

LE DEVOIR

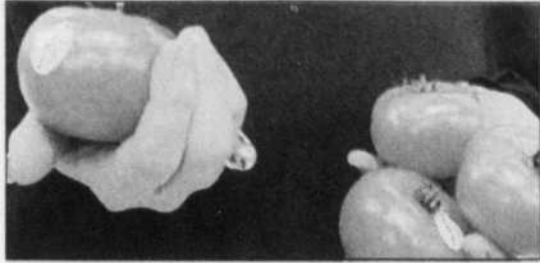
# Agroalimentaire

MANGER SAINEMENT

**TOMATE**

La québécoise prend la vedette

Page 2



**SALADES**

De la serre au jardin

Page 3



FRANÇOIS GUILLOT AFP

## À CONTRE-COURANT

Avant, il y avait le carême pour faire fondre les surplus accumulés tout au long de l'hiver. Aujourd'hui, on s'en remet aux cures et aux piscines pour éliminer les excès de toute une vie, si brève soit-elle.

**V**ous souvenez-vous du «colonel» Sanders, celui qui faisait la promotion du poulet «bon à s'en lécher les doigts»? Si le personnage a longtemps fait la publicité de ce poulet qui, en bouche, a un goût de sucre et de gras, déguisant même la texture de la viande, il est un fait sur lequel il a été moins loquace: dans les années 70, il s'était offert un petit séjour à Durham, en Caroline du Nord, pour s'imposer une cure, un «régime», en fait, à base de riz et de fruits. Pourquoi? Simple question de retrouver la ligne...

Et il n'a pas été le seul à fréquenter cette ville, dont la fortune a longtemps été assurée par une forte présence manufacturière centrée sur le tabac et qui maintenant fait ses «choux gras» de toutes ces graisses en trop qui débordent dans toute l'Amérique. Se retrouvent donc proposés, en cette ville luxuriante du Sud, trois programmes distincts qui ont chacun pour objet l'amai-grissement volontaire: à choisir donc entre le Rice Diet Programme, le Structure House et le Duke Diet and Fitness Center.

Et, comme l'a récemment rapporté le *New York Times*, vous pouvez donc voir déambuler en ces lieux, et, dans certains cas, pour une troisième année, une jeune femme qui affiche sur les trottoirs ses 100 kilos en moins et qui espère en perdre 25 autres. Elle peut ainsi rencontrer un autre visiteur qui faisait au départ osciller le pese-personne à 250 kilos!

**En trop**

Les États-Unis, ce royaume de la restauration rapide, semblent d'ailleurs proposer, comme cuisine nationale, un menu quotidien constitué en fait d'un long dessert qui débute dès l'entrée pour finir avec un sommet calorique qui a pour nom glace, gâteau ou autres sucreries. On sait aujourd'hui les

dangers d'une alimentation facile: on évalue ainsi à plus de 100 milliards de dollars américains les coûts annuels engendrés par les diabètes, problèmes cardiaques et maladies de même nature.

Ailleurs, on se croyait à l'abri d'un tel excès. Pourtant, il en est en Europe pour souligner que le modèle américain, dans le monde alimentaire cette fois-ci, s'impose trop. Et, au Québec, les dernières nouvelles à propos de la santé des jeunes démontrent que les mauvaises habitudes alimentaires semblent devenir la norme.

Que faire alors, si on ne veut pas séjourner dans la capitale mondiale des lipides et autres gras, à des coûts qui varient de 2000 \$ à 2600 \$ pour une première semaine de cure, avec tarif régressif pour séjour prolongé, tout en faisant un passage obligé en fin de parcours pour une chirurgie esthétique nécessaire, les chairs s'adaptant mal aux intérieurs en diminution?

**En plus**

L'été venu, et pourtant cela est proposé à longueur d'année, il est facile de vivre sainement: le monde extérieur est accueillant et toute l'industrie alimentaire ne demande pas mieux que de mettre du vert, du rouge, du blanc dans l'assiette. Les marchés publics et les épiceries locales débordent en effet de cette nourriture qui se veut saine. Légumes et fruits sont là, à des coûts éco-

nomiques.

Il suffit d'accepter cette offre et de ne plus se laisser tenter par toute une industrie qui ne demande qu'à corrompre. D'ailleurs, dans ce dernier cas, tous les moyens sont bons: un tel gras serait néfaste, et la publicité mentionne donc que tel produit n'en contient plus, comme s'il était ainsi, par une telle absence, devenu sain, faisant oublier l'abondance calorique inhérente au contenu de l'emballage qui le met en vedette.

Et les modes se transforment, au gré des dernières peurs: avant, c'était le gras, aujourd'hui, c'est le sucre! Et les produits hypocaloriques suscitent des chiffres de vente au résultat spectaculaire, ayant même doublé en volume au cours de la seule dernière année.

Alors, pourquoi attendre avant de se mettre au vert et de corriger ce qui pouvait être évité dès le départ? Faut-il s'imposer des séjours de remise en forme pour découvrir ce qu'est le bien-être?

Normand Thériault

**VIANDES**

Industrie québécoise

Page 2

**SUCRE**

Du bon usage

Page 3

**PANIER S BIOLOGIQUES**

Fruits et légumes

Viandes

Page 4

**À L'EXTÉRIEUR**

Prêt-à-manger

Bio-Ferme Laval

Page 5



Pour tous les goûts et pour le goût!



## AGROALIMENTAIRE

Potager

## La tomate québécoise prend la vedette

Couleurs, saveurs et modes de production variés, la tomate québécoise se cultive à longueur d'année

La tomate de serre et la tomate des champs se partagent le marché québécois. De gros et de petits joueurs trouvent leur compte dans ce marché diversifié.

MARILYSE HAMELIN

La présence de la tomate de serre sur le marché québécois est beaucoup plus marquée, puisque la tomate des champs est disponible de la mi-juillet au mois de septembre uniquement. Pour Louise Tardy, directrice générale de la Fédération des producteurs maraîchers du Québec, «la tomate de serre et la tomate de terre cohabitent sans compétition», puisque les consommateurs demandent de la tomate des champs l'été venu, mais ils sont bien contents de pouvoir consommer la tomate de serre durant toute l'année.

