

Évaluation périodique des interventions de

**LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS
ACÉRIQUES DU QUÉBEC**

dans la mise en marché

**25 février 2003
Dossier 141-20-02**

TABLE DES MATIÈRES

1. LE MANDAT	3
2. LA SÉANCE PUBLIQUE	3
3. LES PARTICIPANTS	4
4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE	5
5. L'ÉVALUATION DE LA PERTINENCE ET DES RÉSULTATS DES INTERVENTIONS DU PLAN CONJOINT DES PRODUCTEURS ACÉRIQUES DU QUÉBEC	8
5.1 Présentation de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec	8
5.2 Présentation de Citadelle, Coopérative des producteurs de sirop d'érable	11
5.3 Présentation de l'Institut québécois de l'érable inc.	13
6. IDENTIFICATION DES CIBLES STRATÉGIQUES ET DES PRIORITÉS DE L'ADMINISTRATEUR DU PLAN CONJOINT EN VUE D'OPTIMISER LA MISE EN MARCHÉ DU PRODUIT VISÉ	13
7. L'ANALYSE ET LES COMMENTAIRES	14
8. LES RECOMMANDATIONS	15

TABLEAUX

Tableau 1- Consommation québécoise apparente de sucre raffiné, de miel et de sucre d'érable – par personne, en kilogramme	5
Tableau 2- Production et recettes monétaires des produits de l'érable	6
Tableau 3- Prix moyen annuel des produits de l'érable au Québec	7
Tableau 4- Indicateurs de performance	11

1. LE MANDAT

L'article 62 de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche* (L.R.Q., c. M-35.1) prévoit que la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec doit procéder à une évaluation périodique des interventions des plans conjoints de mise en marché.

En effet, cet article précise que :

62. À la demande de la Régie et au plus tard à tous les cinq ans, chaque office établit devant la Régie ou devant les personnes qu'elle désigne pour lui faire rapport, que le plan et les règlements qu'il édicte servent les intérêts de l'ensemble des producteurs et favorisent une mise en marché efficace et ordonné du produit visé.

La Régie donne alors aux personnes intéressées à la mise en marché du produit visé l'occasion de présenter leurs observations sur l'application du plan et des règlements concernés.

C'est en regard de cette obligation que la Régie a procédé à l'évaluation des interventions de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (la Fédération) dans la mise en marché en vertu du plan conjoint qu'elle administre. Il s'agissait du second exercice d'évaluation périodique, le premier ayant eu lieu le 26 novembre 1996.

2. LA SÉANCE PUBLIQUE

La Fédération et les intervenants de l'industrie ont été invités par la Régie à participer à une séance publique, le 14 novembre 2002, à Victoriaville, afin de procéder à l'évaluation des interventions de l'administrateur du plan conjoint dans la mise en marché. La Régie a fait publier préalablement un avis de séance publique dans le journal « La Terre de Chez Nous ».

Les objectifs poursuivis lors de cette rencontre étaient :

- de recevoir le rapport des administrateurs de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, chargés de l'administration du plan;
- d'évaluer la pertinence et les résultats des interventions du plan dans la mise en marché du produit visé;
- d'entendre les réactions, commentaires et attentes des autres intervenants;
- d'être informé des cibles stratégiques et des priorités de la Fédération en regard d'une mise en marché ordonnée pour les prochaines années;
- de permettre aux représentants de la Régie d'apprécier les actions des administrateurs du plan depuis la dernière évaluation, d'en comprendre toute la portée et de contribuer à l'amélioration de ses interventions.

La Régie a invité la Direction de la recherche économique, du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), à préparer une monographie du secteur qui a été distribuée aux invités préalablement à la séance publique. La Régie a invité la représentante de cette direction à présenter la synthèse de cette monographie aux participants lors de la séance.

À la suite de cette présentation, la Fédération a soumis à la Régie son évaluation de la pertinence et des résultats de ses interventions dans la mise en marché du produit visé. Citadelle, Coopérative des producteurs de sirop d'érable et l'Institut québécois de l'érable inc. ont également fait des présentations. Les intervenants ont été invités à présenter leurs commentaires et observations après chacune des présentations. Les documents déposés lors de la séance sont disponibles à la Régie.

Le présent document constitue le rapport de cette évaluation. Il fait état des présentations et des opinions exprimées lors de la séance et il résume les interventions réalisées par la Fédération. Il précise les cibles stratégiques et les priorités retenues par la Fédération pour les prochaines années. Il présente finalement l'analyse de la situation ainsi que les recommandations de la Régie à la Fédération.

3. LES PARTICIPANTS

La Régie est représentée par :

Monsieur Jean-Claude Blanchette, vice-président à la Régie, président de la séance
Monsieur Lévis Brien, régisseur
Monsieur Jean-Claude Dumas, régisseur
Monsieur Normand Roy, agent de recherche.

