

PLAN STRATÉGIQUE DE L'INDUSTRIE ACÉRICOLE

1. SITUATION ACTUELLE

Longtemps considérée comme une production marginale ne pouvant générer qu'un maigre revenu d'appoint, l'acériculture est devenue, au cours des vingt dernières années, un secteur de production spécialisé qui a su développer et mettre au point des techniques mécanisées et des méthodes modernes pour la cueillette et la transformation de l'eau d'érable.

1.1 PRODUCTION

Nombre d'exploitants

Au Québec, le nombre d'exploitants en acériculture varie selon les sources d'information. Depuis plusieurs années, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec parle de 11 000 exploitants. Toutefois, si l'on se réfère à la Fiche d'enregistrement du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le nombre d'acériculteurs et acéricultrices, opérant en 1995 se situe à 6 746. La différence entre les deux sources d'information est due principalement au nombre de producteurs non enregistrés au MAPAQ tels les acériculteurs et acéricultrices à temps partiel, les « gentlemen farmer », les professionnels, les retraités, etc..

Nombre d'entailles

De 1987 à 1996, selon la Fiche d'enregistrement du MAPAQ, le nombre d'entailles au Québec est passé de 15 millions à 21,8 millions d'entailles pour 1996 et selon les dernières estimations, à 22 millions d'entailles en 1997, soit une augmentation de 47%.

La création des nouveaux marchés d'exportations depuis 1993, la diminution des stocks et la hausse des prix ont contribué largement à l'accroissement du nombre d'entailles.

Volume de production

La production acéricole québécoise (équivalent sirop) a connu une augmentation de 50% de son volume au cours des dix dernières années. C'est à partir de 1988 que la production subit une hausse significative en enregistrant un volume de plus de 13 000 kl. Elle conservera toujours par la suite un volume au-dessus des 10 000 kl. Malgré une fluctuation importante du volume de production provoquée par les facteurs climatiques, de nouvelles techniques de production et une meilleure gestion des érablières ont certainement contribué à augmenter le volume de production.

Taille des entreprises

En 1997, 62% des exploitations acéricoles ont moins de 3 000 entailles comparativement à 68% en 1995 et 71% en 1990. Selon les statistiques de 1995, plus de 5 500 exploitations acéricoles ayant moins de 5 000 entailles produisaient 55% du volume de sirop québécois, 24% du volume de production était exploité par 720 acériculteurs ayant entre 5 000 et 9 999 entailles et 21% du sirop produit l'était par les 243 entreprises acéricoles de plus de 10 000 entailles.

Recettes monétaires

Entre 1985 et 1995, les recettes monétaires du secteur acéricole ont passé du simple au double. Les recettes monétaires du secteur acéricole se sont accrues de 49% comparativement à un accroissement de 46,01% pour le secteur agricole.

En 1996, la production acéricole, avec des recettes monétaires de 75,5 millions de dollars, correspond à 1,56% des recettes totales de la production agricole du Québec.

Prix moyen

Au Québec en 1995, la tendance à la hausse du prix des produits de l'érable se maintient. Depuis 1986, la moyenne de prix pour le sirop vendu au détail se situe à 7.15\$ le litre alors que celle du vrac est de 4.45\$ le litre.

Localisation de la production

Avec plus de 9,2 millions d'entailles en 1997, la région de Chaudière-Appalaches possède la plus grande concentration de producteurs de sirop au Québec. Les entreprises acéricoles de cette région exploitent 42% des entailles et produisent 40% de la quantité totale de sirop d'érable québécois. Les autres régions, où l'on retrouve une production significative, sont celle de l'Estrie avec 19% du volume de production, du Bas-Saint-Laurent, Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine avec 14% et la Mauricie-Bois-Francs avec 12% .

Production québécoise versus canadienne et mondiale

L'industrie des produits de l'érable est exclusive au continent nord-américain. Le Québec est le premier producteur mondial de sirop d'érable. Il est également responsable de plus de 90% de la production canadienne.

En 1996, la production mondiale de sirop d'érable s'élevait à 25 766 kl. De cette production, le Québec est responsable de 70% de ce volume de production, le reste du Canada 7% et les Etats-Unis 23%.

1.2 TRANSFORMATION ET CONDITIONNEMENT

Même si le Québec est le plus important producteur de sirop d'érable au monde, il y a une méconnaissance quasi totale du niveau de transformation des produits de l'érable et des marchés desservis.