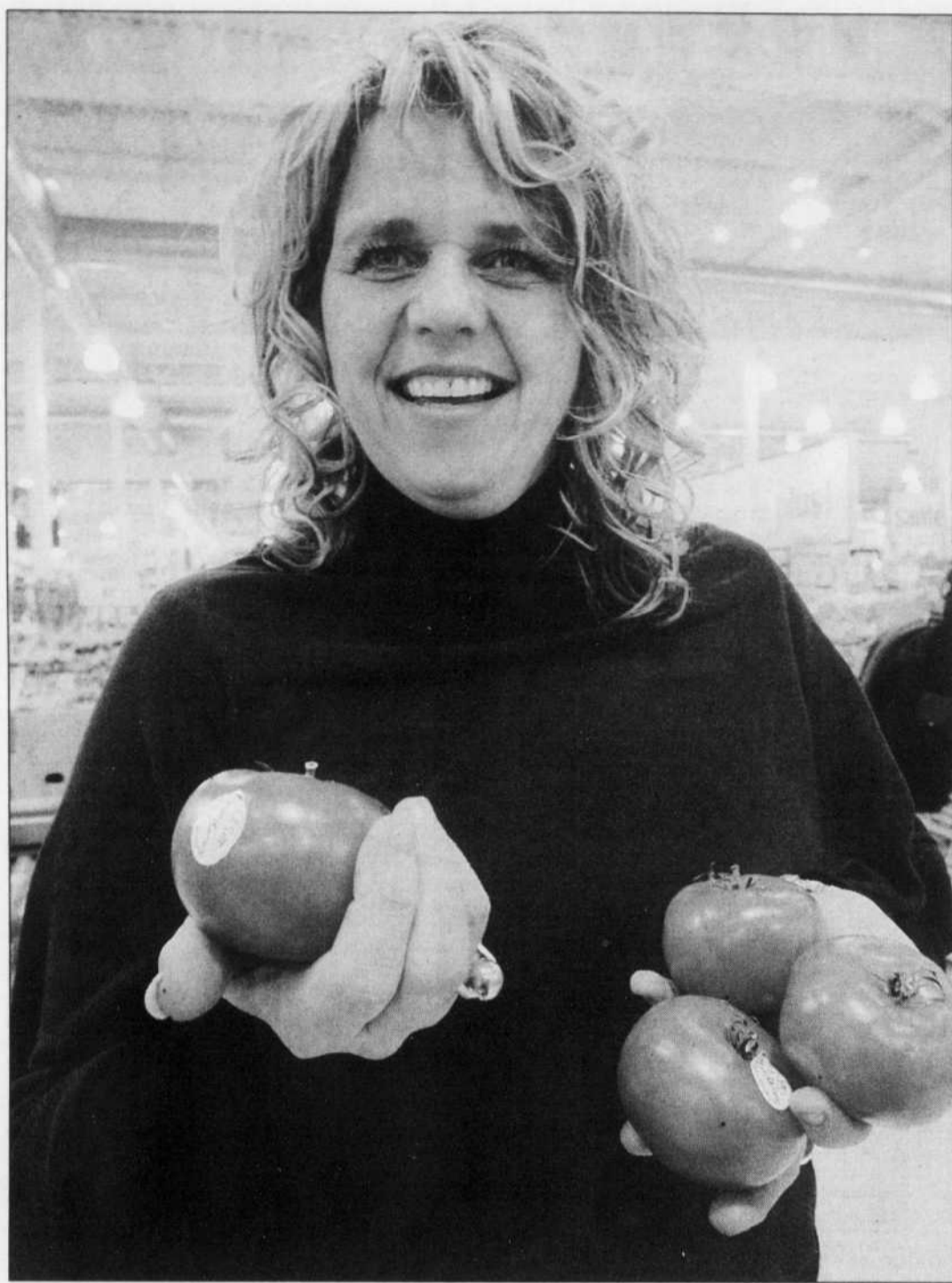
## Tomates de serre

Les Serres du St-Laurent inc., détenteur de la marque Savoura, constitue le plus important producteur de tomates de serre du Québec, avec près de 50 % de la production québécoise totale. Entreprise privée entièrement québécoise, elle a pour principaux actionnaires les familles Fernand Gosselin, Jacques Gosselin et Raymond-Marie Gauvin. La croissance de l'entreprise basée à Portneuf se maintient d'une année à l'autre, si bien que l'entreprise atteint maintenant un chiffre d'affaires de plus de 20 millions de dollars par année et emploie plus de 300 personnes.

Marie Gosselin, directrice des ventes et du marketing chez Savoura, explique la culture de son entreprise, son engagement dans la recherche de la saveur optimale de la tomate, au détriment des variétés très productives mais fades qui sont trop souvent cultivées parce qu'elles font l'objet d'une très grande promotion de la part des grainetiers. «Nous cultivons uniquement de la tomate rouge, de différentes variétés, les mêmes qu'au début, même si les grainetiers nous proposent toujours des variétés plus productives. Nous recherchons le goût le plus sucré possible et c'est ce qu'offre la tomate "Beef", une des variétés que nous cultivons. Nous vérifions le taux de sucre des tomates à chaque récolte afin de nous assurer de la qualité de notre produit. Juste pour nos tomates cerises, il nous a fallu cinq ans de recherche afin de trouver la variété la plus sucrée.» Les graines utilisées proviennent de l'Europe et sont toutes certifiées non transgéniques, et ce sont plus de 40 000 bourdons qui assurent la pollinisation des plans de tomates Savoura.

L'entreprise, qui détient six serres situées à Portneuf (région de Québec), Danville (Estrie), Ham-Nord (Bois-Francs), Sainte-Marthe (Vaudreuil-Soulanges) et Saint-Janvier-de-Mirabel, cultive la totalité de sa production sur une surface de 14 hectares, ou 140 000 m<sup>2</sup> — soit l'équivalent de 27 terrains de football — ce qui fait d'elle la plus grande entreprise sericole au Québec. Les concurrents les plus près dans le domaine de la tomate cultivent sur environ deux hectares.

La production chez Les Serres du St-Laurent a lieu durant toute l'année, et, pour ce faire, l'éclairage artificiel est de mise durant les mois de novembre et décembre. La durée de vie moyenne d'un plant de tomate de serre étant de 10 mois, ce ne sont pas moins de 900 000 tomates qui sortent des Serres du St-Laurent chaque semaine, soit l'équivalent de 18 camions à remorque. «L'été, durant la canicule, c'est certain que les employés et les plants ont chaud, mais cela ne



JACQUES GRENIER LE DEVOIR

Marie Gosselin, directrice des ventes et du marketing chez Savoura.

dure pas assez longtemps pour que ce soit significatif. La chaleur peut affecter le produit, mais, dans ces cas-là, on le déclassa», explique Mme Gosselin.

## Esprit coopératif

Les Serres Coopératives de Guyenne, en Abitibi, sont nées d'un projet de relance d'un petit village — le village de Guyenne — menacé de fermeture

dans les années 1970. Créées en 1980, les serres ont vu le jour grâce à l'initiative de deux jeunes biologistes, dont l'un habitait à Guyenne.

La coopérative emploie 88 personnes — ce qui n'est pas banal pour la région — et produit deux millions de livres de tomates par année, de variétés rouge, rose et en grappe. En plus d'approvisionner la région abitibienne, les serres écoulent une bonne partie de leur pro-

duction sur les marchés montréalais et lavallois par l'entremise des supermarchés Metro et Provigo.

Variété moins connue, la tomate rose est cultivée sur un acre chez Les Serres Coopératives de Guyenne. Beaucoup moins acide que la tomate rouge, elle rejoint une certaine clientèle. «Disons que la tomate rose a beaucoup de succès auprès de notre clientèle de "baby-boomers", lance sur un ton un peu moqueur Réjean Dubé, directeur général des Serres Coopératives de Guyenne.

## Marchés publics

Présente au marché Jean-Talon depuis 30 ans, la famille Beaugard, du Potager du Mont-Rouge, cultive 250 000 plants de tomates, italiennes pour la plupart, en plus d'une vingtaine d'autres variétés (olivettes, cerises, oranges, jaunes). «Les variétés de tomates jaunes ou oranges sont beaucoup moins acides et en plus sont très jolies. Notre clientèle comprend des chefs cuisiniers qui viennent eux-mêmes faire leurs emplettes et apprécient de décorer un plat avec un coulis de tomate jaune, par exemple. Les gens recherchent la nouveauté et, avec la popularisation des tomates grâce aux émissions de cuisine comme A la Distasio et Ricardo, nous avons une clientèle toujours plus exigeante et avisée», explique Marielle Farley, du Potager du Mont-Rouge.

«La grande nouveauté cette année, c'est la tomate Heirlooms, une très vieille variété de tomate qui ne paie pas de mine mais qui a une odeur et une saveur uniques. Cela s'inscrit dans une mode partie du sud-est des États-Unis, le phénomène des ugly tomatoes, c'est-à-dire les vieilles variétés jamais croisées ou retouchées par l'homme. Ça colle aux tendances du slow food, du bien manger.»

La tomate québécoise sous toutes ses formes et couleurs est donc disponible à longueur d'année tant dans les supermarchés et les fruiteries que dans les marchés publics durant la belle saison. Au plaisir de la déguster nature, en salade ou cuisinée.

## Tout sur les tomates

La tomate aime la chaleur, le soleil, un sol fertile et humide. Elle a besoin de tuteurs et, frileuse, elle supporte mal les températures de moins de 10 °C.

Peu calorique (20 calories pour 100 g), elle contient 93 % d'eau, 4 % de glucides et 1 % de protéides. Elle est riche en vitamines A (provitamine A = 3,3 mg pour 100 g de tomate fraîche), C (25 mg pour 100 g), B et K ainsi qu'en folates.

Une tomate doit s'acheter bien mûre, rouge et jovielle, la peau bien tendue, sans tache. Mais ne vous inquiétez pas si sa couleur n'est pas uniforme: elle mûrira après avoir été placée dans un endroit sombre et sec. Pour préserver toute la saveur des tomates, il ne faut pas les mettre au réfrigérateur, mais plutôt les conserver à l'air libre dans un plat ou une corbeille. La température idéale varie de 12 à 16 °C. En dessous de 12 °C, les tomates perdent leur goût et leur arôme car le processus de maturation est contrarié.

Source : Fédération des producteurs maraîchers du Québec

## Transformation alimentaire

## Une bouffe multiforme disponible en de multiples lieux

«Nos entreprises font face à une concurrence qui vient de plus en plus de l'extérieur»

Les consommateurs absorbent des produits alimentaires transformés, qui se présentent sous une multitude de formes, dans un nombre incalculable d'endroits où il est loisible de les retrouver. L'industrie de la transformation étend de la sorte ses racines dans les moindres recoins et sa taille est gigantesque. Elle génère de l'emploi pour 75 000 Québécois.

RÉGINALD HARVEY

Quelque 900 entreprises s'affairent officiellement dans le secteur de la transformation alimentaire au Québec et elles donnent de l'emploi à environ 75 000 personnes. Elles s'activent à transformer et à mettre en marché des aliments variés à partir de 27 grandes catégories et de plus de 190 sous-catégories de produits. Il est ici question, entre autres denrées plus répandues, des viandes, de la volaille, du lait, des fruits, des légumes, du pain, des céréales, des boissons, etc.