Les personnes et organismes ayant répondu à l'invitation de la Régie sont :

- **La Fédération des producteurs acéricoles du Québec,**

Monsieur Pierre Lemieux, président
Monsieur Serge Beaulieu, vice-président
Monsieur Normand Foisy, administrateur
Monsieur Gilles Marchand, administrateur
Monsieur Charles-Félix Ross, secrétaire
Me Louis Coallier, avocat

- **Citadelle, Coopérative des producteurs de sirop d'érable,**

Monsieur René Arès, président
Monsieur Luc Lussier, directeur général
Monsieur Jean-Marie Chouinard, secrétaire

- **L'Institut québécois de l'érable inc.,**

Monsieur Bernard Prince, président

- **La Samarre,**

Monsieur Mario Fortier, directeur général

- **Le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec,**

Monsieur Richard Pelletier, directeur délégué à l'acériculture

Direction de la recherche économique

Madame Julie Labrecque, agente de recherche

Direction de l'appui à l'inspection des aliments

Madame Line Beaumont, spécialiste en sciences physiques

- **L'Union des producteurs agricoles,**

Direction de la commercialisation

Madame Anne-Marie Granger Godbout, agente de commercialisation.

4. LA SITUATION DE L'INDUSTRIE

Madame Julie Labrecque présente la monographie de l'industrie acéricole au Québec, réalisée par la Direction de la recherche économique, en abordant les aspects suivants : les marchés, la production, l'organisation de la mise en marché au Québec, la transformation, la recherche en acériculture et sur les produits de l'érable et la Filière acéricole.

Les marchés

L'industrie acéricole est concentrée sur le territoire Nord-Est de l'Amérique du Nord. La demande mondiale estimée annuellement est de l'ordre de 88 millions de livres dont 85 % est produit par le Canada et le reste par les États-Unis. Le sirop d'érable est un produit sucrant unique et reste encore méconnu des consommateurs canadiens. Le tableau 1 illustre la consommation québécoise apparente de sucre raffiné, de miel et de sucre d'érable, par personne, en kilogramme. La consommation apparente du sirop d'érable est relativement faible par rapport à celle du miel ou du sucre raffiné.

Tableau 1 : Consommation québécoise apparente¹ de sucre raffiné, de miel et de sucre d'érable, par personne, en kilogramme

Année	Sucre raffiné ²	Miel	Sucre d'érable ³
1997	34,53	0,87	0,19
1998	33,02	1,29	0,15
1999	33,55	0,87	0,13
2000	35,35	0,66	0,24
2001	34,06	0,82	0,21

- (1) Résultat du calcul de l'offre nette du produit, divisée par la population canadienne et multipliée par le facteur-goût attribué au Québec.
- (2) Inclut le sucre destiné aux ménages et aux entreprises (pâtisserie et confiserie).
- (3) Tous les produits (tire, beurre et sirop) sont convertis en équivalent de sucre d'érable, exprimés en kilogramme.

Sources : Statistique Canada, Consommation des aliments au Canada
Statistique Canada, Dépenses alimentaires des familles au Canada, 1996
MAPAQ, Direction de la recherche économique

Les facteurs influençant la consommation de produits acéricoles sont la saisonnalité de la production, le peu d'information sur la conservation du sirop, la méconnaissance du produit chez les populations ethniques, la faible utilisation du produit dans le réseau HRI (hôtellerie, restauration, institution), les nouvelles habitudes alimentaires, l'image du produit et le fait qu'il s'agit d'un produit non essentiel.

Entre 1997 et 2001, les exportations canadiennes ont augmenté de 21 % pour atteindre 61 millions de livres. Pour la même période, la valeur des exportations est passée de 104,5 à 128,6 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 23 %. Pour l'année 2001, les exportations canadiennes proviennent à 81 % du Québec, à 13 % de l'Ontario, à 4 % du Nouveau-Brunswick et à 2 % des autres provinces. Entre 1997 et 2001, les exportations québécoises ont connu une hausse, en quantité, de 11 % et la valeur des exportations s'est accrue de 12 %. En 2001, les États-Unis, le bloc européen et le bloc asiatique achètent respectivement 81 %, 13 % et 4 % des exportations québécoises. Pour la période de 1997 à 2001, ces exportations sont respectivement à la hausse de 13 %, 6 % et 1 %.

La production

En 2001, la production mondiale estimée était de 78,4 millions de livres. À cette période, le Canada a produit 66,9 millions de livres, la contribution du Québec étant de 62,4 millions de livres et celle des autres provinces, de 4,5 millions de livres, ce qui représente respectivement 93 % et 7 % de la production canadienne. En 2001, les États-Unis participent pour 11,6 millions de livres de la production mondiale.

Entre 1998 et 2001, au Québec, le nombre d'entreprises en production est demeuré stable soit près de 8 000 mais le nombre d'entailles était en hausse de 13,6 % pour atteindre, en 2001, 32,5 millions. Les principales régions productrices au Québec sont Chaudière-Appalaches (43 %), Bas-St-Laurent / Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine (17 %), Estrie (13,5 %) et Mauricie / Centre-du-Québec (10 %). Au Québec, la production acéricole se fait par des entreprises de tailles diverses puisque 51 % d'entre elles ont moins de 3 000 entailles et 11,7 % ont plus de 10 000 entailles. Le volume de production acéricole québécois (équivalent sirop) a affiché une augmentation de 8 % entre 1998 et 2001 atteignant, en 2000, un sommet record avec plus de 91 millions de livres. Depuis 1999, la quantité de sirop d'érable produite dépasse les 60 millions de livres, ce qui correspond au volume mis en marché (consommation intérieure et exportations) par les acériculteurs québécois. Pour l'année 2001, au Québec, les recettes monétaires des produits de l'érable sont de 123,2 millions de dollars ce qui correspond à 2,2 % des recettes totales de la production agricole au Québec. Entre 1997 et 2001, les recettes monétaires du secteur acéricole ont connu une hausse de 6,3 %, ce qui est inférieur à l'accroissement de 19 % pour l'ensemble du secteur agricole.