Toutefois, l'acériculture se concentre davantage sur les produits de 1^{ère} et de 2^e transformation et plus particulièrement de 1^{ère} transformation pour le Québec qui correspond au produit obtenu suite à la bouilli de la sève d'érable. Pour leur part, les produits de 2^e transformation regroupent entre autres la tire d'érable, le sucre d'érable, les bonbons à l'érable, les coulis, le beurre d'érable et même le sirop d'érable que l'on fait que mettre en bouteille ou autres contenants cadeaux.

Le Québec exporte peu de produits transformés puisqu'il expédie plus de 80 % du sirop d'érable en grands contenants. De plus, la quantité de production de sirop d'érable qui va à la 2^e transformation est de 4 % de la production totale de sirop d'érable.

L'industrie de transformation acéricole se caractérise à la fois par un grand nombre d'entreprises artisanales et la présence, en nombre restreint, d'entreprises industrielles. Il y a effectivement une multitude d'entreprises artisanales, difficilement quantifiables et de dimension familiale ou plus importante, qui desservent chacune à leur façon un marché régional. Dispersées sur une grande partie du territoire québécois, de nombreuses entreprises artisanales ne tirent pas de la vente de produits d'érables leur principal revenu. Quant aux entreprises industrielles, elles desservent à la fois le marché canadien et surtout le marché d'exportation.

1.3 MISE EN MARCHÉ

L'industrie de transformation des produits de l'érable est caractérisée à la fois par un grand nombre d'entreprises artisanales et la présence, en nombre restreint, d'entreprises industrielles. Il y a une multitude d'entreprises artisanales, difficilement quantifiables et de dimension familiale, qui répondent chacune à leur façon un marché régional. Quant aux entreprises industrielles, elles desservent à la fois le marché canadien et surtout le marché d'exportation.

À l'exception des quantités consommées par les acériculteurs, une partie de la production est directement écoulée à la ferme (vente au détail) tandis que le reste de la production est vendue en grands contenants (vente en vrac) à des conditionneurs, des acheteurs en vrac ou des industriels.

Autoconsommation

Les quantités de sirop consommées par les acériculteurs et acéricultrices et leur famille sont stables d'une année à l'autre, c'est-à-dire 2,75% de la récolte consommée.

Ventes directes

Les ventes directes à la ferme peuvent prendre diverses formes. L'acériculteur peut vendre ses produits aux consommateurs, à des détaillants, à des HRI, à des grossistes ou à des cabanes à sucre commerciales. Pour ce type de ventes, les consommateurs visés sont généralement les gens de la région ou les proches de l'acériculteur.

Ventes en grands contenants

La majeure partie des ventes en grands contenants des acériculteurs sont faites à un nombre limité d'entreprises qui conditionnent ou transforment le sirop avant de le revendre, soit en barils ou en produits acéricoles transformés. Il existe également plusieurs petits acheteurs de sirop en vrac qui ne sont en fait que des commerçants servant d'intermédiaires pour de grands utilisateurs afin de regrouper le sirop et en faire l'expédition par camion.

Pour les dix dernières années, une moyenne de 78% de la production fut mis en grands contenants. L'année record fut, sans contredit, 1997 avec 90% de la production totale qui fut mis en baril.

1.4 COMMERCE INTERNATIONAL

Le Québec n'importe pas de produits de l'érable. Par contre, le marché des produits québécois de l'érable se situe en grande partie à l'extérieur du Québec. Exportées principalement sous forme de sirop, des quantités importantes sont expédiées vers notre voisin, les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne et divers autres pays.

Au chapitre des exportations, le Québec a atteint un sommet en 1995. En effet, l'équivalent de sa production annuelle a été exportée. Les acheteurs étrangers ont acquis 13 561 kl. En 1996, le volume d'exportation a été davantage supérieur avec 14 140 kl pour une valeur de près de 88 millions de dollars. D'ailleurs, on prévoit une hausse annuelle des exportations des produits de l'érable de 5% d'ici l'an 2000 au Canada.

On doit signaler que parmi les denrées agricoles vendues hors Canada, les produits de l'érable se classent bon deuxième en ce qui regarde la valeur des exportations. Quoique si l'on regroupe les recettes de certains produits agricoles comme les céréales, les produits animaux et les produits laitiers, les produits acéricoles, avec une valeur d'exportation de

plus de 72 millions de dollars en 1995, reviennent au quatrième rang en ce qui concerne les revenus d'exportations.

