soit 21,7 milliards de dollars. Avec une contribution de 3,7 milliards de dollars, l'agriculture et les activités de soutien représentent 17 % du PIB bioalimentaire québécois.¹¹

Prise plus spécifiquement, l'ensemble de la filière acéricole génère une activité économique au Québec d'environ 611 millions de dollars (données de 2009). En focalisant uniquement sur la production acéricole, la contribution au PIB s'établit à plus de 278 millions de dollars ce qui représente 8 % de l'ensemble du secteur « agriculture et activités de soutien » de l'industrie bioalimentaire composée notamment des productions animales (ex : production laitière, production porcine, œufs, lait, etc.) et végétales (soja, colza, etc.).



Source : MAPAQ

⁹ La formation est notamment offerte au Centre de formation agricole de Saint-Anselme et au Centre de formation Le Granit de Lac-Mégantic.

¹⁰ Jobboom, <http://www.jobboom.com/carriere/carrieres-d-avenir-2014-production-acericole/>

¹¹ MAPAQ, *Statistiques : Produit intérieur brut*, <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/md/statistiques/Pages/pib.aspx>

Le secteur se distingue toutefois des autres secteurs de production agricole. Ainsi, entre 2006 et 2010, les recettes monétaires agricoles ont augmenté de seulement 2,9 % alors que celles de l'acériculture ont connu une hausse de 10,2 % par année en moyenne pendant la même période.¹² Ceci témoigne donc du dynamisme et de la vitalité de l'industrie au sein de l'agriculture québécoise.

La contribution de l'ensemble de la filière en taxes et impôts aux revenus du Québec était évaluée à près de 60 millions de dollars en 2009. En comptabilisant, la parafiscalité (CSST, Régie des rentes du Québec, etc.), ce montant avoisinait les 105 millions de dollars. Soulignons que les producteurs acéricoles ne reçoivent peu ou pas de subventions ou d'aide de la part du gouvernement du Québec (environ 8 millions de dollars) et plusieurs des coûts associés à l'inspection et la mise en marché des productions sont presque entièrement assumés par la Fédération et le CIE (Conseil de l'industrie de l'érable).¹³

La situation géographique des érablières signifie des revenus de taxation intéressants pour les municipalités. Toujours en 2009, ces dernières avaient perçu plus de 9,2 millions de dollars auprès de l'ensemble de la filière et 5,8 millions auprès des producteurs plus précisément.¹⁴ Cette contribution aux revenus municipaux revêt un caractère particulier lorsque l'on considère la dévitalisation de certaines régions administratives. En effet, plusieurs entreprises sont localisées dans les régions dont le PIB les place dans le troisième tiers du classement québécois.¹⁵

Région administrative	Rang (nombre d'entreprises)	Rang PIB
Chaudière-Appalaches	1	5
Estrie	2	9
Centre-du-Québec	3	11
Bas Saint-Laurent/Gaspésie	4	10 ¹⁶

Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014, Institut de la statistique du Québec, *Produit intérieur brut aux prix de base par région administrative*, données de 2013.

Exportations québécoises

L'industrie de l'érable est essentiellement axée sur l'exportation. Bien que les Québécois soient les plus grands consommateurs de sirop dans le monde, 86 % de la production a été exportée dont 99 % sous forme de sirop.¹⁷ Ainsi, le sirop et le sucre d'érable se classent parmi les principales exportations bioalimentaires du Québec pour un total se chiffrant à 266 millions de

¹² MAPAQ, *Monographie de l'industrie acéricole du Québec*, 2^e édition, 2011.

¹³ MAPAQ, *Monographie de l'industrie acéricole du Québec*, 2^e édition, 2011.

¹⁴ FPAQ, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014.

¹⁵ Institut de la statistique du Québec, *Produit intérieur brut aux prix de base par région administrative, Québec 2007-2013*, www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/profils/comp_interreg/tableaux/pib_ra_2007-2013.htm.

¹⁶ Aux fins de calcul, les deux régions administratives ont été combinées afin de concorder avec la méthodologie de la FPAQ.

¹⁷ MAPAQ, *Monographie de l'industrie acéricole du Québec*, 2^e édition, 2011.

dollars en 2013.¹⁸ En d'autres termes, les exportations de sirop d'érable injectent plus d'un quart de milliard de dollars « neufs » dans l'économie québécoise.

Produits exportés	Valeur 2013 (M\$)	Part en 2013
Porc (viandes, abats et préparations)	1 356	22 %
Cacao et ses préparations	637	10 %
Fèves de soja	567	9 %
Sirop et sucre d'érable	266	4 %
Préparation à base de céréales	205	3 %

Source : MAPAQ

Exporté dans 52 pays, le principal marché pour le sirop demeure les États-Unis qui accaparent plus 66 % des exportations québécoises en 2013. Cependant, cette situation traverse une période de transformation si bien que l'amorce d'une diversification est observable. En quatre ans, bien que la quantité totale de produits d'érable destinés aux États-Unis ait augmenté de façon constante, la part des autres marchés progressait dans un contexte d'augmentation généralisée du volume total exporté. Ainsi, la part des exportations vers le Japon, l'Allemagne, l'Australie et les autres pays a augmenté pendant cette même période. En bref, maintenant, le Québec dépend moins du marché américain qu'il y a cinq ans.

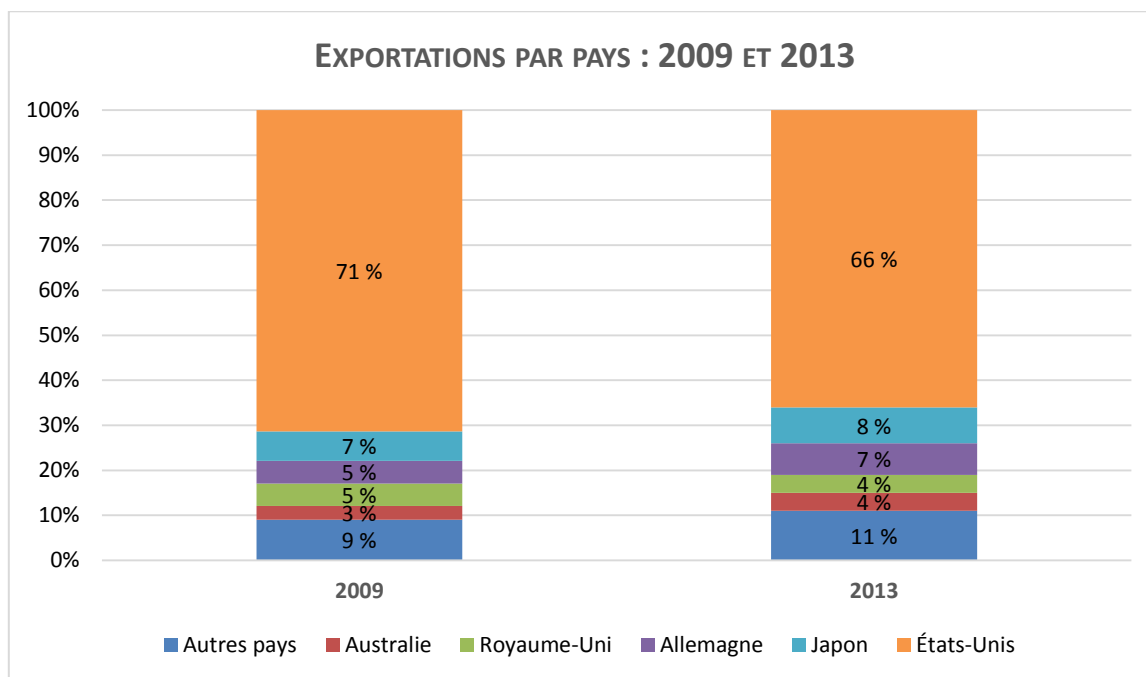
Une grande partie de ce développement de marché est le résultat des efforts concertés de l'industrie québécoise qui, au fil des 10 dernières années, a entre autres investi massivement dans la recherche. À partir de leur prélevé spécifique, les producteurs québécois ont injecté plus de 34 millions de dollars depuis 2003 dans ce volet. À ce montant se sont ajoutés les investissements des deux paliers de gouvernement, générant des sommes importantes permettant le développement d'une **science de l'érable** autrefois inexistante. Ainsi, les attributs santé de l'érable ont été démontrés scientifiquement à maintes reprises, ce qui fait du produit acéricole un meilleur sucre à comparer aux autres agents sucrants aux yeux des consommateurs.

Les minéraux, les vitamines, les antioxydants et polyphénols contenus dans le sirop d'érable et ses dérivés sont autant d'arguments de ventes pour un marché qui s'inquiète des problèmes de diabète et d'obésité de la population des pays développés. Le produit de l'érable devient alors une alternative intéressante et recommandée par de nombreux nutritionnistes et diététistes. La grande part de cette stratégie marketing s'inscrit dans le cadre de la planification « Nouvelle génération de l'érable 2020 », pilotée par la Fédération des producteurs acéricoles du Québec depuis 2007.

Bien sûr, en plus des sommes investies en recherche et promotion par les producteurs d'ici et des gouvernements s'ajoutent les montants en promotion spécifique des acheteurs de sirop

¹⁸ MAPAQ, *Principaux produits bioalimentaires exportés à l'étranger par le Québec*, <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/md/statistiques/Pages/exportation.aspx>

d'érable en vrac sur les différents marchés. Tous ces efforts ont fortement contribué à propulser l'image des produits acéricoles ici et ailleurs.



Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014

Développement des entailles observé sur 15 ans

Pour répondre à cette demande mondiale grandissante, le nombre d'entailles en exploitation au Québec a connu un accroissement significatif depuis 15 ans. Ainsi, de 33 millions d'entailles en 2000, le Québec compte aujourd'hui 44 millions d'entailles, soit une hausse de 11 millions.

De leur côté, les États-Unis ont aussi connu une hausse, mais elle est beaucoup plus récente. De 8 millions d'entailles en 2000, on retrouve aujourd'hui environ 12 millions d'entailles sur ce territoire, soit une hausse de 4 millions d'entailles pour la même période. Cette hausse est surtout observée depuis trois ans et elle est essentiellement tributaire de la stabilité apportée par le système collectif québécois de mise en marché.

Un tour d'horizon économique

En bref, le regard porté sur les 20 dernières années démontre que le marché mondial s'est considérablement développé et que le Québec a maintenu sa place de leader. Malgré quelques fluctuations, l'industrie acéricole québécoise a vu ses marchés se diversifier et ses revenus augmenter. En outre, la contribution aux finances publiques québécoises, par le biais des taxes et impôts, est significative, surtout lorsque l'on considère la quasi-absence d'aide gouvernementale à l'acériculture (versus les autres secteurs agricoles). De plus, la présence en région des érablières signifie des revenus intéressants pour les municipalités parfois situées dans des régions administratives aux retombées économiques modestes. Afin de mieux comprendre les fondations de cette période d'expansion, une explication sommaire des outils mis en place au Québec s'avère nécessaire.

LES PILIERS DU SUCCÈS QUÉBÉCOIS

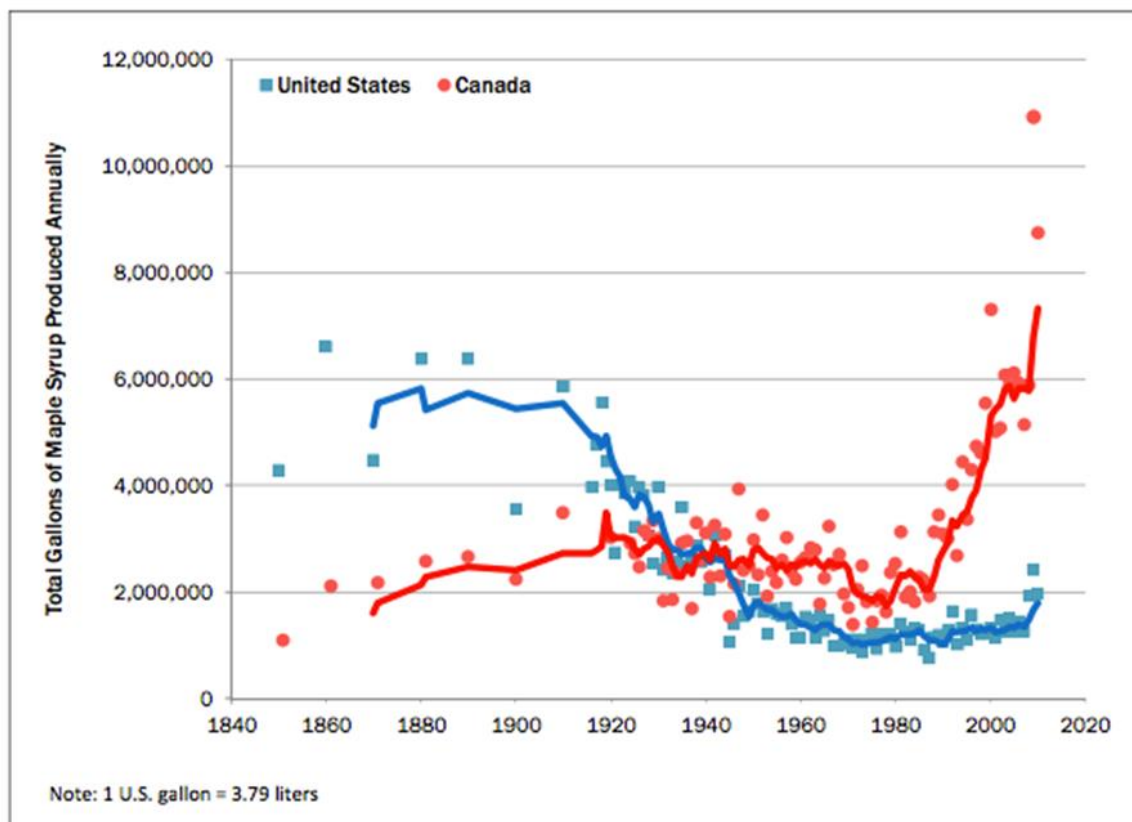
La recette du succès québécois s'explique par le travail et le désir d'innovation des producteurs. Ceci s'est manifesté autant par l'introduction de nouvelles technologies et l'investissement dans la recherche que par des actions concrètes pour la mise en marché et la gestion collective de la production.