Ces vivres peuvent aussi bien se retrouver sur la table familiale que sur celle du client au restaurant; ils prennent place dans la boîte à lunch du travailleur et de l'écolier, meublent les comptoirs des marchés et garnissent les tablettes des dépanneurs. On les croise même au cinéma et dans des lieux encore plus incongrus et plus inattendus.

## Portrait montréalais

En 2002, le Conseil des industries bio-alimentaires de Montréal a dressé un profil de l'industrie pour la région montréalaise. Il apparaît, dans ce document, que le sous-secteur des boissons et des aliments arrive au quatrième rang pour le nombre d'établissements au Québec. Selon le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, il existe 369 entreprises de transformation alimentaire sur l'île de Montréal, qui sont réparties entre 508 établissements.

Véritable plaque tournante de l'alimentation, la ville de Montréal dénombre environ 12 000 établissements de restauration et de vente d'aliments au détail. À eux seuls, les restaurants sont au nombre d'à peu près 4000 dans la région montréalaise; 41 000 personnes y travaillent et leurs revenus annuels tournent autour de 1,8 milliard de dollars.

Au cours des 25 dernières années, la production bio-alimentaire a été marquée par la diversité dans le but de satisfaire aux goûts de la centaine de communautés ethniques en présence. Il existe maintenant un vaste réseau commercial de l'alimentation, qui a

pris forme peu à peu autour de centres décisionnels qui gèrent plusieurs détaillants et grossistes. Le Conseil des industries bio-alimentaires de Montréal a procédé à l'inventaire: en 2002, il y avait plus de 3000 commerces de détail qui employaient 22 800 personnes et dont les ventes annuelles atteignaient 4,5 milliards de dollars. Il existait plus de 300 commerces de gros, qui généraient 10 400 emplois et dont les ventes annuelles se chiffraient à 8,1 milliards de dollars.

## Le Fonds et la transformation

Autant en région qu'à Montréal, le Fonds de solidarité FTQ dispose d'une sérieuse expertise dans l'aide financière et le soutien-conseil offert aux entreprises de transformation. Les fonds régionaux investissent des sommes plutôt modestes, de moins de deux millions de dollars, dans plusieurs PME de petite taille disséminées à travers le Québec; ce portefeuille contient quelque dix millions de dollars répartis entre une vingtaine de petites entreprises.

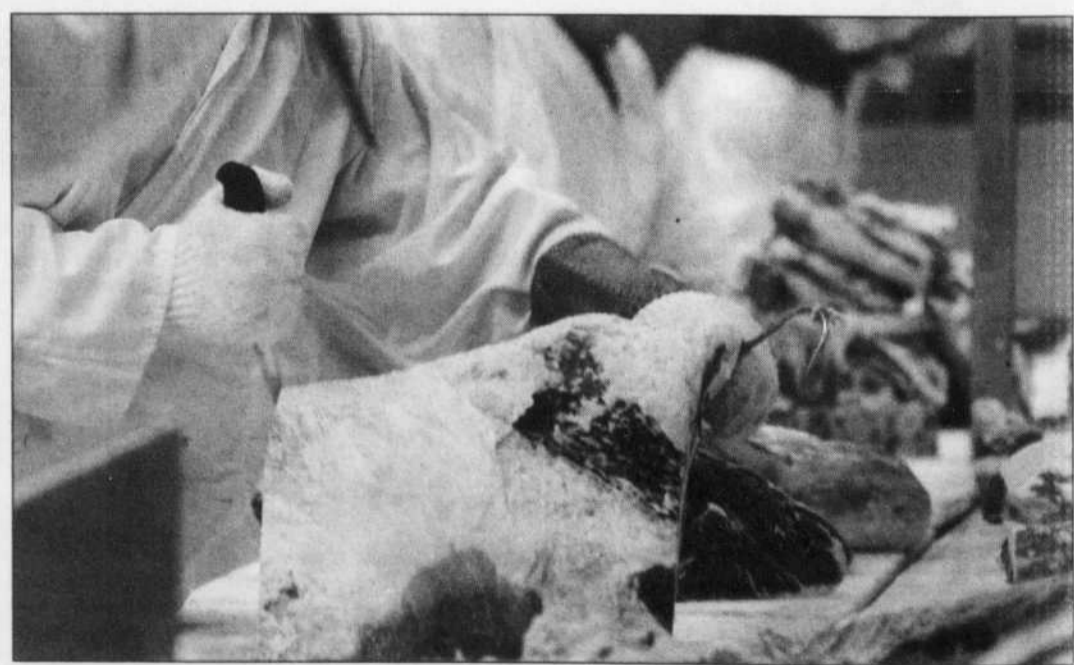
Du côté du fonds de Montréal, le soutien démarre avec une capitalisation de deux millions, qui peut grimper jusqu'à 50 millions de dollars. Pour l'heure, quatre transformateurs profitent d'une aide totale de 50 millions de dollars. Du côté de Québec, le fonds agroalimentaire et forestier met aussi l'épaule à la roue et appuie la transformation jusqu'à concurrence de deux millions par requérant.

À partir du siège social de Montréal, l'aide est apportée à des PME dont les marchés s'étendent à tout le Québec. Pour leur part, les fonds régionaux et de Québec se consacrent aux entrepreneurs desservant des clientèles à la portée plus locale.

## Monopolisation et centralisation

Normand Chouinard, directeur des investissements dans les secteurs de l'agroalimentaire, de la chimie et de la plasturgie au Fonds de solidarité, indique que, d'un côté comme de l'autre, le défi majeur à relever est le même: «En agroalimentaire, c'est celui de la commercialisation, de la présence dans les réseaux de distribution, de l'accès aux détaillants; en fait, c'est ce qui englobe tout le challenge de la mise en marché. Nos entreprises vivent constamment là ce qu'il y a de plus exigeant, parce que la compétition en provenance de l'extérieur est de plus en plus vive.»

Les marchés se sont centralisés au cours des dernières années, ce qui a rendu leur tâche encore plus ardue dans une situation de monopolarisation: «Nos entreprises font face à une concurrence qui vient de plus en plus de l'extérieur. Nos gens doivent être très présents auprès des grandes chaînes de distribution; elles sont peu nombreuses et détiennent, ou guillement, la balance du pouvoir, dans le sens où



MIKE CASSESE REUTERS

Les vivres transformés, comme la viande, peuvent aussi bien se retrouver sur la table familiale que sur celle du client au restaurant.

elles exercent quasiment un droit de vie ou de mort sur nos transformateurs. Elles recherchent un produit de qualité qui va effectuer le roulement le plus rapide possible sur leurs tablettes; sinon, ce dernier est retiré de celles-ci, avec les conséquences prévisibles sur le maillon de la transformation.»

## Des décisions prises ailleurs

Les centres décisionnels, quant à eux, se sont éloignés du Québec vers l'Ontario ou ailleurs, pendant la même période, ce qui a entraîné des coûts supplémentaires, comme le rapporte M. Chouinard: «Il est devenu plus difficile de maintenir les liens avec les chaînes de distribution. On doit faire appel à des équipes de représentants; ça coûte des dollars et nos entreprises doivent investir beaucoup d'argent dans leur commercialisation.» A son avis, les entrepreneurs ont développé la capacité de mettre sur le marché des produits de qualité, voire à l'avant-garde, qui satisfont véritablement les besoins des consommateurs; ils doivent par contre faire face à l'important défi de trouver les moyens requis et d'appliquer la stratégie efficace pour que ceux-ci trouvent preneurs sur les marchés.

Il découle logiquement de cet état de fait que les transformateurs ont besoin non seulement d'un ap-

pui en capital, mais aussi d'un coup de pouce différent d'une aide financière classique: «Ils doivent financer des besoins intangibles, comme le développement d'une marque de commerce ou l'investissement dans un réseau de distribution. Les institutions financières traditionnelles ont plus de facilité à investir dans des choses plus concrètes, comme des immeubles, des équipements, des stocks ou des comptes à recevoir. On offre donc des capitaux pour satisfaire à de tels besoins plus abstraits.»

Le Fonds intervient d'une autre façon: «On offre un appui via les conseils d'administration. On s'assure d'avoir des gens qui profitent d'une expertise pointue et qui ont déjà accompli le travail. Ils siègent aux conseils de nos PME et ils peuvent fournir des conseils avisés à leurs dirigeants. Par exemple, on peut nommer un administrateur qui a travaillé durant toute sa carrière dans une multinationale, qui connaît la commercialisation nationale et qui a fait le travail; il est donc en mesure de bien conseiller les entrepreneurs québécois à la tête de PME et de leur indiquer les bons gestes à poser. Par surcroît, ces gens-là disposent de précieux réseaux de contacts parce qu'ils ont travaillé durant toute leur vie avec les grandes chaînes, ce qui est bénéfique pour les transformateurs québécois.»