2. FORCES ET FAIBLESSES

2.1 FORCES

Caractéristiques physiques

- Le territoire québécois est le plus grand bassin d'érables à sucre au monde. L'érable à sucre, grâce à la teneur en sucre de sa sève, la saveur de ses produits dérivés, sa longévité et sa résistance, est l'espèce privilégiée pour la production du sirop d'érable.
- Les conditions climatiques sont généralement favorables. Le gèle la nuit et le dégèle le jour favorisent la coulée.

Production

- Responsable d'environ 70 % de la production mondiale des produits de l'érable, l'industrie acéricole du Québec en est le leader mondial.
- Le sirop d'érable, produit haut de gamme, est considéré comme un produit sain et naturel.
- La production acéricole offre un potentiel pour la relève agricole. Il y a possibilité d'expansion du nombre d'entailles pouvant doubler celui existant.
- Cette production se retrouve sur presque l'ensemble du territoire québécois, ce qui permet d'avoir des créneaux régionaux de développement en plus de répartir les risques de production.
- L'encadrement technique (services-conseils) très bien développés.
- L'industrie acéricole du Québec est maintenant reconnue comme le réservoir de nouvelles technologies tant pour la production que la transformation des produits acéricoles.

Transformation

- L'industrie acéricole dispose d'un potentiel intéressant pour assurer la diversification des produits à valeur ajoutée.

Commercialisation

- Existence du Regroupement pour la commercialisation des produits de l'érable du Québec qui est regroupé des représentants et représentantes de la production, de la transformation et du commerce.

Recherche

- Création du Centre de recherche et de transfert technologique en acériculture. Dorénavant, les projets de recherche relatifs à l'acériculture seront centralisés .

Équipements

- Les fournisseurs d'équipements contribuent au développement de l'industrie acéricole.

2.2. FAIBLESSES

Production

- Absence de formation à l'intention des producteurs acéricoles actuels et futurs.
- Peu de mécanismes de contrôle de qualité.
- Des équipements et produits inadéquats ou une mauvaise manipulation peuvent altérer la qualité du sirop.
- Faible participation des fournisseurs d'intrants.
- Encore beaucoup trop de petites entreprises ()
- Investissements importants pour s'établir en acériculture
- Irrégularité de la qualité du produit.

Transformation

- Absence de permis de transformation chez tous ceux qui vendent au détail.
- La transformation de la matière première n'est pas assez développée

Marché

- Le marché HRI est très peu exploité.
- Trop d'accent sur la saisonnalité du produit et pas assez le reste de l'année.

Commercialisation

- Liens d'affaires difficiles entre les groupes production, transformation et commerce.

Recherche

- Peu de budgets de recherche sont investis dans le secteur acéricole.

3. VISION DE L'INDUSTRIE ACÉRIQUE

L'acériculture a été longtemps considérée comme une activité agroforestière artisanale permettant aux producteurs et productrices acéricoles d'obtenir un revenu d'appoint. Toutefois, depuis la dernière décennie, l'industrie acéricole a connu un essor important. Sa production est passée de 36,5 millions de livres en 1991 à 82,5 millions de livres en 2000. Le développement et les nouvelles méthodes de production sont en partie responsables de l'évolution de la production acéricole.

Parallèlement, le volume des exportations a presque doublé pour la même période. L'or blond est maintenant vendu dans plus de 32 pays. Notre voisin, les États-Unis, est notre principal client, avec plus de 80 % de nos exportations, suivi de l'Allemagne (6 %) et du Japon (3 %). Toutefois, depuis les deux dernières années, la conjoncture économique du secteur acéricole a enregistré d'importants changements. L'augmentation du volume de production s'est faite plus rapidement que le développement des marchés intérieurs et d'exportation, créant ainsi un déséquilibre entre l'offre et la demande. La récolte record du printemps 2000 crée, à elle seule, une réserve de plus de 20 millions de livres. L'industrie a perdu d'importants marchés industriels pour les sirops foncés au profit de certains édulcorants offerts à des prix moins élevés, mais la demande des sirops au détail est légèrement à la hausse. Toutefois, les prix aux producteurs diminuent progressivement.