Les développements technologiques

Au cours des dernières décennies, les producteurs québécois ont introduit à grande échelle deux innovations qui ont permis d'augmenter la production et d'améliorer le rendement des érablières : la tubulure et l'osmose inverse.

Au cours des années 70, le Québec a traversé une série de mutations sociologiques qui ont provoqué l'introduction de la tubulure dans les érablières. L'exode des jeunes vers les centres urbains et le déclin progressif de l'agriculture dans l'économie ont entraîné une diminution de la main-d'œuvre disponible pour la récolte d'eau d'érable. Les érablières, qui pouvaient compter sur les membres de la famille, se sont tournées vers la technologie de la tubulure pour maintenir et finalement accroître grandement les quantités récoltées.

Figure 1. Maple Syrup Production in the United States & Canada 1860–2010



Source : The Atlantic

Les données statistiques de la production de sirop d'érable sont par ailleurs éloquentes quant aux effets de l'introduction massive de cette technologie. Si la différence de production entre le Canada et les États-Unis est modeste jusqu'à dans les années 70, celle-ci s'accroît à partir des années 80.

La deuxième innovation qui permet d'accroître la rentabilité et l'efficacité des érablières est l'introduction de l'osmose inverse (ou **concentrateur**). Développée pendant les années 60, l'osmose inverse permet de réduire de 50 à 80 % le volume d'eau à être évaporé pour produire le sirop. Le recours à ce principe découle également de facteurs extérieurs à l'industrie acéricole. Avant les années 70, la production de sirop dépendait de combustibles fossiles pour l'évaporation, mais le choc pétrolier et la hausse des prix de l'énergie ont encouragé des changements. En recourant à des concentrateurs, les érablières réduisent considérablement leur utilisation d'énergie et sont, par conséquent, plus efficaces dans la production de sirop.¹⁹

Les nouvelles technologies de l'information font également leur entrée progressivement dans les érablières. Depuis les années 2000, des caméras et des moyens de contrôle à distance des équipements sont de plus en plus utilisés. Ces développements, tributaires des innovations dans le domaine des communications, permettent aux producteurs de maximiser le rendement et la rentabilité de leur entreprise. Signalons que la grande partie de ces innovations technologiques est le fruit d'entrepreneurs québécois. Ainsi, trois grands joueurs sur quatre dans le domaine de l'équipement acéricole ont leurs sièges sociaux et leurs centres de recherche au Québec, ce qui démontre le leadership et l'innovation d'ici.

Le plan conjoint

Outil fondamental pour la mise en marché des produits de l'érable, le plan conjoint (le Plan) permet aux producteurs de « travailler collectivement ». L'actuel plan conjoint a été adopté par un vote des producteurs, favorable à 84 %, lors d'un important référendum tenu en 1989 et supervisé par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ). À partir de cette date, les producteurs ont fait le choix de travailler collectivement afin de mettre en place les cinq piliers de leur développement que voici :

1. La convention de mise en marché (1998)
2. La réserve mondiale de sirop (2000)
3. L'agence de vente de la Fédération jumelée au paiement anticipé du Fédéral (2002)
4. Le contingent de production (2003)
5. Le financement de la réserve stratégique (2015)

Grâce à cet outil légal qu'est le plan conjoint, les producteurs peuvent voter des contributions lors de leurs assemblées annuelles. Ainsi, ils possèdent maintenant les moyens financiers d'explorer de nouveaux marchés, d'assurer l'inspection de la production et de stabiliser les prix

¹⁹ ACER, *L'osmose inversée : description et principes de fonctionnement*, 1984.

sur le long terme. En effet, en prélevant une contribution sur chaque livre visée par le Plan, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec peut ainsi investir dans la promotion, la recherche et développement, l'inspection systématique de la production, la gestion de la réserve, etc.²⁰, ce qui n'était pas possible auparavant.

Les effets du plan conjoint sur la production sont éloquentes. Comme le démontrent les statistiques du chercheur américain Michael Farrell (figure 1), la production canadienne, dont 90 % proviennent du Québec, explose depuis les 30 dernières années pour distancer massivement son rival étasunien.²¹

Enfin, ce système de mise en marché et la perception facilitée de contribution auprès des producteurs sont d'autant plus intéressants qu'ils dégagent le gouvernement du Québec de dépenses. En effet, la Fédération possède ainsi les ressources financières et humaines pour effectuer, par exemple, les inspections en lieu et place du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et pour effectuer des recherches afin d'ouvrir de nouveaux marchés sans investissements trop importants de la part du gouvernement.

En d'autres termes, le plan conjoint dégage l'État de certaines dépenses qui seraient nécessaires pour assurer la salubrité du produit, sa mise en marché et son rayonnement à l'étranger.

La Convention de mise en marché

La vente de sirop d'érable en vrac est encadrée par des conventions de mise en marché, négociées entre la Fédération et le Conseil de l'industrie de l'érable (CIE), association représentant tous les acheteurs de sirop en vrac. Ces « accords » fixent plusieurs paramètres, comme les prix minimums, les modalités de gestion des inventaires, les ententes de facturation du produit aux acheteurs, etc.²²

Par conséquent, en assurant un prix intéressant et stable pour le sirop et l'eau d'érable, les producteurs sont en mesure d'obtenir les sommes nécessaires pour réinvestir dans leur entreprise pour de nouveaux équipements et assurer leur croissance. En outre, il devient intéressant pour la relève acéricole d'acquérir des érablières ou de devenir actionnaire d'entreprises acéricoles, car elle pourra ainsi rentabiliser son investissement et faire sa place dans ce secteur d'avenir.

²⁰ Plus de détails sont disponibles au <http://www.siropperable.ca/reglements.aspx> et le Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec peut être consulté dans son ensemble au http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=3&file=/M_35_1/M35_1R19.HTM

²¹ The Atlantic, « Why Does Canada Have a Strategic Maple Syrup Reserve? » <http://www.theatlantic.com/business/archive/2012/09/why-does-canada-have-a-strategic-maple-syrup-reserve/261869/>

²² Les conventions de mise en marché et du sirop et l'eau d'érable sont disponibles au <http://fpaq.ca/la-federation/mise-en-marche/outils-de-mise-en-marche/les-conventions-de-mise-en-marche/>

La Réserve stratégique mondiale de sirop d'érable

En 2000, la Fédération mettait sur pied la réserve stratégique mondiale de sirop d'érable afin de pallier les fluctuations de la production et assurer un approvisionnement régulier à l'industrie agroalimentaire. La mise en commun de l'entreposage permet également aux producteurs de se dégager de cette responsabilité au sein de leur propre entreprise et d'assumer collectivement le risque de mettre du sirop en stock.

Situé à Laurierville dans la région du Centre-du-Québec, le principal site d'entreposage de la réserve stratégique dispose de 235 000 pieds carrés servant à accueillir, pasteuriser et stocker jusqu'à 80 millions de livres de sirop d'érable québécois.²³ Deux autres sites sont aussi utilisés. D'abord, un autre entrepôt de 70 000 pieds carrés à Saint-Antoine de Tilly (Rive-Sud de Québec) appartenant à la Fédération depuis 2008, contribue aussi à entreposer les stocks. Finalement, une entente à long terme avec un acheteur autorisé d'envergure permet de stocker une autre partie des inventaires.

Comme l'indique la *Monographie de l'érable*, la réserve stratégique contribue fortement à la gestion du risque financier tant pour les producteurs que pour les acheteurs et l'industrie en général. Pour les producteurs, cela assure des bénéfices intéressants même en période de faible production et pour les acheteurs, cela permet d'obtenir à un prix compétitif du sirop même lors des années moins fastes.²⁴

La Réserve a aussi des effets sur tout le secteur acéricole canadien. En raison des volumes stockés actuellement, près de la moitié de la demande mondiale annuelle, elle stabilise les prix pour les producteurs partout au Canada et même aux États-Unis.²⁵

Hormis les aspects économiques et financiers, la réserve stratégique prend une importance renouvelée en raison des changements climatiques. Malgré son impressionnante capacité de stockage, il ne suffit que de deux ou trois années de faibles récoltes pour réduire les volumes disponibles de façon importante. Comme le démontrent les données de la Fédération et l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), la réserve mondiale a déjà vu ses stocks passer de 60 millions de livres à zéro après seulement trois années de récoltes peu abondantes (entre 2005 et 2007).²⁶

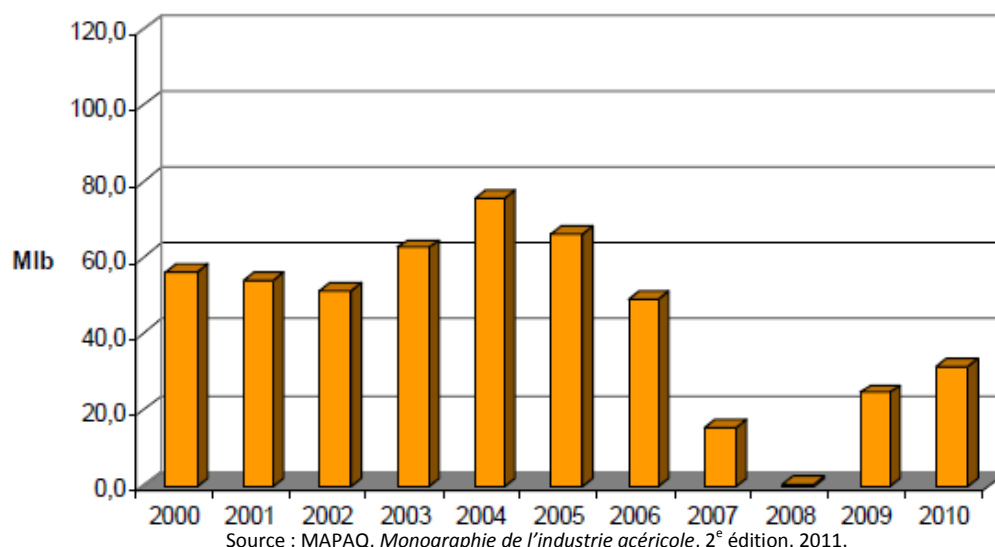
²³ FPAQ, « La Fédération des productions acéricoles du Québec inaugure sa nouvelle usine-entrepôt conversant la Réserve stratégique mondiale de sirop d'érable », 18 octobre 2013.

²⁴ MAPAQ, *Monographie de l'industrie acéricole du Québec*, 2^e édition, 2011.

²⁵ Claudette Samson, « Du sirop d'érable lourd à supporter », *Le Soleil*, 7 novembre 2013.

²⁶ <http://fpaq.ca/la-federation/mise-en-marche/outils-de-mise-en-marche/la-reserve-strategique/>

ÉVOLUTION DES INVENTAIRES DE SIROP D'ÉRABLE AU QUÉBEC



De plus, d'autres changements pourraient survenir. Des chercheurs américains estiment que la saison de production pourrait raccourcir au cours des années et constatent une réduction de la concentration en sucre dans la sève.²⁷ Plus spécifiquement, des épisodes comme la crise du verglas pourraient venir réduire la production et menacer, à terme, la stabilité des approvisionnements.

Ainsi, la réserve stratégique mondiale agit non seulement comme un outil de gestion du risque financier, mais aussi comme une assurance « climatique ».

L'Agence de vente et le paiement anticipé du sirop d'érable

En vertu des règlements votés à la suite de l'adoption du plan conjoint, la Fédération devient en 2002 l'agent de vente exclusif de sirop en vrac au Québec, ce qui représente environ 85 % du volume produit annuellement au Québec. Par le biais de l'Agence, la Fédération est l'intermédiaire entre l'acheteur autorisé et l'acériculteur. De la sorte, l'acheteur est certain de payer le juste prix en fonction de la qualité de sirop reçu et le producteur recevra également le juste prix pour le sirop livré, ce qui n'était pas toujours le cas auparavant.