## • AGROALIMENTAIRE •

Serres

# La tête dans les salades

### Une serre peut donner lieu jusqu'à 18 récoltes par an

Lorsque la belle saison est à nos portes, l'en- vie nous prend de repas légers, de fruits su- crés et de salades colorées. Devant les éta- lages bondés de victuailles maraichères, on ne sait plus où donner de la tête quant aux différentes laitues, plus distinctives les unes que les autres. Elles arborent fièrement leur diversité: petites feuilles, feuilles frisées, vert pâle ou foncé, autant de formes et de cou- leurs que de saveurs. Ces diverses plantes herbacées gagnent à être connues. Petit pa- rours dans le monde rafraichissant des lai- tues du Québec.

MARIE-ÈVE GRANIERO

La laitue est une plante potagère originaire de l'Est de la Méditerranée et de l'Asie occidentale dont la culture remonte jusqu'à 4500 ans avant notre ère. Fortement implantée dans le bassin méditerranéen, la laitue fut très appréciée des Grecs et des Romains, autant pour ses vertus que comme légume. Selon les Editions Québec-Amérique, la laitue est une plante vivace dont il existe plus de 100 variétés. C'est pour- quoi ses formes et ses saveurs diffèrent.

Les grands producteurs de laitue du Québec se re- trouvent principalement en Montérégie. Louise Tar- dy, directrice générale de la Fédération des produc- teurs maraichers du Québec, explique: «Les sols du sud du Québec sont très riches en minéraux. Cette terre noire, dite organique, apporte nutriments et qualité aux laitues. De plus, la proximité des douanes améri- caines permet une livraison rapide, ce qui assure la fraîcheur du produit.» Les États-Unis sont une desti- nation de choix pour l'exportation de laitue en sai- son. Le climat y étant trop chaud, les graines ont là de la difficulté à germer. Au Québec, les producteurs de laitue offrent diverses variétés sur le marché, dont la laitue pommée, la frisée, la romaine, le mesclun et la laitue beurre.

#### Types de laitue

La laitue pommée (var. *capitata*) est la plus connue en Amérique du Nord. La laitue iceberg, dont l'appel- lation s'est imposée au début de la commercialisation à grande échelle, était autrefois recouverte de glace pour que soit favorisée sa conservation lors de son transport. Cette laitue est plus douce au goût et est la moins colorée. Ses feuilles sont vertes et croquantes à l'extérieur, puis jaunâtres ou blanchâtres au centre. Elle contient donc moins d'éléments nutritifs.

La laitue frisée (var. *crispa*) se reconnaît à ses feuilles ondulées, tendres et savoureuses. Elle est co- lorée de vert, parfois de rouge ou simplement ornée de rouge dans sa partie supérieure. Certaines varié- tés ont une légère saveur de noisette.

La laitue romaine (var. *longifolia*) possède de longues feuilles fermes d'un vert soutenu qui sont plus rigides, fibreuses et particulièrement cassantes. Les feuilles intérieures, d'un vert plus pâle et avec une côte jaunâtre, sont plus tendres.

Le mesclun, souvent appelé «bébé laitue», est un mélange de treize petites plantes, douces et amères.

La laitue beurre, dont la laitue Bibb et la laitue Boston, se distingue par la tendreté de ses larges feuilles légèrement pommées, mais non compactes, qui se séparent très facilement. La laitue Boston a des feuilles plus larges et d'un vert plus pâle que la laitue Bibb, dont certaines variétés sont colorées de rouge. Les feuilles du centre de la laitue beurre sont jaunâtres; très estimée en Europe, cette laitue est ap- préciée pour sa finesse.

#### HydroSerre Mirabel

Première entreprise à avoir produit et commerca- lisé la laitue beurre, à partir de 1987, HydroSerre Mi- rabel est aujourd'hui le plus important producteur de laitue Boston en serre en Amérique du Nord. On la reconnaît à son emballage qui ressemble à une co- quille de plastique. «Plus de 90 % de la laitue Boston consommée au Québec vient de chez nous», affirme Martin Desrochers, président de l'entreprise. Ainsi, HydroSerre Mirabel produit de 13 à 14 millions de pommes de laitue par année, à raison de 16 à 18 ré- coltes par an. Le secret de sa production: la culture hydroponique en eau profonde sur flotteurs mobiles. Imaginez une mer de laitue flottante de 750 000 pieds carrés! Les pommes de laitue poussent sur des plate- formes flottantes en éponge. Les systèmes hydroponi- ques n'utilisent que de l'eau. «L'eau transporte tous les nutriments nécessaires à une croissance et à une qualité uniformes. Et, avec ce système, la même eau est réutilisée, ce qui réduit l'impact sur l'environnement», renchérit Martin Desrochers.

En plus des avantages écologiques, Martin Desro- chers affirme que ce procédé de culture en serre of- frirait trois autres grands avantages aux consomma- teurs. Cette laitue serait plus tendre et plus douce au goût, elle est moins fibreuse et serait plus propre que la laitue des champs, grâce à l'utilisation d'eau et non de terreau, et est donc prête à la consommation.

#### Trucs et astuces

Il est par contre très facile de traiter et de conser- ver les différentes laitues, peu importe leur origine. Selon la Fédération des producteurs maraichers du



Les pommes de laitue poussent sur des plateformes flottantes en éponge. Les systèmes hydroponiques n'utilisent que de l'eau.

Québec, le pire ennemi de la laitue est le pourrisse- ment, car ses feuilles contiennent 95 % d'eau. Pour avoir une laitue au meilleur de sa forme, il vaut mieux la laver avant de la placer au réfrigérateur. Ce geste la débarrassera des insectes, de la terre et des excès d'humidité qui peuvent la flétrir. Font excep- tion à cette règle les laitues pommées et les laitues beurre, qui ne devraient être nettoyées qu'au mo- ment de la consommation.

Ainsi, après avoir ôté le trognon et les feuilles abî- mées et avoir lavé et essoré la laitue, rangez-la dans un récipient de type Tupperware tapissé d'une couche de papier absorbant. Il faut éviter d'emballer hermétiquement la laitue. Vous éviterez ainsi la pour- riture prématurée et vous prolongerez par le fait même sa vie. Une laitue très tendre doit être consommée rapidement. La laitue romaine se conserve de trois à cinq jours; la laitue iceberg, de une à deux semaines; la laitue Boston, de deux à trois jours, tout comme la laitue frisée.

## Tout sur la laitue

Valeur nutritive par 100 g

- Calories : 23
- Eau : 95 %
- Glucides : 4,7 g
- Matières grasses : traces, 0,3 g
- Protéines : 1,7 g
- Riche en phosphore, calcium, vitamines B et C

Facile à traiter et à apprêter et tellement bonne au goût, la laitue est aussi un des meilleurs légumes à consommer si on rêve d'un ventre plat, à l'arrivée des premiers rayons chauds de l'été.

## Alimentation

# La guerre des sucres

### «Les gens ne savent pas que l'on rajoute du sucre à des aliments comme le ketchup et le beurre d'arachides»

On prévoit que la prochaine vague de produits alimentaires à déferler aux États-Unis sera celle des aliments sans sucre ou à faible teneur en sucre. En effet, les grandes entre- prises américaines de transformation alimentaire ont com- mencé à mettre sur le marché une foule de produits sans sucre, allant de la crème glacée aux pâtisseries en passant par les céréales.

PIERRE VALLÉE

Une nouvelle tendance décou- le des régimes amaigrissants faibles en glucides, tel le régime Atkins. Si ces régimes ont quelque peu perdu de leur popula- rité ces derniers temps, ils ont tout de même fait des petits. Et ça s'appelle, du moins aux États- Unis, la guerre au sucre.

Pourquoi, le problème du sur- poids ne peut pas être relié direc- tement à une trop grande consom- mation de sucre ni d'aucun autre aliment en particulier, d'ailleurs.

«Les gens engraisissent parce qu'ils consomment plus de calories par jour qu'ils n'en dépensent.»

Que ces calories proviennent de glucides, de lipides ou de pro- téines n'a pas d'importance, c'est la quantité en trop qui compte.

«Prenons, par exemple, une person- ne qui a besoin de 2000 calories par jour. Si elle consomme seule- ment de la crème glacée, mais qu'elle s'en tient à 1500 calories, elle maigrira. Par contre, si elle ab- sorbe en fruits frais 3000 calories, elle engraissera.»

#### Les glucides

Les sucres sont en réalité des glucides, qu'on appelle aussi par- fois des hydrates de carbone. Il en existe deux types: les glucides simples et les glucides complexes. Les glucides simples comprennent le fructose et le saccharose, ou sucre de table. Les glucides complexes proviennent d'aliments riches en amidon et en fibres ali- mentaires, telles les pâtes, les cé- réales et les légumineuses.