Dans une telle perspective d'avenir, l'industrie acéricole *doit concentrer ses efforts à augmenter, au cours des prochaines années, la demande des produits acéricoles sur tous les marchés.* De façon concertée, elle devrait orienter ses actions pour informer les consommateurs et consommatrices sur l'utilisation du sirop et accentuer le développement de nouveaux marchés. Il lui faut, premièrement, *promouvoir ses produits en innovant sur le plan de la promotion et du marketing.* Deuxièmement, *elle doit valoriser les produits acéricoles de qualité, à saveur authentique et purs à 100 %, et ce, en maximisant l'utilisation des différents créneaux et en créant de nouveaux produits à valeur ajoutée, tant sur les marchés intérieurs que sur les marchés d'exportation.* Enfin, *il lui faut promouvoir le sirop d'érable pur comme ingrédient dans de nombreux produits transformés.*

Ainsi, l'industrie acéricole pourrait espérer atteindre de nouveau l'équilibre entre l'offre et la demande et contribuer à optimiser le rendement monétaire de chacun des intervenants de l'industrie acéricole.

Le Québec doit devenir la capitale mondiale de la consommation des produits de l'érable et l'ambassadeur privilégié, tant à l'étranger qu'auprès des touristes, des caractéristiques particulières des produits acéricoles.

4. LES ENJEUX DE L'INDUSTRIE ACÉRICOLE

| |
|----------------------------|
| ENJEU 1 : Image du produit |
|----------------------------|

DESCRIPTION

La production du sirop d'érable est unique au continent nord-américain. C'est un produit saisonnier considéré comme pur et naturel relié à une exploitation qui se veut encore majoritairement artisanale, souvent folklorique. En 1998, à l'aube du deuxième millénaire, il est important de développer une stratégie marketing pour vendre les produits de l'érable, tant sur le marché intérieur que celui de l'exportation.

MENACES

➤ ***Production :***

- Produit haut de gamme qui ne rejoint pas la masse de la population.

➤ ***Production/Qualité :***

- Perception erronée de la qualité du sirop vendu dans les marchés d'alimentation.
- Méconnaissance d'un produit de qualité et de son utilisation sur le marché extérieur.
- Pour les touristes, peu de sirop de qualité.

➤ ***Production/Marché :***

- Produit haut de gamme vendu dans un contenant bas de gamme = mauvaise perception du produit.
- Dégradation de l'image par les médias.
- Marché interne encore trop artisanal et folklorique.
- Peu d'outils pour la promotion générique et pas toujours adapté au marché.

➤ ***Restauration :***

- Sous utilisation du sirop par les restaurateurs et institutions du Québec.

| |
|-------------------------------------|
| ENJEU 2 : Qualité du produit |
|-------------------------------------|

DESCRIPTION

La qualité est devenue une préoccupation primordiale pour tous les secteurs de l'agroalimentaire en plus de constituer un atout majeur pour se démarquer ou conquérir de nouveaux marchés. L'industrie aéricole, comme tous les autres secteurs alimentaires, se doit d'apporter une attention toute particulière à la qualité de l'ensemble de ses produits.

Les produits de l'acériculture sont perçus comme des produits de haut de gamme. Les prix de vente sont relativement élevés si on les compare aux autres produits sucrants. Par conséquent, la non-qualité des produits de l'érable peut être catastrophique pour l'industrie et être à la source de la perte de nombreux marchés, tant domestiques qu'internationaux.

MENACES**➤ Production :**

- Faiblesse au niveau du contrôle de la qualité peut nuire à la crédibilité du produit :
 - inspection non-obligatoire des cabanes à sucre ;
 - 40% des producteurs n'ont pas d'eau potable à leur cabane à sucre ;
 - utilisation d'équipements inadéquats ;
 - utilisation des contenants de mauvaise qualité pour le sirop en vrac.
- Manque de constance dans la qualité du sirop.
- Méconnaissance reliée à l'utilisation des produits de lavage et de blanchiment
- Valorisation exagérée du sirop clair peut fausser la réalité d'un sirop de qualité.
- Qualité douteuse du produit vendu au détail.
- Inexistence de règlement pour le classement du sirop destiné à la vente locale et régionale.

➤ Permis :

- Inexistence de permis pour la vente au détail (en particulier certains producteurs font et vendent sur le marché commercial des produits sans détenir des permis comme les emballeurs et transformateurs).

➤ Prix :

- Les différentes qualités du produit ne se reflètent pas sur les prix.

➤ **Transformation :**

- Le % du sirop comme intrant dans la transformation est difficile à vérifier.
- Étanchéité de certains contenants (bouchon de liège et contenant en céramique).