L'Agence constitue l'un des principaux canaux de vente présents au Québec. Dans les faits, trois canaux de mise en marché existent :

- 1- la vente en petits contenants directement aux consommateurs (moins de cinq litres);
- 2- la vente en petits contenant (moins de cinq litres) par l'entremise d'un intermédiaire (restaurant, dépanneur, épicerie, etc.);
- 3- la vente en vrac (contenant de cinq litres et plus, souvent en barils) par l'entremise de l'agence de vente.

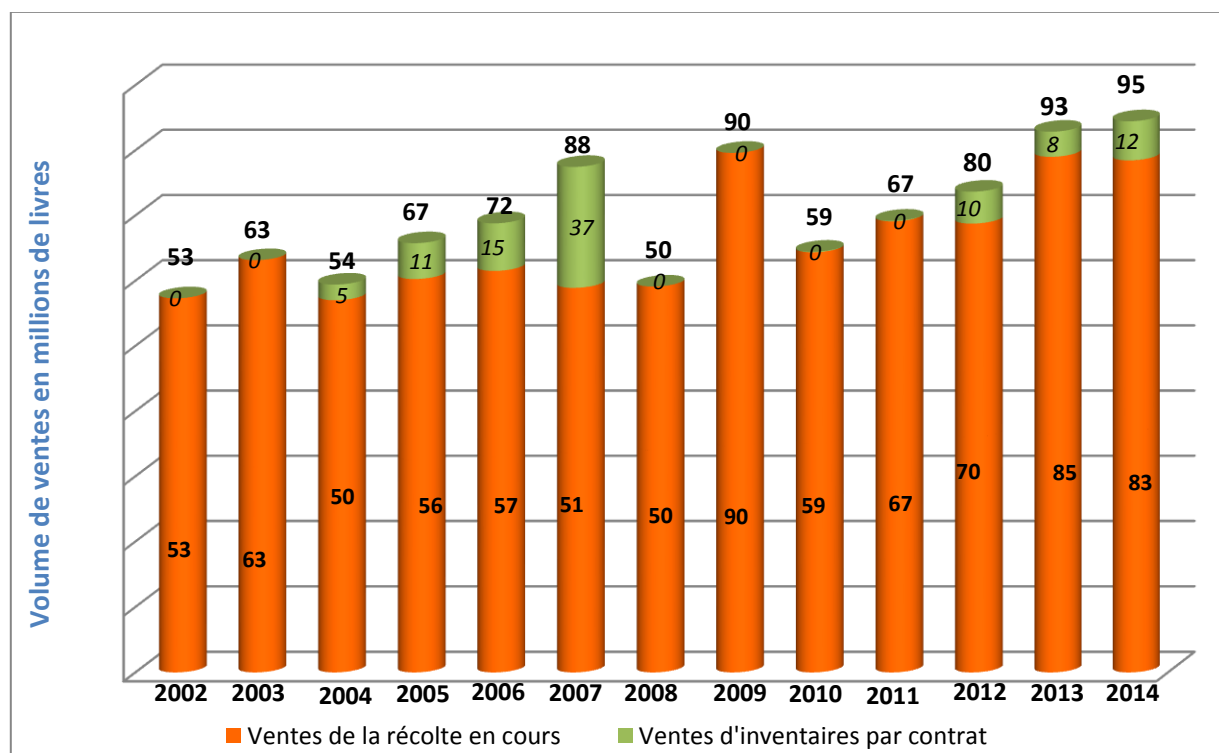
²⁷ Andrea Smardon, « Scientists : Climate Change Not Sweet For Sugar Maple », <http://www.wgbh.org/articles/Scientists-Climate-Change-Not-Sweet-For-Sugar-Maples-1186>

Toutefois, l'Agence n'intervient seulement que pour le troisième canal, les sirops vendus dans des contenants de cinq litres ou plus (barils). Effectivement, tous les sirops vendus dans le premier et le deuxième canal soit directement aux consommateurs dans des contenants de moins de cinq litres ou ceux vendus par le biais d'intermédiaires (épicerie, dépanneurs, restaurants, etc.) en contenants de moins de cinq litres ne sont pas visés par l'agence de vente de la Fédération. Dans ces deux derniers cas, les producteurs sont entièrement libres de négocier le prix qu'ils désirent de la part de l'épicier, du propriétaire de dépanneur, du restaurateur ou du consommateur.

Notons que l'agence de vente s'autofinance : elle n'est donc soutenue par aucun prélevé de la part des producteurs.

Au niveau des performances de vente du sirop, la conjoncture de développement des marchés est favorable à l'érable grâce entre autres aux investissements en recherche et promotion. D'ailleurs, les ventes de l'Agence sont en progression depuis les cinq dernières années. Un record a même été établi en 2014 avec des ventes totalisant près de 95 millions de livres, comme le démontre le tableau suivant :

VENTES DE L'AGENCE DE VENTE DE LA RÉCOLTE EN COURS ET DES INVENTAIRES PAR CONTRAT



Finalement, l'Agence s'assure d'administrer au Québec le programme de « paiements anticipés » du gouvernement fédéral. Ce programme, accessible sans frais à tous les acériculteurs, permet d'avancer à ces derniers un acompte pré production en février de chaque année et de bonifier ce montant jusqu'à 75 % de la valeur du sirop intra-contingent quelques jours après le classement de celui-ci sirop par l'agent exclusif. De ce pourcentage, 50 % proviennent du programme fédéral tandis que 25 % sont issus des fonds propres de la Fédération. Il s'agit d'un levier financier d'envergure sans équivalent au Québec qui permet aux acériculteurs d'obtenir des liquidités rapidement après leur production. Cette avance est bonifiée en décembre par un versement complémentaire qui peut atteindre 90 % de la valeur du sirop intra-contingent livré. Le paiement final est effectué au 15 mars de l'année suivante. Environ 4 500 acériculteurs participent annuellement à ce programme.

Pour les producteurs qui ne souhaitent pas participer au programme d'avance (environ 2 500 fermes), les versements se font selon les modalités prévues au Règlement de l'agence de vente, soit trois versements annuels au prorata des encaissements reçus de la part des acheteurs le mois précédent. Ces versements s'effectuent les 15 juillet, 15 novembre et 15 mars.

Le contingent acéricole

Le contingent acéricole est un volume de production annuelle attribué à chaque entreprise acéricole pour un nombre d'entailles déterminé dans un polygone géo référencé. Le producteur a le libre choix de produire annuellement une quantité supérieure au contingent attribué. Cependant, les volumes hors contingent livrés ne seront payés au producteur que lorsque l'ensemble du volume contingenté sera vendu sur le marché.

Après une consultation des producteurs et un vote unanime des représentants délégués, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec a adopté le *Règlement sur le contingentement de la production et de la mise en marché du produit visé par le Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec* en 2004.²⁸ Notons que le contingent acéricole ne s'applique pas aux ventes de contenants de moins de cinq litres faites directement à un consommateur par un producteur de produit de l'érablière qu'il exploite et qu'il a lui-même mis en contenants (premier canal de vente).

L'objectif principal du contingent est d'arrimer le niveau de production de sirop avec la demande estimée des consommateurs. Il poursuit également trois autres objectifs spécifiques soit :

1. Stabiliser le prix pour les acériculteurs, et ultimement, le prix d'achat pour les acheteurs autorisés et les consommateurs.
2. Favoriser les investissements dans le secteur acéricole.

²⁸ www.siropperablequebec.ca/download/28168.pdf

3. Maintenir en production le même nombre d'entreprises acéricoles, quelle que soit leur taille.

Comme souligné précédemment, le contingentement permet d'assurer des revenus suffisants aux érablières pour assurer leur viabilité et permettre des investissements dans les équipements, les installations et la mise en marché. Étant donné les effets de ce type de réglementation sur la spéculation, le contingent acéricole ne peut être vendu séparément du fonds de terre auquel il est attaché. En d'autres mots, aucune valeur spécifique n'est attribuée au contingent acéricole contrairement aux cinq productions canadiennes sous gestion de l'offre (lait, poulet, dindons, œufs de consommations, œufs d'incubation). Par ailleurs, on peut présumer qu'une propriété qui détient du contingent pourrait avoir une valeur marchande supérieure à une qui n'en aurait pas. Autrement, quand la Fédération estime qu'elle doit augmenter la production québécoise, elle émet **gratuitement** du contingent et le distribue en fonction des modalités du règlement qu'elle applique.

Notons que le contingent des entreprises s'ajuste automatiquement à la hausse ou à la baisse en fonction des historiques de production de chacune des fermes. L'idée est d'encourager l'innovation et l'augmentation du rendement à l'entaille en donnant **gratuitement** du contingent aux acériculteurs qui dépassent systématiquement leurs moyennes historiques. Inversement, un producteur qui n'arrive pas à produire un volume suffisant de sirop d'érable année après année verra son contingent se réduire légèrement avec le temps. Encore une fois, il ne s'agit pas de pénaliser le producteur outre mesure, mais bien de l'inciter à augmenter sa productivité d'entreprise. Dans cette situation, sa décision finale lui appartient.

Le programme de financement de la réserve

Depuis les derniers mois, la Fédération gère un tout nouveau programme : il s'agit du programme de financement de la réserve. Ce dernier permet aux producteurs d'obtenir une avance représentant 50 % des valeurs des sirops intra-contingents non payés et immobilisés dans les stocks. Ce programme servira de réel levier de financement des entreprises en leur permettant de réinvestir et d'augmenter leur productivité. Pour le moment, les sommes disponibles sont tributaires d'un crédit rotatif de cinq ans négocié avec une importante institution financière. Le remboursement des sommes empruntées se fait mensuellement au fur et à mesure des encaissements des ventes de sirops par l'Agence. Des frais d'intérêts sont donc applicables sur les montants avancés tant qu'ils ne sont pas remboursés. Une entente de principe avec l'ancien gouvernement provincial avait permis de prévoir l'application d'un programme de type « Agri-risques » afin de financer la mise en place de ce projet et de rembourser une partie des intérêts. La Fédération est toujours en attente d'une confirmation d'engagement de la part des deux niveaux de gouvernement actuels.

Des piliers et des tremplins

Au cours des deux dernières décennies, les producteurs québécois ont érigé les piliers permettant d'assurer et d'accroître la place de leader du Québec dans l'industrie acéricole.

Un regard sur les innovations tant technologiques qu'organisationnelles met en lumière le dynamisme de ce secteur au Québec.

Loin d'être dans l'immobilisme et de refuser le changement, l'acériculture québécoise a su réagir aux changements sociaux et démographiques pour introduire des moyens de production efficaces et répondre aux demandes du marché en organisant la mise en marché des produits de l'érable.

Conscients de la nécessité de toujours innover pour demeurer en tête, les acériculteurs ont les ressources financières pour réaliser leurs projets de croissance. Le système actuel rend possible la poursuite du développement tout en réduisant les risques associés aux aléas météorologiques et aux changements climatiques.

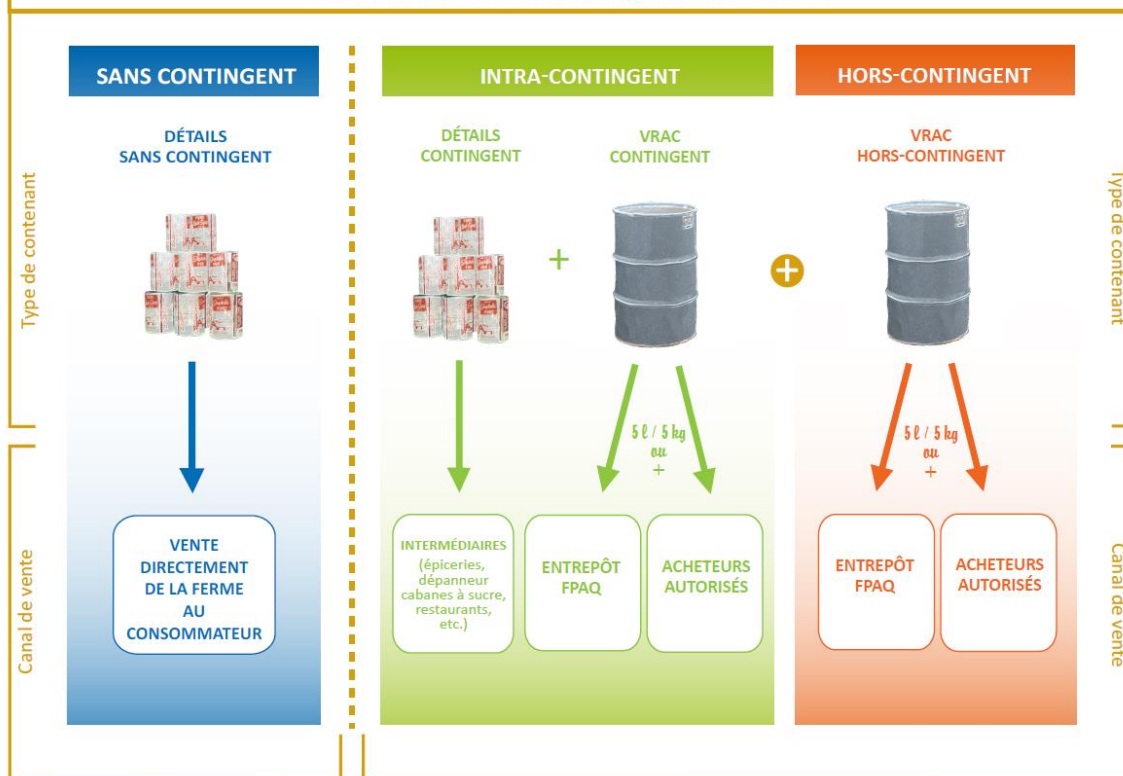
En d'autres termes, notre acériculture, forte de sa tradition d'innovation, possède les tremplins pour répondre aux défis de l'agroalimentaire du 21^e siècle et maintenir notre leadership dans le domaine de l'érable.