Les glucides sont essentiels au fonctionnement du corps humain puisque, une fois ingérés, l'orga- nisme les transforme en glucose, qui est en quelque sorte le car- burant de nos cellules. Le cer- veau humain à lui seul consomme 140 grammes de glucose par jour. «On estime qu'entre 45 % et 65 % de notre énergie quotidienne

devrait provenir des glucides.»

On a donc intérêt à en consom- mer une quantité suffisante. Mais attention: il faut distinguer les bons et les mauvais glucides. «Les mauvais sont, par exemple, le sirop de maïs dans les boissons gazeuses. Les bons sont ceux qui sont conte- nus dans les aliments riches en fibres alimentaires.»

Les bons glucides ont deux avantages. D'une part, ils sont ab- sorbés plus lentement par l'orga- nisme et libèrent donc de l'énergie sur une plus longue période de temps. D'autre part, les bons glucides ont souvent d'autres pro- priétés qui sont bonnes pour la santé. «Les fibres alimentaires sont importantes pour le bon fonctionne- ment de l'intestin.»

#### Du sucre partout

Le problème n'est pas qu'on de- vrait éviter de manger du sucre, c'est plutôt qu'on en consomme trop, la plupart du temps sans même s'en rendre compte. «Du sucre, il y a en partout.» C'est parce que l'industrie de la transfor- mation alimentaire en rajoute dans une foule de produits. «Les gens ne savent pas que l'on rajoute du sucre à des aliments comme le ketchup et le beurre d'arachides.»

Le pain et les produits de pâti- sserie, comme les friandises, en contiennent évidemment, mais aussi la plupart des aliments transformés. La loi actuelle oblige les fabricants à indiquer, sur l'éti- quette d'un produit, la quantité de

glucides qu'il contient. Le consommateur peut donc faire un choix avisé s'il se donne la peine de lire les étiquettes.

On rajoute du sucre à des pro- duits pour son goût. «Le goût du sucre est inné chez nous et c'est donc un goût recherché.» Mais il y a plus que le goût. Le sucre comme additif alimentaire possède plusieurs autres propriétés. «C'est un agent de conservation, dans les confitures, entre autres. Le sucre réduit la présence de l'humidité et maintient la fermeté du produit. Il sert aussi à réduire le point de congélation de certains produits. C'est le sucre dans la crème glacée qui empêche la formation de gra- nules lors de la congélation.»

Comme l'ajout de sucre dans les produits alimentaires remplit plusieurs fonctions, Mme Des- Groseilliers ne croit pas que le remplacement du sucre par des édulcorants est une solution. «Si l'on remplace le sucre par un édul- corant, il faudra rajouter un autre produit si l'on veut conserver les mêmes avantages que nous donnait le sucre.»

#### Un substitut du sucre

Les substituts du sucre, ou les édulcorants intenses, existent de- puis belle lurette, la découverte de la saccharine remontant à 1879. On trouve de nos jours plu- sieurs édulcorants sur le marché. Les principaux sont la saccharine et les cyclamates, l'aspartame, l'acésulfame-K et le sucralose.

La saccharine et les cyclamates se vendent uniquement sous for- me d'édulcorants de table et ne peuvent donc pas être ajoutés aux aliments transformés. On trouve de l'aspartame et de l'acésulfame- K principalement dans les bois- sons gazeuses et les gommages à mâcher.

Par contre, le sucralose, que l'on définit comme un dérivé du sucre, se retrouve dans une foule de produits alimentaires. C'est d'ailleurs cet édulcorant, vendu sous le nom commercial de Splenda, que l'on retrouvera dans la kyrielle de nouveaux produits qui apparaîtront bientôt sur les tablettes des marchés d'ali- mentation avec l'appellation de produit sans sucre ou à faible te- neur en sucre.

Certains prétendent que ces édulcorants pourraient être dom- mageables pour la santé, mais, se- lon Julie DesGroseilliers, de nom- breuses études démontrent exac-

tement le contraire. Sans compter que la dose quotidienne permise est plutôt élevée. «Il faudrait boire 20 canettes de boisson gazeuse en une journée pour arriver à la dose permise.»

Mme DesGroseilliers ne croit pas que cette nouvelle mode consistant à vouloir fabriquer des produits sans sucre soit bien utile. «On serait plus avisé de réduire la quantité de sucre que l'on rajoute parfois inutilement aux produits.»

Sans compter que, en matière de saine alimentation, les règles de bases demeurent. Une ali- mentation équilibrée, combinée à un exercice physique pratiqué sur une base régulière, est le meilleur garant d'une bonne santé. «Plutôt que chercher à éviter le sucre avec des produits sans sucre, les gens devraient plutôt chercher à augmenter l'apport de bons glu- cides dans leur alimentation, par exemple, en mangeant davantage de fibres alimentaires.»

## AGROALIMENTAIRE

### MANGER SAIN

CE CAHIER SPÉCIAL

EST PUBLIÉ PAR LE DEVOIR

Responsable NORMAND THÉRIAULT

ntheriault@ledevoir.ca

2050, rue de Bleury, 9<sup>e</sup> étage, Montréal (Québec) H3A 3M9.

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

FAIS CE QUE DOIS

### Connaissez-vous le boulanger qui moud quotidiennement toutes ses farines ?

LE VRAI PAIN INTÉGRAL

Capucine et Tournesol  
la seule  
Boulangerie-Meunerie  
à Montréal

226 Bernard ouest (coin Jeanne-Mance), 271-0282  
capucine-et-tournesol.com

Découvrez la saveur et les vertus de la farine fraîche



## Viandes et boulangerie biologiques

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

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

FERMES  
**MORGAN**

90, chemin Morgan, Weir • Québec • J0T 2V0  
Tél.: 819•687•2434 www.fermemorgan.com  
30 min. à l'ouest de St-Sauveur  
20 min. au sud de Mont-Tremblant

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

# • AGROALIMENTAIRE •

Produits biologiques

## Dans un panier bio près de chez vous...

«Ce n'est pas vraiment plus cher d'acheter des légumes de cette façon»

Le réseau québécois Agriculture soutenue par la communauté (ASC) estime aujourd'hui à près de 20 000 le nombre des personnes ayant accès à des aliments par l'intermédiaire d'un réseau qui assure la distribution de paniers d'aliments biologiques aux quatre coins de la province. Comme quoi il serait erroné de soutenir que l'intérêt des Québécois pour le biologique n'est qu'une mode passagère de consommation alimentaire.

ULYSSE BERGERON

En moins d'une décennie, ASC a réussi à étendre son action à l'ensemble de la province. Aujourd'hui, des fermes écologiques ravitaillent près de 365 points de chute éparpillés dans 14 régions. L'attrait des producteurs pour ce mode de distribution est notable et a augmenté considérablement au cours des dernières années.

Comptant sept fermes en 1996, le réseau est passé à 14 en 1997, pour atteindre le nombre de 60 en 2002. «Cette année, il y a 77 fermes. Il y en a aussi qui s'associent à celles-ci pour offrir des produits biologiques disponibles sur demande», comme le miel, des produits de la pomme ou des fromages, explique Isabelle Joncas, coordonnatrice d'ASC chez Equiterre, l'organisation qui chapeaute le réseau.

Ce mode de distribution, qui abolit tous les intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs — qu'on rebaptise ici «partenaires» — gagne en popularité. Le fonctionnement est simple et de plus en plus connu: les «partenaires» achètent, à l'avance, une part de récolte à une ferme biologique. Celle-ci leur assure en retour une livraison hebdomadaire d'un panier de fruits et de légumes saisonniers dans leur quartier respectif.

### Pour un contact direct

L'intérêt des producteurs pour ce type de mise en marché découle, entre autres, des difficultés qu'ils rencontrent pour distribuer leurs produits. En fait, trois possibilités de mise en marché s'offrent à eux. La première, certainement la plus vieille de toutes, réside dans la vente à l'intérieur même de marchés comme Atwater, Maisonneuve ou Jean-Talon. Une perspective qu'envisagent certains, mais qui ne se révèle pas toujours être aussi profitable qu'espéré. «On entre directement en concurrence avec les produits traditionnels», note pour sa part le propriétaire de la ferme Les Jardins de Tessa, Frédéric Duhamel.

Quant à l'accessibilité des grandes surfaces de distribution, les fermes doivent être disposées à se prêter au jeu du marché, qui se traduit, dans ce cas-là, par une augmentation de l'offre de leurs produits. Environ 80 % du marché des grandes surfaces au Québec se divise entre trois entreprises:

Loblaws (Loblaws, Maxi et Provi-go), Sobeys (IGA, Marché Boni-choix, Marchés Tradition) et finalement Metro (Loeb, Marché Richelieu, Metro et Super C). Cette réalité pousse les producteurs intéressés par ce marché à se regrouper autour de distributeurs communs.