➤ **Marché :**

- Existence d'un marché pour un produit de mauvaise qualité.
- Réglementations américaines et autres peuvent être restrictive pour notre produit.
- Scandale imminent et crise à nos portes.
- Méconnaissance des techniques d'emballage par les acheteurs étrangers.

STRATÉGIES D' ACTIONS

➤ **Production :**

- Intensifier le contrôle de qualité auprès des producteurs.
- Assurer la régularité dans la qualité du sirop des blends.
- Miser sur la saveur.
- Accentuer le soutien aux producteurs concernant l'utilisation des équipements et des produits de lavage.
- Se doter de mécanismes de contrôle de qualité pour répondre aux exigences de pays étrangers.
- Tenir compte du coût pour le contrôle de qualité pour les petits lots.

➤ **Prix :**

- Changer les critères de classement de sirop (couleur/saveur) et payer en conséquence.
- Payer les producteurs sur la qualité du produit (donc définir sur le concept de qualité) et pénaliser encore plus pour un sirop de mauvaise qualité.

➤ **Transformation :**

- Établir des mécanismes de vérification des achats d'intrants pour les produits industriels à l'érable lorsqu'il y a utilisation du mot érable.
- Encourager des méthodes d'autocontrôle dans les usines.

➤ **Autres :**

- Définir ce que veut dire innocuité par rapport à qualité.
- Diriger la recherche pour adapter certains contenants afin d'empêcher la dégradation du produit.

➤ **Réglementation :**

- Se doter de critères de qualité pour tous les intervenants et devis techniques pour faire un bon produit (ex : cahier de charge, permis ou accréditation à donner aux entreprises).
- Garder une réglementation pour les produits acéricoles exportés.

MOYENS RETENUS PRIORITAIRES

- Élaborer un guide des bonnes pratiques tant pour la production que pour la transformation, la restauration afin d'éviter l'utilisation inadéquate d'équipements, de contenants et certains produits de lavage et de blanchiment.
- Développer des mécanismes de classement selon la saveur et non seulement basé sur la transmission de lumière et payer le sirop en conséquence.
- Se doter de mécanismes de contrôle de qualité pour répondre aux exigences des consommateurs tant domestiques qu'étrangers.
- Instaurer un système de permis pour l'exploitation à la ferme.

| |
|---|
| ENJEU 3 : Positionnement sur les marchés |
|---|

DESCRIPTION

Longtemps, le sirop d'érable fut considéré comme un aliment d'accompagnement. Avec son expansion, le développement de nouveaux, les exigences des consommateurs et l'arrivée de plusieurs substituts à moindre coût, il devient important pour l'industrie acéricole de diversifier, désaisonnaliser et faire ressortir les qualités nutritives et exclusives de ses produits.

MENACES***Production :***

- Manque de ressources pour développer l'industrie (\$, expertise, R/D).
- Sécurité d'approvisionnement pouvant fluctuer d'une saison à l'autre.
- Confusion entre un sirop pur et un sirop biologique.

Marché :

- Types de produits non adaptés aux différents marchés.
- Sirop n'est pas une fin en soi, c'est un ingrédient alimentaire haut de gamme, doit donc faire promotion de son utilisation dans la haute cuisine.
- Erreur de vouloir positionner le sirop sur les marchés étrangers comme on le fait ici.
- Spéculations.
- Sirop menacé par les substituts.
- Marché interne encore trop artisanal et folklorique
- Saisonnalité du produit

Autres :

- Les intervenants n'ont pas tous les mêmes soucis et mêmes scrupules.

Prix :

- Prix trop élevé causent des problèmes sur la compétitivité avec les édulcorants haut de gamme.
- Prix élevé du sirop peut nuire à la création de produits à valeur ajoutée.
- Idées de monopole causent de l'inflation psychologique sur anticipation des prix pour les producteurs.
- Peu ou pas de différence de prix entre les catégories.

STRATÉGIES D' ACTIONS

Production :

- Développer un produit unique.

Transformation :

- Développer des produits à valeur ajoutée.

Marché :

- Respecter la mission des différents organismes.
- Développer le marché asiatique et européen.
- Utiliser l'expertise de mise en marché des manufacturiers de façon plus ordonnée et systématique.
- Permettre aux touristes étrangers de retrouver un produit folklorique.
- Insister sur le développement de l'offre et la demande au lieu de vouloir encore hausser les prix.
- Développer des niches de marché et encourager les plus petites industries car ils sont les porteurs d'eau.
- Faire de la promotion générique.
- S'attaquer aux produits substitués.
- Se positionner auprès du culinaire (mondial et ici) en vendant le sirop comme un ingrédient fin ou un produit fin.
- Développer une stratégie d'intervention sur marché européen auprès des grands chefs cuisiniers qui pourraient utiliser le sirop dans leur recette et faire connaître le sirop par la suite.