Selon le tableau 2, entre 1997 et 2001, l'industrie acéricole canadienne a affiché une croissance de 6 % de la production et de 14 % de la valeur brute des produits de l'érable. Au Québec, le volume de production acéricole a enregistré une hausse de 7 % tandis que les recettes monétaires inscrivait une augmentation de 6 %. Pour les autres provinces canadiennes, la valeur brute est demeurée stable alors qu'une baisse de 6 % du volume de production est observée. Aux États-Unis, une baisse de 20 % est enregistrée pour le volume et la valeur de la production.

Tableau 2 : Production et recettes monétaires des produits de l'érable
(en million de livres et de dollars)

Année	Québec		Autres provinces		Canada		États-Unis		Total	
	Livres	\$	Livres	\$	Livres	\$	Livres	\$	Livres	\$
1997	58,0	115,9	4,7	15,2	62,7	121,1	14,4	35,2	77,1	156,3
1998	56,9	122,7	4,3	14,8	61,3	137,5	12,8	32,2	74,1	169,7
1999	68,7	131,4	5,2	16,0	73,9	147,4	13,1	32,8	87,0	180,2
2000 ^(e)	91,0	158,8	6,0	22,3	97,0	181,0	13,6	33,9	110,7	215,0
2001 ^(e)	62,4	123,2	4,5	15,2	66,8	138,4	11,6	28,2	78,4	166,6

(e) : Estimation

Sources: New England agricultural Statistics Service, USDA
Statistique Canada
GREPA, Consultants en agroalimentaire
Institut de la statistique du Québec
MAPAQ, Direction de la recherche économique

L'organisation de la mise en marché au Québec

En acériculture, les prix ne sont pas toujours établis en fonction des signaux de marché. Il y a peu d'écart de prix entre les classes de produits, alors que l'industrie approvisionne trois marchés très différents soit la consommation de masse, les produits fins et les produits industriels. Le prix établi vise à assurer un revenu constant pour le producteur et il est basé sur la variation de l'offre plutôt que sur la variation de la demande. Depuis les cinq dernières années, le prix moyen des produits de l'érable a augmenté. Ainsi, en 2001, selon le tableau 3, le prix moyen pondéré payé aux acériculteurs du Québec a été de 1,98 \$/lb comparativement à 1,85 \$/lb pour 1997.

Tableau 3 : Prix moyen annuel des produits de l'érable au Québec

Catégories	Unité	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne ⁽¹⁾
Prix du sirop au détail (e)	\$/lb	2,89	3,10	3,00	2,87	2,81	2,93
Prix du sirop en vrac (e)	\$/lb	1,93	2,08	1,80	1,40	2,10	1,86
Prix moyen pondéré ⁽²⁾	\$/lb	1,85	2,20	1,85	1,56	1,98	1,95

(1) Moyenne arithmétique

(2) Prix moyen pondéré est obtenu en 1997 selon une compilation et pour les années 1998 à 2001 selon les prix de la convention

(e) Estimation

Sources : Institut de la statistique du Québec, données non publiées
MAPAQ, Direction de la recherche économique

Les produits acéricoles sont mis en marché par deux grands réseaux, soit les ventes directes à la ferme et la vente en grands contenants qui représentent, respectivement, environ 15 % et 85 % des ventes pour l'année 2001.

Le *Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec* prévoit que la Fédération peut réglementer et organiser la production et la mise en marché du produit visé conformément aux pouvoirs qui lui sont conférés par la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche*. Depuis le 28 février 2002, la Fédération, qui est l'agent de vente exclusif du produit, administre l'agence de vente qui reçoit et met en marché tout le sirop d'érable vendu en grands contenants de plus de cinq litres. De plus, le secteur acéricole commercialise depuis 1998 son sirop d'érable selon les dispositions d'une convention de mise en marché entre la Fédération, les coopératives acéricoles et les acheteurs du produit visé par le plan.

Le producteur est le premier responsable de la qualité du sirop d'érable qu'il fabrique puisque la concentration du sucre par évaporation de l'eau peut accentuer jusqu'à un facteur de 40 fois des défauts présents dans l'eau d'érable. Le sirop d'érable est classifié à partir de normes commerciales qui sont sous la responsabilité de la Fédération qui a désigné Cintech Agroalimentaire (Cintech AA), à titre d'agent exclusif, en vertu du *Règlement des producteurs acéricoles sur les normes de qualité et de classement* ainsi que de la *Convention de mise en marché du sirop d'érable pour la récolte 2002*. Il y a aussi l'inspection en vertu de la *Loi sur les produits alimentaires* (L.R.Q., c. P-29), sous la responsabilité du MAPAQ, qui vise à assurer l'innocuité, la salubrité et l'authenticité du produit.