En résumé :

Canal de vente	1	2	3
	La vente en petits contenants (<i>moins de cinq litres</i>) directement aux consommateurs	La vente en petits contenants (<i>moins de cinq litres</i>) par l'entremise d'un intermédiaire [restaurant, dépanneur, épicerie, etc.]	La vente vrac (<i>contenants de plus de cinq litres, souvent en barils</i>)
Pourcentage approximatif du volume vendu par ce canal	10 %	5 %	85 %
Canal visé par l'agence de vente	Non	Non	Oui
Canal visé par le contingentement de la production	Non	Oui	Oui

Le schéma suivant illustre les multiples options de vente offertes aux producteurs en lien avec le contingent acéricole.

Schéma sur le contingent acéricole



GRANDIR ET PROSPÉRER AU 21^E SIÈCLE

Notre industrie a grandi et prospéré pendant les trois dernières décennies pour se hisser au rang de leader mondial de l'acériculture. Le Québec occupe le premier rang de la production acéricole et n'est plus en compétition seulement avec ses rivaux américains ou canadiens : L'acériculture québécoise doit faire sa place dans l'ensemble de l'industrie agroalimentaire mondiale.

Les recommandations de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec visent donc à distinguer les produits de l'érable du Québec, à les inscrire dans les tendances en alimentation, à répondre à une clientèle et à des normes de plus en plus exigeantes et à saisir les nouvelles opportunités d'un marché au potentiel de croissance immense.

Faire sa place dans l'industrie agroalimentaire

RECOMMANDATION 1

Assurer la pérennité des moyens nécessaires pour le développement de nouveaux produits et l'ouverture de nouveaux marchés en supportant davantage la recherche et le marketing.

ENGAGEMENT 1

Maintenir les investissements des producteurs dans la recherche et le développement de nouveaux produits, l'ouverture de nouveaux marchés étrangers et le développement du marché industriel.

Les efforts de développement de nouveaux marchés par la Fédération des producteurs acéricoles du Québec ont contribué à mieux faire connaître les produits d'érable du Québec hors des marchés traditionnels et ainsi bénéficier de la hausse de la demande. Le système mis en place par les entrepreneurs acéricoles assure que les ressources financières requises pour poursuivre les recherches sur l'érable, établir de nouveaux partenariats et repousser les frontières de nos exportations.

Hisser l'érable au niveau des produits à valeur ajoutée

Le soutien à la recherche scientifique est crucial pour mieux connaître les propriétés des produits de l'érable et ainsi les inscrire dans les tendances alimentaires. En effet, les observateurs de l'industrie estiment que les consommateurs désirent des aliments riches en éléments nutritifs ou aux caractéristiques particulières comme, par exemple, riches en antioxydants, sans gluten, sans additifs, etc.²⁹

²⁹ Monica Watrous, « Ten food trends unveiled at I.F.T 2014 », *Food Business News*, http://www.foodbusinessnews.net/articles/news_home/Consumer_Trends/2014/06/Ten_food_trends_unveiled_at_IF.aspx?ID={C8BEEAF6-9CD1-401B-9A19-972D66B243C4}&cck=1

Depuis 2005, la Fédération a investi plus de 7 millions de dollars dans plus de 50 projets de recherches afin de mieux connaître les propriétés du sirop d'érable. Elle a soutenu, entre autres, les travaux du Dr Navindra Seeram³⁰ de l'Université du Rhode Island, du Dr André Marette³¹ de l'Université Laval et de la Dre Keiko Abe³² de l'Université de Tokyo qui ont tous contribué à bâtir nos connaissances. En effet, ces chercheurs ont élucidé la composition nutritive et ont cartographié les polyphénols aux priorités antioxydantes qui distinguent le sirop des autres agents sucrants.



Un réseau international de chercheurs : Dr Navindra Seeram, Dr André Marette et Dre Keiko Abe

Ces investissements ont été rendus possibles grâce aux contributions des producteurs en vertu du plan conjoint jumelées aux subventions gouvernementales reçues et nous positionnent favorablement dans l'émergence des produits sucrants de niche à valeur ajoutée, comme constaté par les analystes de l'industrie.³³

Dans ce contexte, nos principaux concurrents ne sont pas toujours les autres producteurs acéricoles du Canada et des États-Unis, mais plutôt les nouveaux agents sucrants, comme le stévia, qui cherchent à s'imposer au sein de l'industrie agroalimentaire. Notons que ce marché de 84 milliards de dollars (2014) devrait atteindre les 111 milliards de dollars d'ici 2020 avec une croissance de plus de 4,5 % par année.³⁴

³⁰ Yuan, T.; Li, L.; Zhang, Y.; Seeram, N.P. Pasteurized and sterilized maple sap as functional beverages: Chemical composition and antioxidant activities. *Journal of Functional Foods*, 2013, 5, 1582-1590. Pericherla, K.; Shirazi, A.N.; Rao, V.K.; Tiwari, R.; DaSilva, N.; McCaffrey, K.T.; Beni, Y.A.; González-Sarrias, A.; Seeram, N.P.; Parang, K.; Kumar, A. Synthesis and antiproliferative activities of quebecol and its analogs. *Bioorganic Medicinal Chemistry Letters*, 2013, 23, 5329-5331.

³¹ P. St-Pierre, G. Pilon, V. Dumais, C. Dion, M.J. Dubois, P. Dubé, Y. Desjardins, A. Marette. Comparative analysis of maple syrup to other natural sweeteners and evaluation of their metabolic responses in healthy rats. *Journal of Functional Foods*, Vol. 11, November 2014, pp. 460-471.

³² Y. Watanabe, A. Kamei, F. Shinozaki, T. Ishijima, K. Iida, Y. Nakai, S. Arai, K. Abe. Ingested Maple Syrup Evokes a Possible Liver-Protecting Effect—Physiologic and Genomic Investigations with Rats. *Bioscience, Biotechnology, and Biochemistry*, Vol. 75, No. 12, 2011.

³³ Packaged Facts, *Sugar, Sugar Substitute, and Sweetener Trends in the U.S.*, 4th edition, 2014. LMC International. *The Global Sweetener Market to 2018: Sugar & intense sweeteners battle for market share*, 2010.

³⁴ Research and Markets, *Global Food Sweetener Market – Growth, Trends, Forecast for the Period (2015-2020)*, Août 2015.

Encourager les partenariats avec les milieux gastronomiques

Depuis quelques années, la Fédération est le fer de lance de la collaboration avec les milieux gastronomiques du Québec et de l'étranger. Ces nouveaux partenariats contribuent à découvrir de nouvelles utilisations pour le sirop et positionner le produit avantageusement dans les milieux gastronomiques.

Au Québec, l'industrie de l'érable travaille en étroite collaboration avec des chefs renommés tels que Martin Picard, Ricardo et Danny St-Pierre. Reconnus comme des innovateurs dans le domaine gastronomique, ils encouragent une nouvelle utilisation des produits de l'érable dans la cuisine québécoise. Ils ouvrent ainsi de nouveaux horizons pour des Québécois encore axés sur une utilisation « folklorique » du sirop. La Fédération soutient également des partenariats avec des chefs étrangers pour faire découvrir l'érable auprès d'une clientèle à la recherche de nouvelles expériences culinaires.



Les chefs Toru Tayasu (Sapporo, Japon) et Stephen Bernhard (Baden-Baden, Allemagne)

D'autres initiatives d'innovations gastronomiques sont à souligner dont la Commanderie de l'Érable, une organisation fondée en 2010 et qui vise le développement d'un sirop d'exception et la caractérisation des terroirs québécois.³⁵ Plus directement en lien avec la Fédération, les 100 Créatifs de l'érable comptent parmi leurs rangs les plus grands chefs cuisiniers du Québec et de l'étranger. Ceux-ci rivalisent dans un concours dont l'objectif est la création de nouveaux plats. Véritable tremplin pour la nouvelle génération, ces chefs de la relève influenceront l'utilisation des produits de l'érable en gastronomie pour les décennies à venir.³⁶

Développer le marché industriel

Le marché industriel offre des opportunités intéressantes pour les producteurs acéricoles, notamment pour le sirop industriel comportant certains défauts d'origine naturelle. Toutefois, nous observons une surproduction de sirop de type industriel par rapport au volume annuel de vente. Ceci se traduit par une accumulation de ce type de sirop dans la réserve stratégique gérée par la Fédération. Pourtant, l'érable est de plus en plus intégré à titre d'ingrédient dans

³⁵ <http://www.commanderyofmapleartisans.ca/index.php>

³⁶ <http://creatifsdelerable.ca/content/les-creatifs-de-lerable>

divers produits de pâtisserie, de boulangerie, en assaisonnement de viandes et poissons, en ingrédient de vinaigrettes à salade, etc.

Devant ce constat, la Fédération, de concert avec le Centre ACER, a mis en branle un projet de recherche afin de mieux comprendre les circonstances menant à la production de ce type de sirop. Parallèlement, l'agence de vente de la Fédération a présenté des incitatifs financiers importants pour encourager les transformateurs à intégrer davantage ces sirops à leur gamme de produits. C'est pourquoi un rabais de 28 % a été mis en place pour les acheteurs de grands volumes de produit de grade industriel. Malgré les résultats modestes de ce nouveau programme, la Fédération entend maintenir et même bonifier ce programme et poursuivre la recherche pour comprendre les facteurs expliquant les causes de cette production.

Développer de nouveaux produits

De pair avec l'approfondissement des connaissances scientifiques, le développement de nouveaux produits est un élément incontournable pour la croissance de l'industrie acéricole. Les propriétés nutritives uniques de l'érable rendent possible la mise en marché de produits se démarquant de la compétition et l'introduction de nouvelles saveurs dans des créneaux précis. Par exemple, l'entreprise Lasonde a récemment lancé une limonade sucrée à l'eau d'érable moins calorique et plusieurs PME québécoises commercialisent de l'eau d'érable en boîte en format de 1 litre, de 500 ml, de 330 ml et de 250 ml.

Ces produits offrent des opportunités pour l'érable et leur mise au point requiert des investissements pour surmonter des défis techniques. À titre d'exemple, l'eau d'érable doit être stabilisée afin de limiter le développement des bactéries et conserver ses propriétés nutritives. Ces processus industriels sont développés en collaboration entre la Fédération, le Centre ACER et les transformateurs alimentaires.³⁷ Ainsi, l'expertise de la Fédération est orientée vers des applications concrètes avec comme objectif ultime la multiplication des utilisations et des dérivés de l'érable.

Développer de nouveaux marchés

Le secteur acéricole québécois entreprend à peine son émergence dans les marchés internationaux. Les premiers efforts se sont avoués fructueux comme les statistiques sur les exportations dans la section précédente le démontrent. La valeur des exportations connaît une hausse soutenue et le Québec tend vers une diversification de ses marchés extérieurs. Selon l'expérience de la Fédération à l'étranger, il existe une curiosité et un engouement pour les produits de l'érable. Ceci laisse présager une possibilité de croissance quasi illimitée pour nos exportations si les efforts sont déployés pour ouvrir et entretenir ces marchés.

Depuis 2004, de concert avec les gouvernements et les acheteurs autorisés, les acériculteurs investissent massivement dans le développement des marchés internationaux et les produits québécois sont exportés dans 52 pays. Toutefois, les missions commerciales de la Fédération

³⁷ <http://www.centreacer.qc.ca/Dev/Default.asp>

sont orientées vers des marchés à fort potentiel comme le Japon et les États-Unis. Par exemple, les efforts de commercialisation vers le Japon ont permis l'établissement de ce produit jadis absent sur l'archipel et les ventes vers ce marché représentent aujourd'hui plus de 8 % des exportations totales.

Fort de cette expérience, la Fédération convoite maintenant de nouveaux marchés étrangers. Avec l'appui du Programme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, les producteurs acéricoles visent les marchés britanniques et indiens. Dans le premier cas, des événements spéciaux et des outils spécifiques de mise en marché (www.welovemaple.co.uk) éduquent les consommateurs étrangers sur les propriétés de l'érable et proposent plusieurs recettes inspirées des traditions culinaires locales.