Toutefois, selon M. Duhamel, ASC propose la meilleure des solutions de rechange: «Il offre le contact avec le consommateur. Ce qui m'intéresse beaucoup. Cela nous permet d'avoir un feedback direct sur ce que nous offrons.» Dans cette perspective, le réseau peut être perçu comme un baromètre de la qualité de ce qui est distribué. Ce qui rejoint l'objectif premier des producteurs, comme M. Duhamel, qui ont fait le choix du biologique pour des raisons liées à la qualité des produits et au respect de l'environnement.

Quant à la critique selon laquelle ce système de distribution contraint les consommateurs relativement au choix des produits, sur lequel ils ne détiennent aucun pouvoir, ASC se défend en affirmant que les paniers contiennent toujours un minimum de six fruits ou légumes. Un nombre qui peut augmenter selon la ferme avec laquelle le consommateur fait affaire. Les Jardins de Tessa se sont dotés d'une politique les contraignant à offrir au minimum sept aliments différents. Mme Joncas soutient qu'il s'agit aussi de sensibiliser les partenaires aux réalités saisonnières.

### À l'assaut des régions

Ce système de distribution qui a vu le jour, dans sa forme actuelle, en 1996, à Montréal, s'est en moins d'une décennie étendu à la quasi-totalité du territoire québécois. Certaines fermes ont d'ailleurs fait le choix de se soustraire aux grands marchés comme Québec et Montréal, pour ne distribuer que leurs produits qu'à l'échelle locale.

Les Arômes de la Terre est une ferme du Centre-du-Québec qui fait partie de celles-ci. Elle concentre sa distribution dans les régions de la Mauricie et du Centre-du-Québec. «On dessert principalement Shawinigan, Trois-Rivières et Cap-de-la-Madeleine. Nous, on a fait le choix de ne pas se développer vers Montréal et vers Québec», indique Anne-Marie Tanguay, copropriétaire de la ferme.

Elle ajoute: «On croit que les



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

Le mode de distribution qui abolit tous les intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs gagne en popularité.

gens de la région ont également droit à cette formule-là. Et cela rejoint le deuxième principe d'ASC, qui est de favoriser la production locale. De plus, écologiquement parlant, il y a un coût à se rendre à Montréal; c'est 150 km de route, donc 300 km aller-retour, pour aller porter des paniers.»

Par ailleurs, ce choix comporte de nombreux défis. Le principal relève du travail de sensibilisation de la population à ce mode de distribution, moins connu à l'extérieur des prix, c'est à peu près la même chose. Mais le plus difficile, c'est de faire comprendre aux gens

que ce n'est pas vraiment plus cher d'acheter des légumes de cette façon, parce que, pour notre part, on n'a pas d'intermédiaire à payer», explique-t-elle.

Ce qui n'a pas empêché la ferme, au cours des dernières années, de tirer son épingle du jeu. Sa participation à ASC lui permet

de recueillir jusqu'aux deux tiers de ses recettes annuelles. «On mise beaucoup là-dessus. Cette année, on a déjà presque atteint notre objectif de 125 paniers. Et on n'a fait aucune publicité. L'an dernier, on avait un objectif de seulement 45 paniers, qu'on a eu de la difficulté à atteindre», note-t-elle.

## ... et «un petit rôti avec ça?»

«La demande pour la viande bio n'est pas encore élevée»

La viande biologique a gagné en popularité, mais surtout en accessibilité, au cours des deux dernières années. De plus en plus d'éleveurs, favorisant la production biologique, suivent la trace des producteurs maraîchers en investissant temps et énergie dans la distribution de paniers de viandes biologiques. Quand le réseau québécois Agriculture soutenue par la communauté (ASC) gagne la confiance des éleveurs.

Jusqu'à l'an dernier, il n'y avait que «deux ou trois fermes qui offraient de la viande» par l'intermédiaire de paniers biologiques, rappelle la coordonnatrice d'ASC chez Equiterre, Isabelle Joncas. En 2004, le nombre d'éleveurs s'est élevé à six. Cette année, il a grimpé à 12.

«Avec la conjoncture actuelle au niveau de la viande, on se rend compte qu'il y a de plus en plus d'éleveurs qui sont intéressés par ce fonctionnement, indique la responsable. Les fermes notent un intérêt pour une mise en marché plus directe qui leur permet de moins dépendre des mises en marché conventionnelles.»

Si, comme le souligne la responsable, il est plus facile pour les produits maraîchers d'accéder à des points de vente — boutique d'aliments naturels, par exemple — il en est autrement pour la vente de viandes biologiques, qui ne connaît pas encore la même popularité que celle des fruits et des légumes. «La demande pour la viande bio n'est pas encore élevée, donc il est plus difficile pour les éleveurs» de se tailler une place.

### Le fonctionnement

Le mode de distribution de la viande ressemble énormément à celui des fruits et légumes. Il s'agit donc d'une entente conclue entre les éleveurs et les consommateurs — qu'on appelle ici «partenaires» — qui permet à ces derniers de cueillir leurs coupes de viandes — de façon hebdomadaire ou toutes les deux semaines — à des points de chute prédéterminés. Comme pour les fruits et légumes, les éleveurs doivent respecter les critères de certification du biologique.

Depuis la fin des années 90, certains éleveurs, comme la ferme Le Crépuscule, se sont joints à ASC. Toutefois, le réseau a proposé cette année à l'ensemble des fermes participantes d'uniformiser leur façon de fonctionner en demandant à leur

clientèle de verser dès l'inscription la moitié du montant qu'elle envisage de déboursier au cours des six prochains mois.

«On propose aux gens de s'engager pour une période de six mois auprès des producteurs de viandes et de commander pour une valeur minimale de 200 \$ au cours de ces mois-là. Ce qui est demandé par la ferme, c'est de verser 50 % de ce montant-là dès le départ», explique-t-elle.

Une formule de type «payez avant et recevez ensuite» qui détonne par rapport à la formule «achetez maintenant et payez plus tard» à laquelle nous sommes généralement habitués. Ce fonctionnement permet, précise Mme Joncas, d'apporter une aide financière dès le début de la saison aux éleveurs qui acceptent de relever le défi du biologique. Une aide dont ils ont, pour la vaste majorité d'eux, grandement besoin.