L'impact de la promotion est directement proportionnel à l'investissement consenti. Le développement additionnel de nouveaux marchés passe par des efforts de promotion en investissant plus d'argent, en s'appuyant sur la qualité et l'authenticité du produit, en se basant sur une connaissance de la clientèle et de ses besoins et en regroupant les intervenants pour une promotion générique.

La transformation

Le sirop d'érable en baril est un produit de première transformation et le sirop d'érable conditionné (mis en bouteille ou en contenant métallique), pour le marché de détail, est considéré par l'industrie comme un sirop ayant subi une deuxième transformation, au même titre que les produits dérivés du sirop d'érable tels que la tire, le beurre, la gelée et le sucre d'érable. Les produits dérivés servant d'ingrédients sont considérés comme produits de troisième transformation. L'industrie de la transformation se caractérise à la fois par un grand nombre d'entreprises de petite taille de type familial et artisanal et par un nombre restreint d'entreprises industrielles. Ces entreprises industrielles sont soit spécialisées dans le conditionnement ou la fabrication de produits dérivés ou représentent des entreprises manufacturières.

La recherche en acériculture et sur les produits de l'érable

Le Centre de recherche, de développement et de transfert technologique acéricole inc. (Centre ACER) regroupe la majeure partie des ressources intéressées à la recherche dans le domaine acéricole au Québec. Pour l'année 2001, le financement provient du MAPAQ (691 607 \$), du ministère des Ressources naturelles (MRN) (40 000 \$) et du privé (215 000 \$). Ses activités de recherche sont majoritairement orientées vers la production et peu en transformation.

Les universités québécoises ont consacré des budgets de l'ordre de 63 044 \$ à la recherche acéricole, en 2000. Le Centre de recherche et de développement sur les aliments de Saint-Hyacinthe (CRDA) a participé en 2000 au projet de caractérisation des saveurs du sirop en collaboration avec le Centre ACER. Le secteur privé finance également certains travaux de recherche mais il existe peu d'information sur les projets réalisés et les investissements consentis, mis à part des sommes investies dans le Centre ACER. Entre 1995 et 2000, ce sont l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal qui ont été les plus actives. Les autres universités qui se sont intéressées ou s'intéressent à ce secteur d'activité sont McGill et Concordia, de même que l'Université du Québec à Rimouski.

La filière acéricole

La filière acéricole est en activité depuis 1995. Ses membres proviennent des secteurs de la production, de la transformation, de la commercialisation, de la distribution, des fabricants d'équipement, de la restauration, de la promotion et des gouvernements. Elle a pour but la concertation des intervenants pour le développement du secteur acéricole.

5. L'ÉVALUATION DE LA PERTINENCE ET DES RÉSULTATS DES INTERVENTIONS DU PLAN CONJOINT DES PRODUCTEURS ACÉRIQUES DU QUÉBEC

5.1 Présentation de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec

La Fédération dépose un rapport dont l'essentiel est résumé ci-après.

Monsieur Charles-Félix Ross fait un bref exposé de la mission et des activités de la Fédération. Annuellement, la Fédération investit, à partir des contributions des producteurs au plan conjoint, près de 5 millions de dollars dans le financement d'activités servant les intérêts des acériculteurs et favorisant une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé.

Les quelque 8 000 entreprises acéricoles génèrent des recettes monétaires de 150 millions de dollars à la ferme. Pour certains producteurs, l'acériculture représente la source de revenus la plus importante. Les actifs à la ferme totalisent près d'un milliard de dollars. Depuis 1993, les recettes monétaires ont triplé et le nombre d'exploitations a plus que doublé. Le Québec produit 75 % de la production mondiale et 80 % de celle-ci est exportée dans plus de 32 pays.

En vertu des pouvoirs du plan conjoint, plusieurs règlements ont été adoptés ou modifiés par la Fédération depuis la dernière évaluation quinquennale.

En 1997, le *Règlement imposant aux producteurs acéricoles une contribution spéciale pour fin de développement des marchés* a été modifié afin de financer les activités liées au développement des marchés; cela a permis à la Fédération de s'engager pour un montant de 120 000 dollars annuellement au financement des activités du Centre ACER. Le *Règlement des producteurs acéricoles sur la contribution pour l'application du plan conjoint* a été adopté pour financer l'administration générale du plan conjoint.

En 2000, le *Règlement des producteurs acéricoles sur la contribution spéciale pour l'établissement d'un fonds pour la gestion des surplus de production* a été adopté pour gérer les surplus de production et pour maintenir les prix du produit visé aux producteurs.

En 2001, le *Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec* a été modifié pour préciser le produit visé par le plan afin d'inclure l'eau d'érable, le concentré d'eau d'érable et le sirop d'érable produit au Québec. Le *Règlement sur les surplus de la récolte 2000 des producteurs acéricoles* a été adopté pour prévoir les dispositions relatives à la mise en marché par la Fédération des surplus de la récolte 2000.