Aujourd'hui, les producteurs québécois peuvent compter sur le mécanisme de mise en marché le plus dynamique et proactif au monde pour l'ouverture de nouveaux marchés et la promotion en continu des produits de l'érable. Ceci n'aurait pas été possible sans la mise en commun des ressources des entrepreneurs acéricoles. À la lumière de la croissance du marché mondial, le Québec se positionne avantageusement pour bâtir sur les acquis de la dernière décennie et envisager l'avenir avec confiance.

Une ombre importante au tableau

Malgré le succès des efforts en recherche, innovation et marketing, la conjoncture financière actuelle semble vouloir plomber les efforts des dernières années. Ainsi, la baisse récente de la valeur du dollar canadien jumelée aux restrictions budgétaires des deux paliers de gouvernement limite actuellement notre force d'investissement dans le domaine. Par conséquent, le plan « Nouvelle génération de l'érable 2020 » ne peut se mettre en œuvre complètement étant donné ce contexte.

À titre d'exemple, la Fédération est à bâtir de nouveaux projets de développement de marché en Inde et au Royaume-Uni par l'intermédiaire d'agences de communication locales. Après le Canada, les États-Unis et le Japon, il s'agissait de deux nouveaux « terrains » tout à fait prometteurs. Mais voilà, la Fédération devra faire des choix déchirants et limiter son intervention en la matière à court terme. Si le Québec souhaite entretenir son leadership en acériculture, il y aurait lieu de se questionner sur la priorité qu'occupe l'érable dans l'agenda des gouvernements en place en matière de financement de la recherche et du marketing. De son côté, avec la hausse de la production observée depuis les trois dernières années, la contribution des producteurs dans ce domaine n'a pourtant jamais été aussi importante.

Répondre aux besoins et exigences des consommateurs

RECOMMANDATION 2

Soutenir les démarches de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec pour la certification et reconnaissance internationale du sirop d'érable au sein du *Codex Alimentarius* et pour l'adaptation aux normes agroalimentaires émergentes.

ENGAGEMENT 2

Développer, de concert avec l'industrie, des initiatives de mise en marché pour relever le niveau de connaissance et de confiance des consommateurs.

Concrètement, ceci s'articule par :

- *Le développement de pastilles de goût.*
- *La mise en place d'une appellation d'origine contrôlée.*
- *La promotion de la production biologique.*
- *La création d'une certification pour la vente de produits de niche au sein d'un réseau d'épicerie fines sur une base pilote.*

Les consommateurs et les gouvernements tendent vers des exigences de plus en plus élevées afin d'assurer la sécurité alimentaire et prévenir la contamination. Plusieurs épisodes ont marqué les dernières décennies comme la crise de la vache folle³⁸, la contamination des produits de viande (Maple Leaf)³⁹, la listériose au Québec⁴⁰ et la contamination des épinards américains par la bactérie E. coli.⁴¹

Notre industrie a déjà entrepris des démarches pour répondre à ce changement de contexte et souhaite poursuivre les efforts pour que notre acériculture conserve sa réputation exemplaire en matière de salubrité et de traçabilité. De plus, les consommateurs démontrent une ouverture pour se renseigner davantage sur les produits tout en cherchant des appellations ancrées dans le terroir.

Inscription au Codex Alimentarius de la FAO et de l'Organisation mondiale de la santé

Mis en place en 1963, le *Codex Alimentarius* établit des normes alimentaires, des lignes directrices et des codes d'usage pour assurer la sécurité et la qualité des aliments et fixer des pratiques loyales dans le commerce des denrées alimentaires. En outre, le Codex s'est imposé au cours des années dans les négociations commerciales internationales de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), un aspect qui prend une importance renouvelée à la lumière de l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne et des négociations du Partenariat Trans-Pacifique.

La Fédération souhaite faire inscrire le sirop d'érable au *Codex Alimentarius* et plus spécifiquement au sein des normes relatives aux produits qui définissent le champ d'application des normes et la nature du produit dans 99 pays.

Comme l'indique la définition de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (communément appelée la FAO), la description d'un produit : « inclut une

³⁸ <http://www.lapresse.ca/actualites/sante/201502/13/01-4843876-un-cas-de-vache-folle-detecte-au-canada.php>

³⁹ <http://www.cbc.ca/news/listeriosis-outbreak-timeline-1.694467>

⁴⁰ <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/agro-alimentaire/201009/22/01-4320711-crise-de-la-listeriose-deux-ans-avant-daccoucher-dun-rapport.php>

⁴¹ <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/National/2006/09/17/001-avis-e-pinards-sac.shtml>

définition du produit avec une indication [...] des matières premières dont il est dérivé. »⁴² En outre, le Codex fixe des normes en matière d'étiquetage visant à « garantir que le consommateur ne puisse être trompé ou induit en erreur sur le produit. »⁴³

Alors que le marché du sirop d'érable est en pleine expansion et que les acheteurs autorisés investissent en promotion spécifique sur ces marchés, il serait judicieux de fixer les caractéristiques du sirop d'érable afin de garantir un produit authentique aux consommateurs étrangers et assurer la rentabilité des investissements dans le développement des marchés internationaux. Les recherches de la Fédération révèlent en effet que les dernières discussions sur l'inclusion du sirop d'érable remontent aux années 70 alors que le Canada n'exportait que 10 millions de livres et ce, principalement vers les États-Unis.⁴⁴

Avec le soutien des gouvernements du Québec et du Canada, la Fédération désire ainsi entreprendre les démarches d'inscription au *Codex Alimentarius* afin de protéger les consommateurs contre les succédanés faussement étiquetés « sirop d'érable ».

S'adapter aux nouvelles normes internationales

Les gouvernements élaborent et mettent en place des normes afin d'assurer la santé et la sécurité des consommateurs, essentiellement en grande partie en réaction aux scandales alimentaires des dernières années. Toutefois, les consommateurs exigent aussi des actions afin d'être mieux informés et de connaître davantage la composition des produits alimentaires.

Deux exemples témoignent de cette tendance. Aux États-Unis, en 2011, le gouvernement adoptait le FDA *Food Safety Modernization Act* (FSMA), la plus importante réforme dans le secteur alimentaire des 70 dernières années. Cette loi vise la sécurité alimentaire en se focalisant sur la prévention plutôt qu'en agissant en réaction aux contaminations.⁴⁵ À l'échelle internationale, la norme ISO 22000 sur la gestion de la sécurité des denrées alimentaires introduisait en 2008 des principes devant protéger les consommateurs.⁴⁶

D'autres changements sont à prévoir. Ainsi, la Californie a entrepris la révision du *Safe Drinking Water and Toxic Enforcement Act* et devrait modifier plusieurs aspects de la réglementation entourant la présence naturelle de certaines substances dans les produits alimentaires et l'obligation de la signaler.⁴⁷

⁴² FAO et OMS, *Comprendre le Codex Alimentarius*, 3^e édition, 2006, p. 22.

⁴³ FAO et OMS, *Comprendre le Codex Alimentarius*, 3^e édition, 2006, p. 22.

⁴⁴ FAO et OMS, *Report of the Codex Committee on Sugars*, Sixth Session, London, 19-22 March, 1974.

⁴⁵ FDA, *FDS Food Safety Modernization Act (FSMA)*, <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FSMA/>

⁴⁶ ISO, *Management de la sécurité des denrées alimentaires*,
<http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/management-standards/iso22000.htm>

⁴⁷ Dennis E. Raglin, « Proposition 65's Naturally Occurring Exemption », *Food Safety Magazine*, Août/Septembre 2015.

De son côté, La Commission européenne a entamé une réflexion de fond sur l'avenir de sa politique de sécurité alimentaire de nutrition afin d'assurer l'accès à des produits sécuritaires « de la ferme à la fourchette. »⁴⁸

D'autre part, les perceptions des consommateurs sont en constante évolution. Comme l'indique un rapport de la firme *Transparency Market Research*, les consommateurs sont de plus en plus conscients de leur nutrition et recherchent des certifications permettant de faire des choix éclairés. Selon cette même étude, le marché agroalimentaire verra une multiplication des certifications en réponse à ces nouveaux comportements, car ces produits sont perçus comme plus sécuritaires et meilleurs pour la santé.⁴⁹

Afin de répondre à ces changements dans le marché, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec recommande de soutenir les démarches de certifications des produits de l'érable. En appuyant la Fédération, le Québec pourra s'assurer que les produits de l'érable pourront être exportés et vendus dans les divers marchés où ces nouvelles normes seront mises en place. Enfin, cette recommandation est indissociable de l'inscription au *Codex Alimentarius* en raison de sa portée et de son influence sur les diverses réglementations régionales ou nationales.

Pour sa part, la Fédération s'engage à mieux favoriser la protection des consommateurs en matière d'allergènes et de présence de plomb en outillant les producteurs et poursuivant le transfert technologique vers les érablières.

Des pastilles de goûts pour le sirop d'érable

Bien que le Québec possède une longue histoire de production acéricole, la connaissance des nuances et des subtilités de saveurs commence à peine à se développer au sein de la population. Alors que les Québécois ont développé leur appréciation de plusieurs produits tels que le vin, la Fédération croit que des efforts similaires doivent être déployés afin de faire connaître les différences entre les sirops et les terroirs.



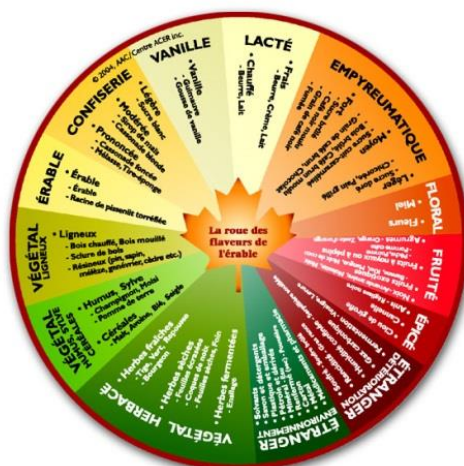
Les pastilles de goût de la SAQ : une inspiration pour les produits de l'érable

⁴⁸ Food Chain Evaluation Consortium, *Delivering on EU food safety and nutrition in 2050 – Scenarios of future change and policy response*, 2013.

⁴⁹ Transparency Market Research, *Food Certification Market – Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, and Forecast 2015-2021*, Septembre 2015.

Les pastilles de goût élaborées par la Société des alcools du Québec (SAQ) ont permis une sensibilisation de la clientèle et ont été une porte d'entrée à une meilleure connaissance chez les consommateurs néophytes. Cette soif d'apprendre sur les différents cépages est manifeste lorsque l'on considère la quantité de guides des vins publiés au Québec chaque année.⁵⁰ Ainsi, les Québécois ont acquis une plus grande maturité et des comportements différents dans leurs achats.

La Fédération entend s'inspirer de la stratégie de la SAQ et développer des pastilles de goûts pour initier les consommateurs québécois aux différences entre les couleurs et les goûts des sirops. Ces pastilles seraient dérivées de la roue des saveurs du Centre ACER, développée en partenariat avec Agriculture et Agroalimentaire Canada.⁵¹ Cela constitue la première étape visant à pallier le manque de connaissances envers un produit emblématique de notre terroir. À terme, cela permettra aux producteurs d'élaborer et de mettre sur le marché des produits de niche pour un marché de plus en plus exigeant.



Roue des saveurs du sirop d'érable, issue d'une collaboration entre le Centre ACER et Agriculture et Agroalimentaire Canada

Améliorer la traçabilité par une appellation d'origine contrôlée

La traçabilité des aliments s'inscrit dans les tendances agroalimentaires et les préoccupations réglementaires des pays industrialisés tels que le Canada et les États-Unis. Pour les consommateurs et les gouvernements, la capacité de suivre les aliments du site de production jusqu'aux tablettes est synonyme de protection du public et s'inscrit dans les stratégies de salubrités alimentaires.

⁵⁰ Une recherche sommaire sur les sites Archambault.ca et Renaud-Bray.com donne environ une quinzaine de titres de guide des vins publiés annuellement.

⁵¹ Centre ACER, *La détection des arômes du sirop d'érable*, octobre 2009, www.centreacer.qc.ca/uploaded/Publications/183_Fr.pdf

Ces changements ont provoqué un réalignement de l'industrie agroalimentaire qui met un accent inédit sur la prévention de la contamination.⁵²

Au Canada, le secteur acéricole a amorcé les démarches pour introduire des mécanismes efficaces de traçabilité. Le classement et l'inspection systématique des quelque 225 000 barils de sirop d'érable réalisés annuellement permettent une traçabilité complète de la production à partir du producteur jusqu'à l'usine de l'acheteur autorisé. Des étiquettes de type « code à barres » sont apposées sur chaque baril permettant en tout temps de connaître l'origine et le grade du produit.

En 2011, le gouvernement fédéral annonçait un investissement de plus de 110 000 dollars à la Fédération pour examiner la faisabilité d'utilisation de puces d'identification par radiofréquence. Cette technologie, jumelée avec l'inspection systématique des barils de sirop, laisse présager une capacité de suivre les produits, de l'entaille jusqu'aux tablettes, encore supérieure à ce qui se fait actuellement.