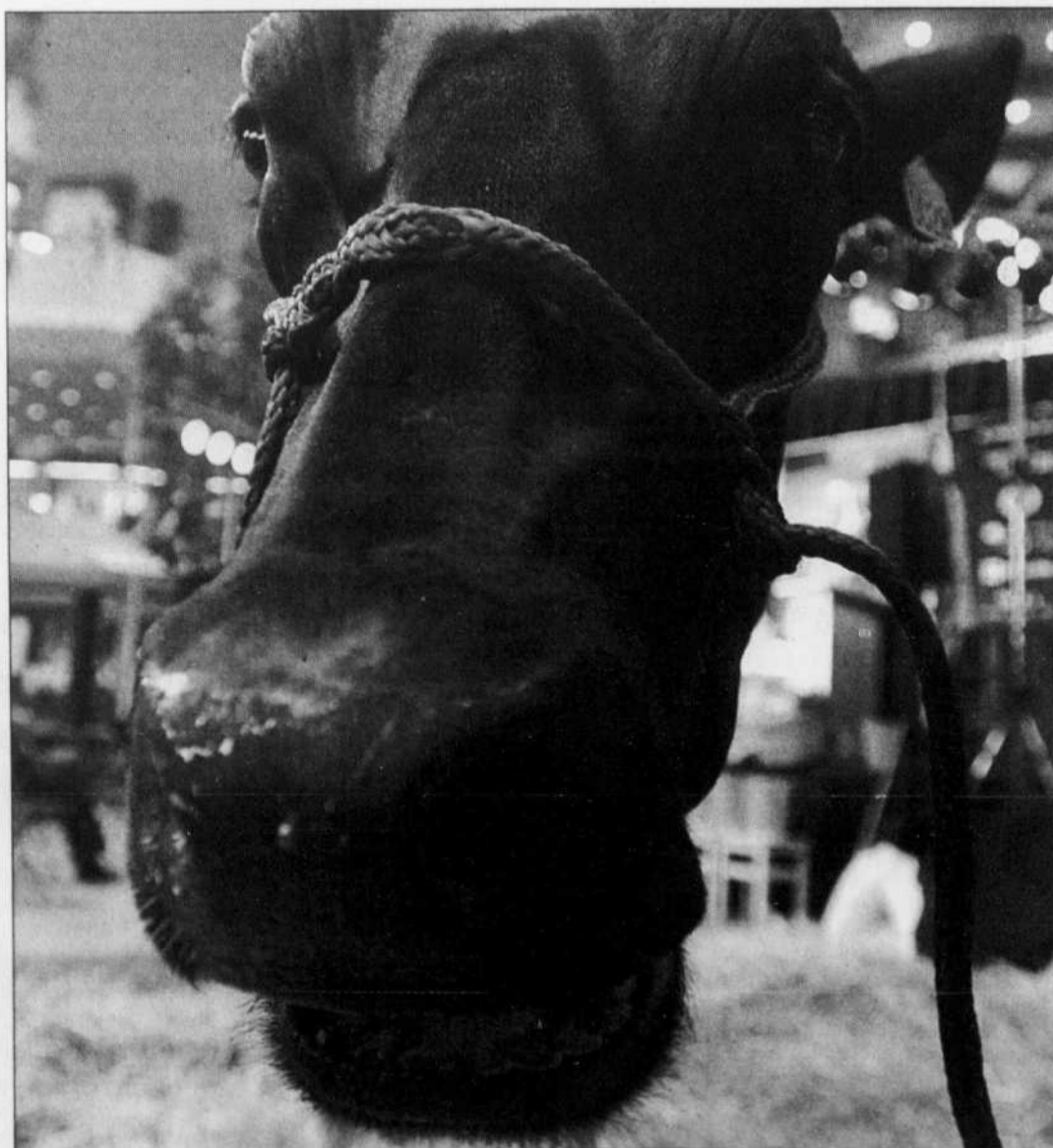
### Pour une logique du biologique

La propriétaire de la ferme Logi-bio, Louise Rioux, confie que la distribution de paniers de viandes biologiques «simplifie la mise en marché» tout en «sécurisant financièrement» son entreprise. Comme le souligne la propriétaire de cette ferme d'élevage mais également de produits maraîchers biologiques, ASC offre la possibilité aux fermes de planifier financièrement leur production, dans la mesure du possible, évidemment. Le réseau joue ainsi un rôle de filet financier. «Cela m'assure un revenu pour une certaine quantité. C'était important pour moi, parce qu'on ne peut pas vivre tout le temps d'à-peu-près.»

Mais, au-delà des considérations financières, Mme Rioux rappelle que l'aspect humain — le contact entre l'éleveur ou le producteur et ses «partenaires» — occupe une place importante. «Il y a un lien de confiance qui s'établit. Moi, je m'engage à produire des produits et eux s'engagent à les payer. Je me dis que j'ai 75 familles qui s'attendent à ce que je leur donne de bons produits, qui sont heureuses parce qu'elles reçoivent un produit de qualité à bon prix.»

L'éleveur bio s'engage à offrir de façon prioritaire ses coupes à la clientèle d'ASC, par rapport à ses autres modes de mise en marché. S'il en a évidemment. Un mode de distribution qui assure aux «partenaires» de recueillir une viande fraîche d'excellente qualité venant d'éleveurs qui donnent l'assurance d'élever et de nourrir leurs animaux dans les meilleures conditions possibles.

U. B.



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

«La demande pour la viande bio n'est pas encore élevée, donc il est plus difficile pour les éleveurs» de se tailler une place.

## • AGROALIMENTAIRE •

Prêt-à-manger

## De la « santé » au comptoir

Bien lire l'étiquette avant d'acheter la boîte!

Pas le temps de cuisiner, mais soucieux de manger santé? Vous êtes sûrement de ceux qui croient aux vertus des petits plats végés pré-cuisinés de type Commensal ou Fontaine Santé. Vous n'avez pas tort, mais voici un conseil: prenez le temps de lire la liste des ingrédients!

MYLÈNE TREMBLAY

On les retrouve au supermarché, au comptoir des mets préparés réfrigérés ou dans la section des surgelés. Ils se nomment végé-pâté, trempette aux épinards, casserole à la créole, chili mexicain, couscous aux légumes, émincé thaïlandais, potage à la courge, cretons végés, tourtière de millet, tartinade de tofu, salade de pâtes... Ils promettent tous fraîcheur (durée de vie déterminée!), qualité nutritive, saveurs naturelles et, dans certains cas, ingrédients biologiques.

«Nos produits sont naturels, sans agent de conservation, sans colorant et sans OGM. De plus, notre certification biologique avec BioEcoCert indique qu'on utilise des ingrédients biologiques dans certains de nos produits et que notre usine dispose d'un système de traçabilité pour empêcher toute entrée d'OGM», explique Pierre Laurence, vice-président des ventes et de la mise en marché des produits emballés du Commensal.

## Voir et vérifier

Vendus en épicerie sous l'étiquette Le Petit Chef, les plats cuisinés du Commensal font figure de leaders en la matière. Un peu plus loin se trouve Fontaine Santé, avec ses salades, sauces, trempettes et pâtés, qui s'inscrivent dans le créneau santé mais pas bio. «Notre credo est la fraîcheur des aliments que nous offrons à leur plus simple expression», indique Jean-François Colette, coordonnateur du marketing chez Fontaine Santé. Par exemple, l'humus comporte sept ingrédients dont aucun n'a un nom compliqué à prononcer!

Autant leur tendre l'assiette sans confession! Eh bien non, réplique Nathalie Jobin, nutritionniste et directrice de la nutrition et des affaires scientifiques



JACQUES NADEAU LE DEVOIR  
Les grandes chaînes d'alimentation se sont mises de la partie en proposant leur propre gamme de produits santé.

chez Extenso, un centre de référence sur la nutrition humaine. «Toutes les marques qui veulent s'afficher santé ont un souci d'enlever les gras trans dans leurs recettes — pas de viande, protéines végétales ajoutées... Par contre, même s'ils contiennent de bons gras, ces produits peuvent être tout de même très riches en lipides et ne pas être nécessairement une bonne source de protéines. Pour tous ces aliments préparés, il ne faut pas se fier uniquement à l'emballage ou à la réputation (de la marque). Il faut prendre le temps de regarder le tableau de la valeur nutritive et de regarder les ingrédients pour se faire une idée du contenu réel. Parfois, on peut avoir des surprises.»

Le Commensal et Fontaine Santé, pour ne parler que d'eux, sont bien conscients de ces critiques. «De plus en plus, on réduit nos taux de sodium et nos taux de matières grasses, indique Pierre Laurence. C'est impératif et ça fait partie de notre plan stratégique pour les cinq prochaines années. Tous les produits sont scrutés à la loupe pour offrir, en fonction d'un goût, les valeurs nutritives importantes. Il y a encore du travail à faire, mais si on se compare à tous les produits existant dans le marché du prêt-à-manger, on est encore en haut

de l'échelle.» Quant à Fontaine Santé, très au fait que sa fameuse trempette aux épinards est constituée aux deux tiers d'huile, elle entend bien proposer une version plus légère...

## Vive concurrence

L'un comme l'autre n'auront d'autre choix que de réviser leurs recettes s'ils veulent rester en tête du peloton, vu la concurrence de plus en plus féroce qui se livre au rayon du prêt-à-manger. Même les grandes chaînes d'alimentation se sont mises de la partie en proposant leur propre gamme de produits santé — pensons à Loblaws et son Choix du Président, à Provigo et sa ligne Bleue... En fin de compte, tous ces joueurs attirent de nouveaux consommateurs dans le giron du «manger sainement».

«Quand on n'a pas le temps de cuisiner, certains produits peuvent être effectivement de bonnes solutions de rechange, remarque Nathalie Jobin. Ils peuvent être un bon départ pour fabriquer autre chose à la maison. On part d'une soupe ou d'une sauce pour des pâtes et on complète en rajoutant des légumes. À nous de nous en servir comme un ingrédient de base pour préparer un repas plus complet et plus santé!»

BioFerme Laval

## Une grande aventure culinaire

Parmi les quelque 500 fermes biologiques spécialisées dans la production végétale et animale à travers le Québec, BioFerme Laval mérite le détour. C'est que l'entreprise de Sainte-Dorothée combine deux missions, l'une plus vitale que l'autre: non seulement elle offre une impressionnante gamme de produits frais en table champêtre, en boutique ou en panier, mais elle permet aussi à des personnes autistes de s'épanouir par leur labeur. Incursion dans une ferme unique au Canada.

paître uniquement à la table champêtre concoctée par le chef, Eric Long. Sachez d'abord que le service, tout à fait réussi, est assuré par des personnes qui présentent un trouble envahissant du développement, de l'autisme ou une déficience intellectuelle. Autrement dit, on y va bien sûr pour l'excellence de la nourriture, mais aussi dans l'intention de soutenir une entreprise d'économie sociale qui aide des gens en difficulté à s'épanouir grâce à une méthode de travail autre. Tout au long de la visite du *Devoir*, l'entretien avec le chef cuisinier sera d'ailleurs interrompu par de multiples directives à distribuer au personnel: «Les épices, ça va dans le réfrigérateur... Il ne faut pas mettre la salade au compost avec les sacs...»