En 2002, le *Règlement des producteurs acéricoles sur les normes de qualité et le classement* est entré en vigueur afin de soumettre la mise en marché de produits en grands contenants à des normes de classement ainsi qu'à la procédure de vérification de la qualité et de classement par des personnes désignées par la Fédération. Le *Règlement imposant aux producteurs acéricoles une contribution spéciale pour fin de contrôle de la qualité* a été modifié pour financer les activités de classement et d'inspection. Le *Règlement sur l'agence de vente des producteurs acéricoles* a désigné la Fédération en tant qu'agent de vente exclusif du produit. Ce règlement prévoit aussi que la Fédération peut retenir les services d'acheteurs autorisés et établir les modalités de paiement du sirop d'érable. Le *Règlement des producteurs acéricoles sur l'utilisation de la formaldéhyde* a interdit l'utilisation de la formaldéhyde et la commercialisation en petits contenants du sirop produit par un producteur qui contrevient au Règlement.

Pour les six dernières années, les interventions de la Fédération dans le cadre de l'administration du plan conjoint ont été nombreuses et variées. En 1996-1997, Hydro-Québec a accepté de facturer le tarif domestique aux exploitations acéricoles utilisant la technologie de l'osmose inversée qui accroît la productivité des entreprises acéricoles.

Le Regroupement pour la commercialisation des produits de l'érable du Québec inc. (RCPEQ), en classifiant le produit, procédait au dépistage du sirop d'érable en vrac dont la teneur en iode dépassait la norme de 1 p.p.m.. Ce sirop était alors saisi par le MAPAQ afin d'enrayer son utilisation par certaines entreprises acéricoles, ce qui menaçait l'image du produit; cette pratique fut rapidement abandonnée.

En 1997-1998, une première convention de mise en marché est en vigueur depuis la suspension de celle de 1992. Elle établit des prix minimums, oblige les acheteurs à faire classer et inspecter les sirops qu'ils achètent, décrète les modalités du système de classement, encourage par des incitatifs monétaires la production de sirop de qualité, permet le financement des activités de classement à parts égales entre les acheteurs et les producteurs et encadre le processus de négociation entre les acheteurs et les producteurs. La Fédération et d'autres partenaires ont mis sur pied le Centre Acer afin de regrouper la majeure partie des ressources intéressées à la recherche en acériculture. La Fédération s'est associée à parts égales avec la Fédération des producteurs de bois pour la publication du magazine « Forêt de chez nous » afin de fournir aux producteurs de l'information de pointe sur l'évaluation technologique, les projets de plan conjoint et les actualités acéricoles. La Fédération s'est impliquée dans la négociation des indemnités à verser aux exploitations acéricoles affectées par le verglas.

En 1998-1999, la Fédération a investi dans une campagne de promotion générique à l'échelle provinciale afin d'accroître les ventes de sirop d'érable. La Fédération a supervisé et réalisé des enquêtes statistiques pour établir le niveau de la récolte québécoise de sirop d'érable puisque cette information est essentielle à une mise en marché efficace car elle permet de bonnes décisions au moment opportun en ce qui concerne les stratégies de promotion, la gestion des inventaires et l'établissement des prix. La Fédération a administré le programme de retrait de surplus de la récolte 2000. Elle a négocié une entente avec une entreprise de Saint-Antoine-de-Tilly qui a reçu près de 50 000 barils et les a conditionnés. La Fédération a dû acquérir plus de

30 000 barils neufs afin de retourner aux producteurs les barils nécessaires pour la prochaine récolte. La Fédération a obtenu de Santé Canada l'homologation de l'alcool dénaturé; ce produit représente une alternative à l'utilisation de la paraformaldéhyde pour la désinfection des entailles. Une entente est intervenue avec la compagnie Domtar pour l'établissement de normes visant les interventions forestières dans ses érablières situées en zone agricole.

En 2000-2001, devant les inventaires accumulés par l'industrie, un moratoire sur l'émission des permis d'érablière en terre publique est adopté suite aux recommandations de la Fédération. Le MRN a suspendu l'émission de nouveaux permis d'érablière en terre publique; cette politique est maintenue en 2002.

En 2001-2002, la Fédération a reçu et défendu près de 190 griefs de producteurs et présenté plusieurs requêtes afin de contraindre les acheteurs à respecter les prix décrétés par la Régie au cours de l'année de commercialisation 2000. Le *Règlement des producteurs sur l'utilisation de la formaldéhyde* a été adopté devant la menace d'embargo par le gouvernement américain et la Fédération a assisté les autorités gouvernementales dans la vérification et l'inspection des érablières au printemps 2002.