En plus de bonifier le dispositif améliorant la sécurité alimentaire, la traçabilité et l'identification du lieu d'origine des produits s'est imposé dans le secteur agroalimentaire. Comme l'indique une étude réalisée par la Rabobank, l'accent mis sur l'approvisionnement local gagne du terrain chez les consommateurs soucieux de réduire l'impact environnemental et de soutenir les producteurs locaux.⁵³

En collaboration avec des joueurs de l'industrie comme la Commanderie de l'érable, la Fédération propose de mettre en place un système d'appellation contrôlée (AOC) qui aiderait les consommateurs à mieux connaître le lieu de production, distinguer les différents terroirs, encourager la production locale, et de surcroît renforcer et garantir une traçabilité accrue.

Encourager la production biologique

Jadis une préoccupation marginale des consommateurs et des marchés d'alimentation, les produits biologiques se sont imposés dans les choix alimentaires. Les étiquettes et les certifications biologiques sont omniprésentes sur une vaste gamme de produits tels que le café, les fruits, les légumes, etc. Les certifications biologiques rejoignent le désir d'encourager une agriculture respectueuse de l'environnement et de limiter l'utilisation de produits chimiques. Concrètement, ceci s'est traduit par une croissance spectaculaire du marché des aliments biologiques. Aux États-Unis, une étude prévoit un taux de croissance annuel de 14 % entre 2014 et 2018 du marché américain des aliments biologiques.⁵⁴

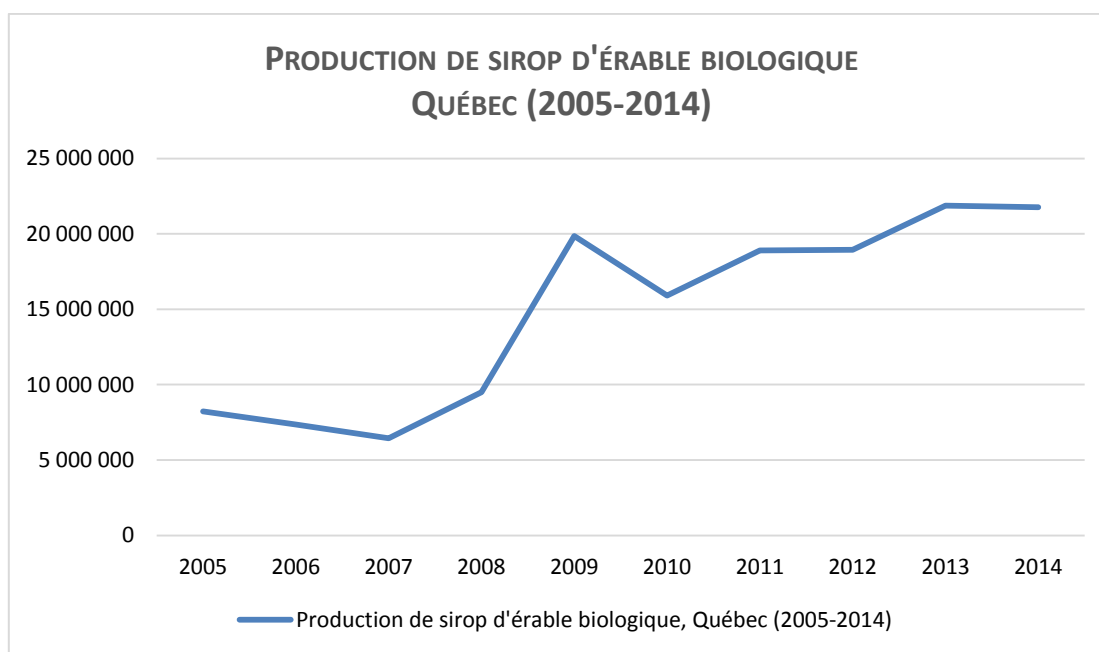
⁵² Angela Fernandez, « Traceability Update : Regulatory and Cultural Trends Shift from Response to Prevention », *Food Safety Magazine*, Février/Mars 2015.

⁵³ Rabobank, *Local Food Movement Gains Momentum, Increases Competition for Established Producers*, 14 février 2013, <http://www.marketwired.com/press-release/Local-Food-Movement-Gains-Momentum-Increases-Competition-for-Established-Producers-1757092.htm>

⁵⁴ Adam Omkara, « U.S. Organic food trend forecasted for growth through 2018 », *Washington Post*, 31 décembre 2014, <http://www.washingtontimes.com/news/2014/dec/31/us-organic-food-trend-forecasted-growth-through-20/>

Bien que les données canadiennes datent de quelques années, ces dernières font état d'une croissance annuelle de 20 % et que la production intérieure ne suffit pas à répondre à la demande.⁵⁵

Depuis 2005, la production québécoise de sirop biologique connaît une croissance impressionnante alors que cette dernière semble avoir atteint un plateau au cours des dernières années. D'ailleurs, le nombre d'entreprises acéricoles certifiées « biologique » a traversé un certain déclin après avoir atteint un sommet en 2010 (420) et pour s'établir à 359 en 2014. Cependant, pour 2016, 80 entreprises sont en attente de recevoir leur certificat de producteur biologique, ce qui démontre la forte demande actuelle. Le nombre d'entailles totales certifiées au Québec est stable se situant à plus ou moins sept millions depuis 2009.⁵⁶



Source : Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014

D'ailleurs, le marché des produits biologiques connaît une croissance soutenue et cette tendance est également observable en acériculture. La Fédération vise une augmentation annuelle de la production biologique afin de profiter des opportunités offertes par un marché de 81 milliards de dollars américains (2012).⁵⁷ Elle s'engage à encourager la production biologique auprès des entreprises acéricoles québécoises en soulignant les tendances favorables pour ces produits et les débouchés qui continueront à s'ouvrir au cours des prochaines années.

⁵⁵ Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Tendances canadiennes et mondiales du marché des aliments de santé et de mieux-être*, octobre 2011, pp. 13-14.

⁵⁶ Fédération des producteurs acéricoles du Québec, *Dossier économique et Statistiques agricoles*, 2014.

⁵⁷ Stephen Daniells, *US organic food market to grow 14 % from 2013-18*, <http://www.foodnavigator-usa.com/Markets/US-organic-food-market-to-grow-14-from-2013-18>

Certification pour un réseau de vente de produits de niche

Les paragraphes précédents ont mis en relief l'émergence de consommateurs de plus en plus informés et désireux de découvrir des produits locaux et diversifiés. Certains producteurs souhaitent répondre à cette demande grandissante avec le développement de sirops et de produits de l'érable de niche. C'est d'ailleurs l'un des facteurs derrière la création de la Commanderie de l'érable, une organisation fondée en 2010 dont la mission est le développement d'un sirop d'exception et la caractérisation des terroirs québécois.

Des exemples intéressants de développement de sirops spécifiques ont été observés depuis les dernières années. Notons le sirop « Single press » de L.B. Maple Treat, le sirop « Triple filtration » de l'entreprise « Desève » ou encore le sirop « Remonte-pente » vendu par le biais de la Société Original. L'originalité de ces produits est à souligner d'autant plus que le coût de ceux-ci est élevé. Alors que le prix du sirop d'érable en boîte de conserve traditionnelle de 540 ml est en moyenne autour de 8 \$ l'unité au Québec, ces produits se vendent souvent trois fois plus cher pour la même quantité.

Sirop « Single press » de
L.B. Maple Treat



Sirop « Triple filtration » de
la compagnie Desève



Sirop « Remonte-pente » vendu
par la Société Original



Dans la foulée, environ 500 entreprises acéricoles déclarent vendre leurs produits en petits contenants à des intermédiaires de type épiceries, restaurants et dépanneurs. Ce canal de vente représente annuellement plus de 4 millions de livres (soit l'équivalent de 38 000 boîtes de conserve de 540 ml). Certaines de ces entreprises sont également certifiées « Siropo », une certification issue de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec qui garantit la qualité du produit par le respect d'un cahier des charges et d'une inspection systématique des lots de sirops produits par un tiers neutre. Cette certification permet au consommateur d'identifier les sirops qui se démarquent en termes de traçabilité et de qualité, ce qui en fait des sirops de niche. Il est à noter que la vente de ces produits de niches est tout à fait possible dans la réglementation actuellement en place et ne nécessite aucun changement à cet effet.

Malgré ce constat, il semble y avoir une adéquation entre l'offre de ces entreprises et le besoin du consommateur en produits de niche diversifiés. Nous en concluons qu'il faut mieux jumeler ces deux maillons afin de développer davantage l'offre de sirops de niche aux consommateurs désireux d'en obtenir.

La Fédération des producteurs acéricoles du Québec désire assumer son rôle de leader et explorer davantage ce marché en mettant de l'avant un projet pilote. Concrètement, cette initiative permettrait à tous les producteurs, dont le sirop répondrait à des critères élaborés conjointement avec la Commanderie, de rejoindre les consommateurs à travers un réseau d'épicerie dites « fines » et approuvées pour ce projet. Parmi les critères de sélection des sites de ventes, nous pouvons déjà penser aux commerces permanents installés dans les marchés publics (Marché Jean-Talon et Marché Atwater à Montréal, Marché du Vieux-Port de Québec et Marché public de Sainte-Foy dans la région de la Capitale-Nationale, le Marché de la Gare de Sherbrooke, Marché Locavore de Racine, etc.) ou selon la taille du commerce par exemple.

Ceci constituerait une ouverture sans précédent. Nous croyons que cette initiative pourrait servir de moteur d'innovation dans une niche très précise, car cela encouragerait l'investissement et la valorisation de notre expertise acéricole.

La Fédération s'engage donc à créer une certification pour la vente de produits de niche au sein d'un réseau d'épicerie fines sur une base pilote, et ce, conjointement avec d'autres partenaires comme la Commanderie de l'érable.

S'adapter aux nouvelles réalités des producteurs

RECOMMANDATION 3

De concert avec le MAPAQ, rendre les producteurs acéricoles admissibles au programme Agri-Risques d'Agriculture et agroalimentaire Canada dans le cadre du financement de la Réserve stratégique.

ENGAGEMENT 3

Revamper et bonifier le plan de communication corporative de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec et mieux diffuser l'information spécifiquement vers les entreprises de petite taille.

RECOMMANDATION 4

Améliorer les communications entre les conseillers acéricoles supportés par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et la Fédération des producteurs acéricoles du Québec afin d'uniformiser les informations dans toutes les régions.

ENGAGEMENT 4

Faire la promotion des ressources-conseils supportées par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec auprès des membres de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec avec une emphase sur la relève et les nouvelles érablières.

Dans un souci d'amélioration continue de ses processus, la Fédération mène annuellement un sondage sur la satisfaction auprès de ses membres. Les données recueillies servent à orienter les actions et les efforts afin répondre aux demandes des membres et valider les démarches en cours. Depuis trois ans, le taux de satisfaction à propos du travail de la Fédération atteint 75 %. Toutefois, 25 % des membres désirent des améliorations. Parmi les insatisfaits, les sondages annuels démontrent que les petites entreprises sont surreprésentées.

Forte de ce constat, la Fédération met de l'avant des recommandations et engagements qui visent à rejoindre les plus petits producteurs et faciliter les communications entre tous les intervenants liés à la production acéricole.

Pallier les délais de paiement

Les délais de paiement figurent parmi les causes d'insatisfaction des producteurs. Selon le système actuel, les entreprises touchent leurs revenus seulement lorsque l'Agence vend le sirop à un acheteur autorisé. Si lors des années de faible volume le délai de paiement ne constitue pas un enjeu, ceci peut devenir problématique après plusieurs années de forte production, car les stocks s'accumulent dans la réserve stratégique.

La Fédération a tenu à assumer son leadership et a pris l'initiative de négocier une marge de type « crédit rotatif » auprès d'une institution financière pour pallier les délais de paiement. Par sa taille, son nombre de membres et les perspectives favorables du marché du sirop, la Fédération a pu obtenir un taux d'intérêt avantageux. Toutefois, les frais de démarrage, comme les paiements d'intérêt applicables, sont actuellement facturés aux acériculteurs, ce qui détourne des sommes qui pourraient être avantageusement destinées aux efforts de promotion et de développement de nouveaux marchés.

Pour ces raisons, la Fédération recommande au MAPAQ de travailler de concert avec elle afin de rendre les producteurs acéricoles admissibles au programme Agri-Risques d'Agriculture et Agroalimentaire Canada dans le cadre du financement de la Réserve stratégique. Ceci viendrait avantageusement compléter les aides fournies par les programmes Agri-Québec et Agri-investissement.⁵⁸

Ce programme serait complémentaire au « crédit rotatif » de la Fédération en rendant les sommes accessibles pour les producteurs dont le sirop demeure entreposé dans la réserve stratégique au-delà d'une période déterminée. En raison de la croissance du marché mondial, le risque financier pour l'industrie s'avère particulièrement faible, mais l'impact sur les plus petites érablières serait fort positif.

⁵⁸ Pour plus d'information sur ces programmes, voir : http://www.fadq.qc.ca/assurances_et_protection_du_revenu/agri_investissement_et_agri_quebec/programmes.html.