## Plaisir

Achetée en 2001 par Les Entreprises Qualité de Vie, la ferme embauche une douzaine de ces travailleurs qu'elle répartit dans les différents ateliers — cuisine (table champêtre, transformation), céramique, ébénisterie, serres, animaux, champs, paniers bio... — dirigés par des professionnels de métier. «L'effet thérapeutique est incontestable, observe Eric Long. Il faut les voir le matin débarquer de l'autobus, ils sont heureux de travailler ici et on a du plaisir avec eux. Ils ont leur routine, se sentent utiles et ont droit à l'erreur.»

Vrai que l'environnement est propice au bonheur. Une fois repu, ou même avant de goûter aux délices de la table, une visite de la ferme s'impose. À l'arrière du bungalow, un petit étag artificiel jouxte la terrasse, qui côtoie le four à pain. Un peu plus loin, la boutique propose des petits plats cuisinés bio, des œufs bio, des légumes bio, des carrés aux dattes bio... Seules les assiettes, tasses, plats de service en céramique, faits à la main, ne le sont pas... Les petits comme les grands auront tout le loisir de déambuler sur le domaine — un centre d'interprétation a d'ailleurs été mis sur pied tout récemment — pour découvrir lapins, émeus, cochons, canards, pintades, agneaux, poules pondeuses, mais aussi tout ce que la terre offre de meilleur en matière de verdure. Quand on disait que ça valait le détour...

## Qualité

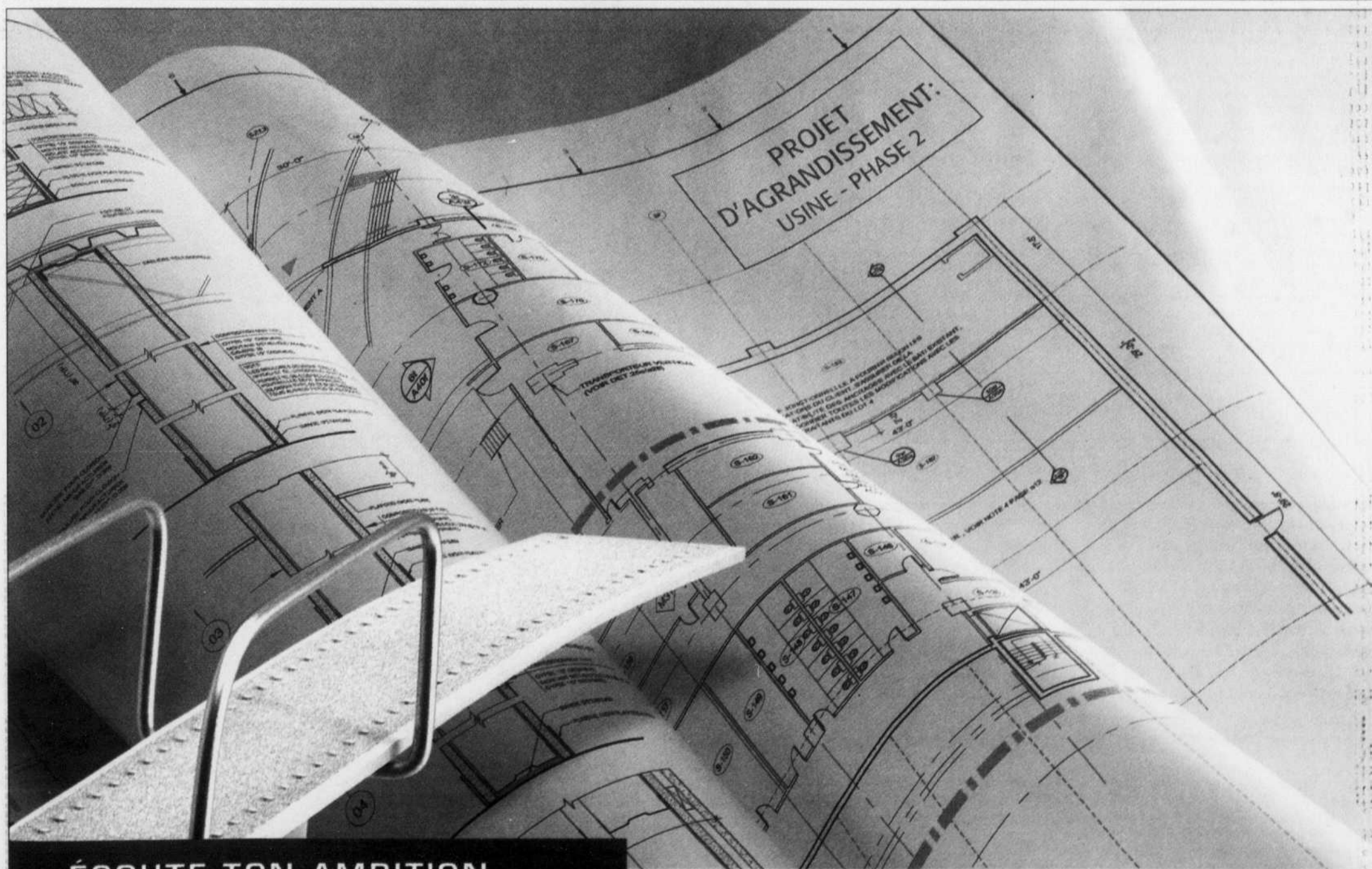
À chaque plat, on s'extasie en songeant que la quasi-totalité de ce qui échoue dans son assiette (celle-ci fabriquée, tout comme le reste de la vaisselle, à l'atelier de céramique attachant à la maison) provient du jardin et des enclos, juste là, derrière, et ne contient donc ni agent de conservation ni trace d'OGM... Pour se ravir ainsi la panse, on n'a qu'à appeler 24 heures d'avance, à choisir son emplacement en salle à manger ou en terrasse, selon le temps, à sortir de la ville l'instant d'un repas, à apporter son vin et à prévoir une quarantaine de dollars pour sept couverts (et si on désire un prix et un menu sur mesure, la chose demeure possible).

Mais il y a encore mieux à faire que se re-

M. T.

## BIOFERME LAVAL

573, rang Saint-Antoine  
Sainte-Dorothée, Laval  
(450) 962-5532  
[www.autisme-laval.org](http://www.autisme-laval.org)



## ÉCOUTE TON AMBITION

Penser stratégiquement, agir intelligemment. Les gens d'affaires qui écoutent leur ambition choisissent le Fonds de solidarité FTQ pour propulser leur entreprise vers le succès. Le Fonds de solidarité FTQ est un tremplin pour la croissance des PME et l'enrichissement du Québec.

Fort d'un actif qui dépasse les 5 milliards de dollars et d'un portefeuille d'investissement qui atteint plus de 2,7 milliards de dollars, le Fonds de solidarité FTQ investit et s'investit dans 2 148 entreprises syndiquées ou non, et ce, dans toutes les étapes de leur développement.

[www.fondsftq.com](http://www.fondsftq.com)

**FONDS**  
de solidarité FTQ  
La force du travail

# Connaissez-vous l'hummmus?

L'hummmus est une spécialité millénaire élaborée à partir de purée de pois chiches et de beurre de sésame. C'est un produit santé versatile qui accompagne à merveille viandes, brochettes et poissons grillés, que vous pouvez aussi utiliser comme trempette à légumes, ou tout simplement déguster avec du pain pita ou des craquelins.

## Idée santé

Remplacez la calorifique mayonnaise par de l'hummmus **Fontaine Santé**. Sa saveur est sans pareille, et vous réduirez votre consommation de gras !

Un aliment sain, nutritif et savoureux...

- Faible en gras
- Sans cholestérol
- Sans gras trans
- Bonne source de fibres

### Un aliment millénaire



400 ans avant Jésus-Christ, Platon et Socrate vantaient déjà les mérites et les bienfaits de l'hummmus.

## Recettes express :

### Sandwich roulé

Étendre de l'hummmus **Fontaine Santé** sur une tortilla, garnir de légumes au choix (p. ex., poivrons, tomates fraîches ou séchées, salade) et, pourquoi pas, de votre fromage préféré. Rouler le tout pour obtenir un délicieux sandwich roulé, nutritif et sain.

### Hummmus Party !

Évider un poivron rouge et le remplir d'hummmus **Fontaine Santé**. Servir en trempette avec un assortiment de légumes. Succès assuré !



### 7 saveurs uniques

- Traditionnel
- Ail rôti
- Baba Gannouj
- Caviar d'aubergine
- 7 poivres
- Aux légumes
- Épicé.

Bien manger est si naturel



Bien manger est si naturel



## Avec le hummmus :

- Rehaussez vos viandes et vos poissons
- Agrémentez vos légumes
- Tartinez vos craquelins ou votre pain
- Changez du fromage à la crème



Sans agent de conservation

Se simplifier la vie n'aura jamais eu si bon goût !