L'implantation de l'agence de vente a exigé de la Fédération un travail imposant. La Fédération a conclu des ententes avec les entreprises Décacer et Citadelle pour recevoir et entreposer le sirop d'érable des producteurs et avec Cintech AA afin de lui confier le mandat de classification et de vérification du sirop d'érable en grands contenants. La Fédération a fait développer divers logiciels afin de gérer l'information du classement, les avances et les paiements aux producteurs, le suivi des inventaires et les ventes de sirop d'érable aux acheteurs. Elle a administré un programme d'avance financière pourvu d'une ouverture de crédit de 100 millions de dollars consentie par la Financière agricole du Québec. Ce programme a permis aux producteurs de bénéficier tôt en saison ou à la livraison du sirop d'une avance financière sans intérêt et représentant un pourcentage élevé de la valeur de leur récolte. Parallèlement à ce programme, la Financière agricole a accepté de prendre en charge les intérêts sur les ouvertures de crédit consenties aux producteurs qui ont livré leur sirop dans le cadre du programme de retrait de surplus de la récolte 2000. Ces deux programmes étaient conditionnels à l'engagement de la Fédération à constituer dans un délai de 6 ans une réserve stratégique de 15 millions de dollars et à l'engagement des acériculteurs d'accepter une réduction de la contribution gouvernementale au compte de stabilisation du revenu agricole (CSRA).

La Fédération a également conclu avec Agriculture et Agroalimentaire Canada une entente relative au programme d'avance de crédits printaniers. À la première année de fonctionnement de l'agence de vente, la Fédération a effectué le paiement à 6 200 producteurs, supervisé le classement et l'inspection de près de 150 000 barils de sirop d'érable, procédé à la vente d'environ 60 millions de livres de sirop et assuré la gestion des inventaires dans plus d'une cinquantaine d'entrepôts appartenant à des acheteurs autorisés. La Fédération a mis en place et a soutenu par ses activités de promotion un programme de certification des entreprises acéricoles, SIROPRO, qui vendent leur sirop d'érable en petit contenant sur le marché du détail au Québec.

De l'avis de la Fédération, les résultats des interventions du plan conjoint dans la mise en marché du produit visé sont plus qu'excellents, le tableau 4 présente les indicateurs de performance établis à partir de valeurs moyennes.

Tableau 4 : Indicateurs de performance

Indicateur de performance	Examen quinquennal 1990 à 1996	Examen quinquennal 1997 à 2002	Variation en pourcentage (%)
Nombre d'entailles (000)	20 121	29 984	+ 49 %
Récolte (000 livres)	43 397	65 476	+ 51 %
Prix moyen du sirop d'érable (\$/livre)	1.57	1.92	+ 22 %
Revenus/entaille (\$/entaille)	3.42	4.14	+ 21 %
Chiffres d'affaires à la ferme (000 dollars)	68 908	124 007	+ 80 %
Exportations canadiennes (000 livres)	33 726	55 191	+ 64 %
Exportations canadiennes (000 dollars)	73 687 ^(e)	114 695	+ 56 %

(e): de 1993 à 1996

Source : La Fédération des producteurs acéricoles du Québec

Selon les estimations de la Fédération, le programme de retrait des surplus de la récolte 2000 a permis des revenus supplémentaires à la ferme de près de 110 millions de dollars.

La mise en marché du sirop d'érable en grands contenants se fait par l'agence de vente en vertu de la convention avec les acheteurs. L'industrie est bien positionnée en terme de recherche et développement par le support des activités du Centre Acer. De plus, la production acéricole répond aux nouvelles tendances des consommateurs pour les produits naturels, de santé ou biologiques.

Selon la Fédération, des opportunités de développement ont été créées avec l'entrée en vigueur de l'agence de vente en stabilisant les prix et les approvisionnements de sirop d'érable en vrac contrôlés, à un coût abordable et uniforme, ce qui permet le déploiement de stratégies de promotion et de développement des marchés plus agressives. L'agence permet aussi d'introduire à moyen terme une politique de discrimination des prix selon l'utilisation du sirop dans le but d'optimiser la vente des produits de l'érable en développant certains créneaux de marché.

Le secteur est menacé par l'absence de développement des marchés et par la surcapacité de production puisqu'une accumulation trop grande d'inventaires pourrait faire perdre ou réduire le financement accordé à l'agence de vente et rendre difficile son application. Les contestations et le non-respect du système de mise en marché sont des menaces pour la mise en marché ordonnée du produit visé. De plus, l'industrie n'est pas à l'abri d'une baisse drastique de la demande advenant un problème majeur relié à la qualité.

La Fédération est favorable à la concertation des intervenants de l'industrie pour le développement du secteur acéricole.

5.2 Présentation de Citadelle, Coopérative des producteurs de sirop d'érable

M. Luc Lussier, directeur général de Citadelle, dépose un document dont l'essentiel se résume ainsi :

M. Lussier mentionne que la mise en place de l'agence de vente ne respecte pas la réalité coopérative ni ce qui a été réalisé jusqu'ici par une organisation appartenant à des producteurs comme la coopérative Citadelle. L'instauration de l'agence de vente rompt le lien d'usage avec les sociétaires. Ce lien d'usage ne se définit pas uniquement par la livraison de son produit à la coopérative mais aussi par la

possibilité d'en retirer la pleine valeur. Les revenus de la vente de sirop de Citadelle servent à payer la Fédération et cette dernière en fait le partage entre tous les acériculteurs sans égard à leur contribution à construire avec les années l'infrastructure de transformation et l'ensemble des marchés d'exportation. Pour les sociétaires cela constitue une expropriation de ce qu'ils ont bâti.