Améliorer les communications entre la Fédération des producteurs acéricoles du Québec et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Depuis plusieurs années, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec peut compter sur l'expertise et les connaissances de conseillers en acériculture au sein de ses employés, auxquelles s'ajoutent celle des conseillers privés qu'il subventionne par le biais d'Agri-Réseau. Présents dans toutes les régions du Québec, ces experts proposent les informations nécessaires à la gestion efficiente et l'exploitation optimale année après année. Pour la Fédération, ce sont des partenaires essentiels pour maintenir la place de leader qu'occupe le Québec.

Les membres rapportent cependant certaines différences entre les informations transmises selon les régions. La Fédération observe une certaine confusion auprès de ses membres relativement à des informations parfois contradictoires ou différentes.

Nous croyons qu'une meilleure collaboration entre la Fédération et le MAPAQ permettrait d'uniformiser l'information transmise et réduirait grandement la confusion chez les producteurs. De plus, la Fédération pourrait mettre à profit ses canaux de communication afin de s'assurer toutes les régions soient au diapason.

La Fédération recommande donc la tenue de rencontres annuelles entre ses responsables et les experts-conseils du MAPAQ afin de s'assurer que l'information soit la même entre les régions et lui permettre de répondre adéquatement aux questions de ses membres. Ses rencontres, potentiellement tenues via visioconférence, serviraient également à bien préparer chaque saison de production.

Mieux rejoindre les petits et les nouveaux producteurs

La Fédération est consciente qu'elle doit déployer des efforts afin de mieux rejoindre les petits et les nouveaux producteurs. C'est pourquoi, parallèlement à ces recommandations, la Fédération s'engage à faire la promotion des ressources-conseils disponibles auprès des producteurs avec une emphase sur les nouvelles érablières et les jeunes entrepreneurs. Ces derniers pourront ainsi bénéficier du soutien d'experts afin d'accélérer la croissance de leur entreprise et rapidement rentabiliser leurs investissements.

Dans un deuxième temps, la Fédération s'engage à revoir tant le contenu que le mode de diffusion du plan de communication corporative afin d'informer adéquatement ces producteurs. Comme évoqué précédemment, l'acériculture connaîtra un virage jeunesse au cours des prochaines années en raison de l'âge des producteurs actuels et des opportunités d'un marché en croissance. Le contenu du plan de communication devra donc faire une large place à la réalité que vivent les petites et jeunes entreprises. De plus, les médias sociaux et une plus grande utilisation d'Internet s'avèreront cruciaux pour rejoindre cette nouvelle génération d'acériculteurs.

Répondre aux changements climatiques

RECOMMANDATION 5

Rendre les entreprises acéricoles davantage admissibles au Fonds vert pour la modernisation des équipements et le passage à des énergies moins polluantes.

ENGAGEMENT 5

Lancer un programme de sensibilisation auprès des membres pour les encourager à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre.

Le sirop d'érable détient une image de produit alimentaire pur et naturel. Cependant, la production de l'or blond nécessite l'utilisation de carburant fossile chez certaines entreprises. Alors que le marché mondial connaît une croissance soutenue, la production québécoise sera appelée, elle aussi, à augmenter au cours des prochaines années pour répondre à la demande.

Depuis environ une décennie, le Québec multiplie les efforts afin de réduire ses émissions de gaz à effet de serre et s'impose comme leader nord-américain en la matière. La mise en place du système québécois de plafonnement et d'échange de droits d'émission de gaz à effet de serre (GES) (marché du carbone), les mesures pour l'électrification des transports, la protection du Nord québécois témoignent de cette détermination à agir positivement dans la lutte aux changements climatiques. En outre, le gouvernement entame ces jours-ci les consultations afin de réduire les émissions de GES de 37,5 % d'ici 2030.⁵⁹

Le secteur agricole et plus spécifiquement acéricole devra contribuer afin d'atteindre cet objectif ambitieux. Des technologies sont déjà disponibles pour réduire la dépendance des érablières aux sources d'énergie fossiles comme les évaporateurs aux granules ou à l'électricité. De plus, l'utilisation accrue des appareils à osmose inverse minimise la quantité de carburant nécessaire à la production.

Afin de mobiliser et favoriser la participation des érablières aux efforts de lutte contre les changements climatiques, la Fédération recommande de rendre les entreprises acéricoles davantage admissibles à un appui financier spécifique du Fonds vert pour la modernisation des équipements et l'introduction de moyens de production moins polluants. Créé en 2006, le Fonds vert utilise les redevances perçues pour appuyer financièrement les initiatives du type proposé par la Fédération.⁶⁰ En outre, ceci pourrait s'inscrire également dans les efforts pour une plus grande utilisation de la biomasse forestière comme le cas de l'Érablière du Reeke Brook dans région du Bas-Saint-Laurent.⁶¹ Certes, il existe actuellement des aides en ce sens qui sont versées à des acériculteurs dans le cadre de volets plus larges, mais l'image de l'érable

⁵⁹ MDDELCC, *Le gouvernement propose une cible québécoise de réduction des émissions de GES de l'ordre de 37,5 % pour 2030*, 17 septembre 2015.

⁶⁰ <http://www.mddelcc.gouv.qc.ca/ministere/fonds-vert/>

⁶¹ MERN, *Efficacité énergétique – Plus de 50 000 \$ pour l'installation d'un évaporateur à la biomasse forestière résiduelle dans une érablière du Bas-Saint-Laurent*, 7 juillet 2014.

étant en jeu, il appert qu'un programme spécifique aurait avantage à accélérer les investissements et les remplacements d'appareils plus énergivores.

Nous estimons que cette mesure aura des répercussions hors des sites de production. D'une part, le Québec accueille les principaux fabricants d'équipements de production. En agissant sur la demande pour des évaporateurs moins énergivores (entre autres), ces entreprises investiront en recherche et développement et, à terme, introduiront sur le marché de nouveaux équipements qui auront un effet positif sur l'ensemble du secteur acéricole nord-américain. D'autre part, une production plus verte pourra faire partie des activités de promotion et rehausser la réputation internationale de notre sirop d'érable. Nous croyons que cette mesure sera porteuse et s'intégrera de façon cohérente aux autres recommandations notamment la mise en place d'appellation d'origine contrôlée favorisant les produits locaux, l'encouragement à la production de sirop biologique et l'accent mis sur les jeunes entrepreneurs de l'érable.

De son côté, la Fédération s'engage à lancer un programme de sensibilisation auprès de ses membres sur l'impact des activités de production du sirop sur le réchauffement climatique et les moyens pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Cette campagne visera à pallier le manque de connaissances à ce sujet et favoriser des choix éclairés lors du choix d'équipements et de sources d'énergie dans les érablières.

Développer et protéger notre potentiel pour répondre au marché

RECOMMANDATION 6

Mener une vaste mise à jour de notre potentiel acéricole et protéger les zones au potentiel jugé prioritaire aux fins de développement par la mise en place d'approches sylvicoles adaptées à l'acériculture.

Le Québec détient encore la place de leader acéricole mondial grâce à une exploitation efficace et efficiente de ses ressources. Toutefois, nos connaissances sur le potentiel inexploité ne sont plus à jour et le Québec ne possède pas de stratégie claire afin de développer et protéger ces zones à fort potentiel.

Par le passé, le ministère des Ressources naturelles (aujourd'hui MFFP) a procédé à des inventaires pour connaître l'état de la situation, mais cet exercice n'a pas été répété récemment.⁶² Selon la Fédération, un vaste inventaire permettrait non seulement d'obtenir des données récentes sur notre potentiel acéricole, mais également une cartographie pour déterminer et délimiter des zones prioritaires pour augmenter la production. Le Québec a entrepris plusieurs démarches locales ou régionales, mais dans l'immédiat, il est impossible de chiffrer l'avenir, car le portrait demeure assez fragmentaire.

⁶² Par exemple, l'étude du potentiel acéricole de l'Outaouais date de 2002. Institut québécois d'aménagement de la forêt feuillue pour le compte du ministère des Ressources naturelles, *Évaluation du potentiel acéricole pour l'Outaouais*, Juin 2002.

Les autres provinces et les États-Unis ont récemment procédé à de vastes inventaires du potentiel acéricole de leurs territoires respectifs. Par exemple, le chercheur Michael Farrell de l'Université Cornell a réalisé une importante étude sur un territoire qui s'étend sur quatre états (Vermont, New Hampshire, Maine et New York)⁶³. Il en ressort donc que le Québec n'est plus seul à souhaiter mieux connaître son potentiel acéricole et augmenter le nombre d'entailles dans un avenir rapproché.

Cette recommandation s'appuie sur deux constats. D'abord, le sirop d'érable se classe parmi les plus importantes exportations bioalimentaires du Québec. La réalisation d'un tel inventaire permettrait de connaître plus précisément le potentiel inexploité pour accroître les exportations. Dans un deuxième temps, nous serons en mesure de protéger et d'aménager des territoires pour le développement futur.

Considérant que le baril de sirop d'érable (1 500 \$ US) a plus de valeur que celui de pétrole (50 \$ US), le Québec a tout intérêt à protéger cette ressource et planifier un développement de sa production avec les travaux de sylviculture appropriés.⁶⁴

Ancrer notre leadership par la reconnaissance de notre tradition acéricole

ENGAGEMENT 6

La Fédération des producteurs acéricoles du Québec supportera les démarches afin d'inscrire les pratiques acéricoles au patrimoine culturel immatériel québécois.

Le sirop d'érable coule dans les veines des Québécois depuis toujours. Une pratique aux racines autochtones, les premiers colons ont rapidement appris des Premières nations et ont expérimenté diverses techniques pour la collecte de l'eau d'érable et la préparation du sirop. Cette tradition ancestrale doit être reconnue tant par le gouvernement du Québec que par les institutions internationales.

Le patrimoine immatériel est constitué d'éléments qui peuvent se transmettre d'une personne à l'autre ou d'un groupe à l'autre. Ce sont les savoir-faire, les connaissances, les expressions et les pratiques, les expressions, etc. Étant transmis par des porteurs de traditions, de générations en générations tout en étant adapté à leur temps, ce patrimoine est qualifié de **vivant**.

Au Québec, la protection du patrimoine immatériel est encadrée par la *Loi sur le patrimoine culturel* et sous la responsabilité de la ministre de la Culture et des Communications. Cette loi permet d'attribuer des statuts légaux particuliers aux éléments de la culture dont la connaissance, la sauvegarde, la transmission ou la mise en valeur présente un intérêt.⁶⁵

⁶³ Michael Farrell, *Survey of the Northern Forest Landowners Regarding the Potential to Expand Maple Syrup Production*, Février 2011,

⁶⁴ Nicolas Van Praet, « A look inside Quebec's Fort Knox of maple syrup », *The Globe and Mail*, 31 janvier 2014.

⁶⁵ Ministère de la Culture et des Communications, Orientations pour la désignation d'éléments du patrimoine immatériel, <https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=5310> et *Loi sur le patrimoine culturel*, http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_9_002/P9_002.html

Les orientations prévoient que 1) les éléments relatifs au Québec et qui forment une des composantes de son identité culturelle, 2) les éléments qui sont présents et transmis au Québec depuis plus de 50 ans et 3) les éléments proposés avec l'accord ou la participation la plus large possible des communautés ou des groupes concernés, c'est-à-dire ceux qui les créent, les entretiennent et les transmettent seront privilégiés.

À ce jour, deux pratiques ont été inscrites au patrimoine immatériel du Québec. Nous croyons que les traditions acéricoles répondent aux critères du ministère de la Culture et des Communications (MCC) et méritent de figurer parmi cette liste.

Patrimoine immatériel du Québec	
Pratique du katajjaq (chant de gorge) des Inuits du Nunavik	24 janvier 2014
Pratique du canot à glace sur le fleuve Saint-Laurent	6 février 2014

Selon la Fédération, l'affirmation de notre leadership acéricole, déjà manifeste par nos parts de marché, doit s'accompagner par une reconnaissance de ses racines et des bâtisseurs qui nous ont menés à cette position enviable. L'inscription et la sauvegarde des éléments acéricoles au patrimoine culturel immatériel du Québec comporteraient de nombreux avantages et permettraient, entre autres :

- d'assurer leur inscription au Registre du patrimoine culturel et leur diffusion dans le Répertoire du patrimoine culturel du Québec;
- de sensibiliser la population à l'importance de ces éléments du patrimoine immatériel;
- de donner un motif de fierté tant à la population générale qu'aux porteurs de cette tradition ancestrale;
- de créer un levier de développement culturel et touristique en encourageant l'élaboration d'activités d'interprétation par exemple;
- de distinguer la production québécoise des autres lieux producteurs de sirop d'érable;
- et contribuer à l'ouverture de nouveaux marchés en positionnant le sirop d'érable comme un produit d'exception dont les traditions sont reconnues et comparable à d'autres aliments dont la réputation internationale n'est plus à faire : vins de la région de Champagne, bœuf de Kobe, fleur de sel de Camargue, etc.