Citadelle n'est pas en situation de surplus parce qu'elle a fait les interventions et les investissements nécessaires. Les sociétaires se retrouvent maintenant à payer pour les surplus des producteurs qui ne se sont pas souciés de développer des marchés mais à vendre le plus vite possible après la récolte. Citadelle ne prône pas une mise en marché complètement déréglementée. Il faut régir les industries qui ne sont pas dans une structure et tenir compte que nous ne sommes pas à l'année zéro.

La principale difficulté de l'industrie est liée à la capacité de mettre en marché la totalité de la production en tenant compte de la méconnaissance du produit et de son prix élevé lorsque comparé aux autres sources de sucre. Le sirop d'érable est un produit qui se noie parmi tous les sirops fabriqués à partir de sucres de toutes natures. Il est difficile d'en faire la distinction sauf en le distinguant par sa saveur et la pureté de sa composition. Le sirop d'érable est peu ou pas concurrencé par un produit identique.

Le coût de production et le prix de vente sont relativement élevés. Il faut donc user d'astuces pour réussir à écouler le produit sur l'ensemble des marchés et conserver un bon prix. La distribution est coûteuse, l'espace tablette étant important, le consommateur se voit offrir un petit étalage considérant la faible vélocité des ventes et, de plus, les détaillants requièrent des marges élevées. La publicité de masse exige beaucoup d'investissements de la part de cette petite industrie pour être efficace.

La plus importante réalisation est la mise en place d'un système de classification dont les volumes vérifiés confirment la performance. Il est à noter que cette réalisation a été amorcée par le RCPEQ. Selon Citadelle, en reliant le paiement à la classification, un grand volume sera traité tant et aussi longtemps que les producteurs et les acheteurs respecteront les conventions.

Le financement accordé par la Financière agricole du Québec aux producteurs permet d'obtenir de l'argent et, considérant que cette formule est basée sur l'endettement, il faudra surveiller tout surplus sinon des limitations d'avances en fonction des surplus de chacune des classes pourraient être observées. C'est à ce moment que le système atteindra ses limites et certains trouveront leur compte à passer à côté du système. Les prix n'étant plus soutenus auront tendance à s'effondrer et, considérant que le système actuel crée une illusion que tout va bien, les producteurs y voient un encouragement à produire, ce qui va empirer la situation.

Citadelle a mis sur pied un système adapté à la réalité de l'industrie en faisant la gestion des surplus. La valeur du produit doit s'ajuster à la demande. « Ce système régissait le maintien d'un prix payé par tous les acheteurs sans possibilité de vente au noir. Il régissait aussi le volume de production en limitant la croissance lorsqu'il y a des surplus .».

Selon Citadelle, la convention de mise en marché modifie l'élément de concurrence puisqu'il y a introduction d'une notion d'acheteur et d'acheteur autorisé qui déstabilise l'industrie au lieu de la réguler. L'agence de vente devient par la convention la seule entité « fournisseur » à un acheteur autorisé. L'application du règlement de vente usurpe les droits des coopératives et ne reconnaît pas l'apport autre que d'être des acheteurs de sirop d'érable. Les nouveaux marchés qui se présenteraient seraient ceux de remplacement ou de développement, qui seraient en sorte une opportunité d'avoir un meilleur prix pour la Fédération plutôt qu'un acheteur transformateur qui est en lien exclusif avec celle-ci. Le plan conjoint limite l'accessibilité à la production de base et oblige l'approvisionnement d'avance pour les clients qui peuvent acheter ailleurs aux mêmes conditions. Il faut éviter la possibilité que le client se dise acheteur et achète directement de la Fédération. La transparence de l'application des règles et de la convention est primordiale pour le développement de l'industrie.

Le programme de certification « Pur Érable » vise la reconnaissance de la pureté du produit et fait la promotion du sirop d'érable pur en obligeant les entreprises de transformation à se doter de systèmes de contrôle dûment vérifiés pour respecter les normes du Bureau de Normalisation du Québec (BNQ). L'implantation de ce système a exigé beaucoup d'efforts et d'investissements. Ce programme est une nécessité et doit être sauvegardé.

5.3 Présentation de l'Institut québécois de l'érable inc.

M. Prince, président de l'Institut québécois de l'érable inc (l'Institut), présente à la Régie des commentaires et des opinions concernant le développement de la mise en marché acéricole. Après avoir présenté brièvement l'Institut, M. Prince mentionne que le sirop d'érable est un des produits sucrant parmi les plus dispendieux. Le consommateur relie le produit à une image pour laquelle il est prêt à payer. Il faut faire attention pour ne pas abîmer cette image par des substances non désirées (ex : la paraformaldéhyde, l'iode, etc.).

Le sirop d'érable a des saveurs très variées ce qui lui procure un manque d'uniformité et une variation de saveur. L'établissement de critères de saveur permettrait de classer le sirop selon des saveurs caractéristiques. Il faudrait trouver le moyen d'établir des critères de saveur afin d'obtenir une uniformité du produit. Il est souvent méconnu sur le marché intérieur et il n'est pas présent lors d'événements d'envergure. Un volume important de sirop est transformé à l'extérieur des régions productrices, ce qui ne favorise pas le développement régional; les grandes industries de transformation devraient également décentraliser leurs activités.