La Fédération des producteurs acéricoles du Québec s'engage donc à soutenir les démarches auprès du MCC afin d'inclure la pratique de la collecte de l'eau et la fabrication du sirop d'érable à cette liste.

Dynamiser nos outils de mise en marché pour répondre aux défis de demain

RECOMMANDATION 7

Outiller adéquatement la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec afin de lui permettre d'émettre rapidement du contingent (500 000 entailles) pour le printemps 2016 et, à terme, permettre à la Fédération des producteurs acéricoles du Québec d'émettre elle-même du contingent en fonction d'indicateurs de marché (2 millions d'entailles pour la récolte 2017).

Le plan conjoint actuel est l'outil fondamental qui a permis la croissance spectaculaire du secteur acéricole québécois. Adopté par 84 % des producteurs lors d'un référendum supervisé par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) tenu en 1989, il a permis la mise en place des cinq piliers assurant une production de qualité, des prix stables pour les producteurs et les consommateurs et des ressources financières pour le développement des connaissances et des nouveaux marchés. Pour rappel, ces cinq piliers sont :

1. La convention de mise en marché (1998)
2. La réserve stratégique mondiale de sirop (2000)
3. L'agence de vente de la Fédération jumelée au paiement anticipé du Fédéral (2002)
4. Le contingent de production (2003)
5. Le financement de la réserve stratégique (2015)

Comme le démontre la chronologie ci-dessus, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec favorise une approche proactive et flexible pour assurer la vitalité et la croissance de ce secteur agricole important pour le Québec. En d'autres termes, elle innove constamment en ajustant ces divers outils afin de rester dynamique et compétitive dans un marché bioalimentaire en constante et rapide transformation.

Toutefois, notre capacité d'adaptation repose sur des changements règlementaires issus des décisions et homologations de la Régie. La Fédération constate que, depuis quelques années, les délais de traitement à la Régie ne sont pas en phase avec la croissance spectaculaire du marché. Cette situation entraîne un certain immobilisme *défavorable* au développement de la filière acéricole.

Par exemple, la Fédération a déposé en avril 2015 une demande de modification de son règlement sur le contingentement de la production acéricole. Cette demande visait deux grands objectifs :

- Permettre à la Fédération des producteurs acéricoles du Québec d'émettre rapidement du contingent acéricole pour l'ajout de 500 000 entailles pour le printemps 2016;
- Permettre à la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, dans un avenir rapproché, d'émettre rapidement du contingent en fonction d'indicateurs de marché précis.

Pour le moment, aucune décision préliminaire de la Régie ne nous a été transmise dans ce dossier, ce qui inquiète grandement les producteurs acéricoles québécois.

La feuille de route de la Fédération plaide favorablement pour un plus grand rôle dans la gestion du contingent. Nos efforts ont permis de placer le Québec loin devant ses compétiteurs et de faire rayonner notre produit alimentaire phare là où il était jadis inconnu.

Nous œuvrons également sans relâche pour apporter une distinction au sirop d'érable parmi l'ensemble du marché bioalimentaire mondial. La capacité de production québécoise doit être synchronisée avec les opérations de promotion et de développement de nouveaux marchés.

Il est donc impératif pour le Québec de posséder l'agilité nécessaire pour répondre rapidement à une augmentation de la demande afin d'assurer un approvisionnement stable de nos clients et d'éviter les ruptures de stock à la réserve stratégique mondiale. D'autre part, en autorisant la Fédération à jouer un plus grand rôle dans l'émission du contingent, le gouvernement pourra réaliser des économies au niveau de la RMAAQ, un facteur non négligeable dans le contexte budgétaire actuel.

Pour toutes ces raisons, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec recommande de donner tous les outils et ressources à la RMAAQ afin de lui permettre de lui émettre rapidement du contingent (500 000 entailles) pour le printemps 2016 et, à terme, de lui confier la responsabilité d'émettre elle-même du contingent en fonction d'indicateurs de marché.

CONCLUSION

Le sirop d'érable occupe une place particulière dans l'agriculture et l'économie québécoises. Les racines de la production acéricole précèdent l'arrivée des premiers colons qui ont rapidement cherché à apprendre des Premières nations et améliorer les techniques et les équipements. À partir du travail acharné de générations d'agriculteurs, de bâtisseurs et d'entrepreneurs, le Québec s'est hissé au rang de leader mondial acéricole. Le sirop d'érable, notre or blond, constitue l'une des principales exportations agroalimentaires du Québec et génère des millions de dollars en retombées économiques.

Au cours des dernières décennies, le Québec a graduellement accru son écart avec ses principaux rivaux avant de les distancier à partir du début des années 1990. Ceci coïncide avec l'adoption du Plan conjoint, la première étape menant à la situation actuelle et d'une stratégie pour conserver notre première place. Les étapes suivantes qui ont vu la création de la Réserve stratégique et de l'Agence de vente, entre autres, témoignent de notre désir d'innover afin d'initier les changements requis par le marché.

Aujourd'hui, le défi n'est plus seulement de conserver notre position de leader dans le domaine de l'acériculture, mais de faire sa place dans l'ensemble du marché agroalimentaire mondial. Le sirop d'érable doit se distinguer des autres produits d'exception et produits sucrants. Nos actions, telles que le travail avec des chercheurs, le développement de la production biologique et la collaboration avec des chefs d'ici et d'ailleurs en sont des preuves éloquentes.

Les recommandations et engagements découlent de notre longue expérience et de nos connaissances dans le secteur. Nous croyons que nous possédons les outils et les atouts nécessaires pour entretenir notre dynamisme et notre vitalité. Cependant, le Québec doit continuer d'établir les tendances et agir pour instaurer les changements. C'est pourquoi nous devons prendre en compte, par exemple, les demandes des consommateurs pour des aliments à valeur ajoutée ou mieux travailler avec les petits et nouveaux producteurs qui sont à la fois l'avenir et les porteurs d'une tradition ancestrale.

Nous vous remercions de prendre en considération les propositions mises de l'avant par la Fédération des producteurs acéricoles du Québec afin d'entretenir et maintenir notre leadership acéricole.

FAITS SAILLANTS DU MÉMOIRE « ENTRETENIR ET DÉVELOPPER LE LEADERSHIP ACÉRICOLE QUÉBÉCOIS »

- La région administrative de Chaudière-Appalaches a connu à elle seule une récolte dépassant l'entière production des États-Unis.
- Le marché mondial est passé de 94 millions de livres à plus de 147 millions de livres, soit une hausse moyenne de 3,5 % par an au cours des 13 dernières années.
- La demande en sirop du Japon (252,7 %), du Danemark (162,6 %) et de l'Australie (102,6 %) a explosé pendant ces cinq années.
- Dans l'ensemble, la filière acéricole (production, transformation, fournisseurs, équipementiers, restauration/cabane à sucre, etc.) crée environ 10 000 emplois équivalents temps plein au Québec.
- Plus spécifiquement, l'ensemble de la filière acéricole génère une activité économique au Québec d'environ 611 millions de dollars (données de 2009).
- La contribution de l'ensemble de la filière en taxes et impôts aux revenus du Québec était évaluée à près de 60 millions de dollars en 2009. En comptabilisant, la parafiscalité (CSST, Régie des rentes du Québec, etc.), ce montant avoisinait les 105 millions de dollars.
- Ainsi, le sirop et le sucre d'érable se classent parmi les principales exportations agroalimentaires du Québec pour un total se chiffrant à 266 millions de dollars en 2013.
- En bref, maintenant, le Québec dépend moins du marché américain qu'il y a cinq ans.
- À partir de leur prélevé spécifique, les producteurs québécois ont injecté plus de 34 millions de dollars depuis 2003 dans ce volet.
- Ainsi, de 33 millions d'entailles en 2000, le Québec compte aujourd'hui 44 millions d'entailles, soit une hausse de 11 millions.
- Tous les sirops vendus directement aux consommateurs dans des contenants de moins de cinq litres ou ceux vendus par le biais d'intermédiaires (épicerie, dépanneurs, restaurants, etc.) en contenants de moins de cinq litres ne sont pas visés par l'agence de vente de la Fédération. Dans ces deux derniers cas, les producteurs sont entièrement libres de négocier le prix qu'ils désirent de la part de l'épicier, du propriétaire de dépanneur, du restaurateur ou du consommateur.

- ➡ Au niveau des performances de vente du sirop, la conjoncture de développement des marchés est favorable à l'érable grâce entre autres aux investissements en recherche et promotion. D'ailleurs, les ventes de l'Agence sont en progression depuis les cinq dernières années. Un record a même été établi en 2014 avec des ventes totalisant près de 95 millions de livres.
- ➡ Le producteur a le libre choix de produire annuellement une quantité supérieure au contingent attribué. Cependant, les volumes hors contingent livrés ne seront payés au producteur que lorsque l'ensemble du volume contingenté sera vendu sur le marché.
- ➡ Notons que le contingent acéricole ne s'applique pas aux ventes de contenants de moins de cinq litres faites directement à un consommateur par un producteur de produit de l'érablière qu'il exploite et qu'il a lui-même mis en contenants (premier canal de vente).
- ➡ Le contingent des entreprises s'ajuste automatiquement à la hausse ou à la baisse en fonction des historiques de production de chacune des fermes.
- ➡ Les recommandations de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec visent donc à distinguer les produits de l'érable du Québec, à les inscrire dans les tendances en alimentation, à répondre à une clientèle et à des normes de plus en plus exigeantes et à saisir les nouvelles opportunités d'un marché au potentiel de croissance immense.
- ➡ Nos principaux concurrents ne sont pas toujours les autres producteurs acéricoles du Canada et des États-Unis, mais plutôt les nouveaux agents sucrants.
- ➡ Notre industrie a déjà entrepris des démarches pour répondre à ce changement de contexte et souhaite poursuivre les efforts pour que notre acériculture conserve sa réputation exemplaire en matière de salubrité et de traçabilité.
- ➡ La Fédération constate que, depuis quelques années, les délais de traitements à la Régie ne sont pas en phase avec la croissance spectaculaire du marché. Cette situation entraîne un certain immobilisme défavorable au développement de la filière acéricole.

RECOMMANDATIONS ET ENGAGEMENTS DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS ACÉRIQUES DU QUÉBEC

ENGAGEMENT 1

Maintenir les investissements des producteurs dans la recherche et le développement de nouveaux produits, l'ouverture de nouveaux marchés étrangers et le développement du marché industriel.

RECOMMANDATION 1

Assurer la pérennité des moyens nécessaires pour le développement de nouveaux produits et l'ouverture de nouveaux marchés en supportant davantage la recherche et le marketing.

ENGAGEMENT 2

Développer, de concert avec l'industrie, des initiatives de mise en marché pour relever le niveau de connaissance et de confiance des consommateurs. Concrètement, ceci s'articule par :

- *Le développement de pastilles de goût.*
- *La mise en place d'une appellation d'origine contrôlée.*
- *La promotion de la production biologique.*
- *La création d'une certification pour la vente de produits de niche au sein d'un réseau d'épicerie fines sur une base pilote.*

RECOMMANDATION 2

Soutenir les démarches de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec pour la certification et reconnaissance internationale du sirop d'érable au sein du *Codex Alimentarius* et pour l'adaptation aux normes agroalimentaires émergentes.

ENGAGEMENT 3

Revamper et bonifier le plan de communication corporative de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec et mieux diffuser l'information spécifiquement vers les entreprises de petite taille.

RECOMMANDATION 3

De concert avec le MAPAQ, rendre les producteurs acéricoles admissibles au programme Agri-Risques d'Agriculture et agroalimentaire Canada dans le cadre du financement de la Réserve stratégique.

ENGAGEMENT 4

Faire la promotion des ressources-conseils supportées par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec auprès des membres de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec avec une emphase sur la relève et les nouvelles érablières.

RECOMMANDATION 4

Améliorer les communications entre les conseillers acéricoles supportés par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et la Fédération des producteurs acéricoles du Québec afin d'uniformiser les informations dans toutes les régions.

ENGAGEMENT 5

Lancer un programme de sensibilisation auprès des membres pour les encourager à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre.

RECOMMANDATION 5

Rendre les entreprises acéricoles davantage admissibles au Fonds vert pour la modernisation des équipements et le passage à des énergies moins polluantes.

ENGAGEMENT 6

La Fédération des producteurs acéricoles du Québec supportera les démarches afin d'inscrire les pratiques acéricoles au patrimoine culturel immatériel québécois.

RECOMMANDATION 6

Mener une vaste mise à jour de notre potentiel acéricole et protéger les zones au potentiel jugé prioritaire aux fins de développement par la mise en place d'approches sylvicoles adaptées à l'acériculture.

RECOMMANDATION 7

Outiller adéquatement la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec afin de lui permettre d'émettre rapidement du contingent (500 000 entailles) pour le printemps 2016 et, à terme, permettre à la Fédération des producteurs acéricoles du Québec d'émettre elle-même du contingent en fonction d'indicateurs de marché (2 millions d'entailles pour la récolte 2017).

.....