Pour les petites entreprises de transformation, il est difficile de planifier à l'avance leur budget puisque l'homologation de la convention de mise en marché se fait tardivement en février.

6. IDENTIFICATION DES CIBLES STRATÉGIQUES ET DES PRIORITÉS DE L'ADMINISTRATEUR DU PLAN CONJOINT EN VUE D'OPTIMISER LA MISE EN MARCHÉ DU PRODUIT VISÉ

La Fédération entend pour les prochaines années viser les cibles stratégiques suivantes :

- continuer ses efforts de développement des marchés;
 - La Fédération veut accroître de manière significative les ventes de sirop d'érable par la mise en place d'un plan de commercialisation, par l'établissement du niveau d'inventaire stratégique en réalisant une étude actuarielle, par l'identification des marchés cibles et des stratégies de promotion et de représentation pour accroître les ventes, en réalisant une étude de marché et par l'augmentation des budgets accordés aux activités de promotion.
- poursuivre son travail de gestion des inventaires;
 - La Fédération veut mettre en place des mesures afin de gérer le développement de l'offre ou de s'assurer que cette dernière se développe au rythme de la demande par l'implantation possible d'un système de permis où chaque entreprise acéricole se voit attribuer un permis de mise en marché qui lui donne une garantie de prix sur un volume déterminé de sirop d'érable. Au-delà de cette quantité, l'entreprise peut continuer de produire et de livrer du sirop d'érable mais à un prix moindre. Elle veut faire la gestion de l'émission de permis d'érablières en terres publiques en fonction du développement des marchés.

- continuer ses efforts dans le contrôle de la qualité;
 - La Fédération veut investir des ressources pour s'assurer de la qualité du produit mis en marché afin de préserver les marchés actuels et axer la promotion et le développement sur les bases d'un produit naturel, de santé ou biologique. Pour y parvenir la Fédération privilégie les moyens suivants : le maintien et la bonification du système actuel de classification (ex : ajout de tests), l'élargissement de la portée du règlement de classement au sirop d'érable mis en marché en petits contenants, l'inspection des érablières pour vérifier certaines pratiques illégales (ex : paraformaldéhyde) et la promotion du programme de certification SIROPRO.
- continuer ses efforts à assurer le respect des règlements et de la convention;
 - La Fédération veut continuer à investir dans des activités visant à s'assurer du respect des règlements du plan conjoint et de la convention par l'intensification des enquêtes réalisées auprès des producteurs et des acheteurs.

7. L'ANALYSE ET LES COMMENTAIRES

La séance publique tenue pour évaluer les interventions de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec dans la mise en marché du produit visé par le plan conjoint qu'elle administre a permis à la Régie d'avoir une vue d'ensemble du secteur d'activité. Elle tient à souligner la pertinence et la qualité des commentaires et interventions reçus.

La Régie constate qu'au cours des dernières années, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec a déployé des énergies et fait des efforts considérables concernant la production et la mise en marché du produit visé par le plan conjoint qu'elle administre.

Au niveau de la production, mentionnons, entre autres, la mise en place et l'application de règlements sur la qualité et le classement du sirop pour fournir régulièrement des produits conformes aux exigences du marché. Les efforts consentis pour la recherche et le support aux producteurs à la suite du verglas de 1998 ont également contribué au maintien et à l'augmentation de la capacité de production acéricole du Québec.

La mise en marché du sirop, la négociation et l'application des conventions de mise en marché avec les acheteurs ainsi que l'élaboration d'un projet d'agence de vente centralisée et sa mise en application ont accaparé des énergies importantes impliquant la gestion et le financement des inventaires.

À travers toutes ces réalisations qui semblent à ce jour contribuer à l'avancement de la production et de la mise en marché du produit visé, la Régie constate un climat tendu entre la Fédération et des intervenants de l'industrie et une difficulté évidente de concertation pour un développement durable de l'ensemble de l'industrie. Le nombre de griefs et de contestations juridiques en fait foi.

Comme cette concertation dépend de la volonté des intervenants concernés, la Régie ne peut que souhaiter qu'ils puissent y consacrer plus d'énergie et ce, dans le meilleur intérêt de l'industrie et de ses artisans.

Un des sujets qui pourrait contribuer à canaliser les énergies est la recherche pour de nouveaux produits; des efforts importants ont été faits pour le secteur de la production; la recherche pour de nouveaux produits, différents et complémentaires de ceux qu'offrent les intervenants, pourrait possiblement contribuer à équilibrer la production au rythme du développement des marchés.

8. LES RECOMMANDATIONS

Pour contribuer à l'amélioration du climat de confiance entre la Fédération et les intervenants de l'industrie, la Régie recommande à la Fédération de faire les efforts requis pour améliorer la transparence de l'application de la Convention et des règlements qu'elle a adoptés et en diffuser les résultats.

Concernant la concertation entre les intervenants, la Régie croit que la table filière acéricole est la structure appropriée pour identifier un ou des dossiers susceptibles de canaliser des énergies en vue du développement durable de l'industrie acéricole.

Jean-Claude Blanchette

Lévis Brien

Jean-Claude Dumas