Recherche :

- Faire de la recherche pour connaître tous les éléments nutritifs du sirop afin de le vendre comme un produit sain, de santé etc...

MOYEN RETENU PRIORITAIRE

Étude sur les opportunités collectives pour explorer et développer des marchés domestiques et extérieurs.

| |
|---|
| ENJEU 4 :Rendement monétaire pour tous |
|---|

DESCRIPTION

Depuis toujours, le rendement monétaire pour chacun des maillons formant l'industrie acéricole ne reflète pas le caractère exclusif, haut de gamme, pur et naturel des produits acéricoles.

À l'aube du deuxième millénaire, il est important que l'industrie acéricole, après avoir pris le virage technologique, se dote maintenant de mécanismes permettant de payer le payer le sirop d'érable à sa juste valeur et à tous les intervenants de bénéficier équitablement de retours financiers intéressants.

MENACES➤ **Production :**

- Industrie trop individualiste.
- Variation très grande du coût de production d'une saison à l'autre et d'un producteur à un autre.
- Les producteurs du détail font concurrence sur le marché sans égard aux prix et la qualité.

➤ **Marché :**

- Paiement sur la couleur et non sur la saveur (trop de sirop pâle par rapport au marché réel).
- Difficultés dues au libre marché et à l'absence de réels goulots d'étranglement.
- Spéculation empêchant de stabiliser les marges de profit des manufacturiers sur une période de 12 mois.
- Concurrence malsaine.
- Perte de marché dû à des prix trop élevés au détail.
- Fermeture et/ou faillite des producteurs et acheteurs.
- Prolifération de petits exportateurs ont un effet négatif sur le prix à l'étranger. Il ne faudrait pas couper les prix.
- Manque d'informations statistiques et de signaux de marché concernant l'offre et la demande.

➤ **Équipement :**

- La marge de profit des manufacturiers d'équipements a beaucoup diminué.

➤ **Autres :**

- Stagnation du développement de l'industrie.
- Faillite à moyen terme de l'industrie dû à un déséquilibre majeur entre l'offre et la demande.

➤ **Prix :**

- Risque d'un prix trop élevé au détail.
- Instabilité du revenu qui se répercute sur les manufacturiers d'équipements acéricoles.
- Inexistence de mécanismes de sécurité financière à cause de facteurs incontrôlables (par exemple le climat aurait des effets sur le rendement).

STRATÉGIES D' ACTIONS

➤ **Prix :**

- Favoriser l'expansion et le développement en ayant des prix par catégorie.

➤ **Marché :**

- Éviter la compétition indue entre les vendeurs canadiens.
- Accroître la promotion générique jumelée à un libre marché, accompagné d'une politique de prix d'intervention minimum qui s'adapteraient à chaque récolte.
- Travailler sur des informations de marché pour mieux planifier par la suite.
- Permettre à l'industrie d'obtenir une plus value.
- Se donner des mécanismes de mise en marché pour la vente locale, régionale et intraprovinciale.

➤ **Production :**

- Connaître le potentiel et le volume de production.

➤ **Autres :**

- Développer des mécanismes permettant d'obtenir des bénéfices pour l'ensemble de l'industrie.
- Développer des opportunités d'affaires.
- Simplifier les méthodes d'approvisionnement aux transformateurs tout en respectant et en conservant le systèmes qui fonctionnent bien.

MOYENS RETENUS PRIORITAIRES

- Se doter de données statistiques et d'informations qualitatives dans le but d'améliorer la connaissance de l'offre et de la demande.
- Former les producteurs pour faciliter leur gestion des ressources humaines.
- Explorer des mécanismes de sécurité du revenu.
- Améliorer des mécanismes pour favoriser l'adéquation entre l'offre et la demande de main d'œuvre.

| |
|---|
| ENJEU 5 : Règles et discipline entre les intervenants acéricoles |
|---|

DESCRIPTION

Les règles et la discipline des intervenants acéricoles s'avèrent essentielles, que ce soit au niveau de la qualité du produit, des liens d'affaires ou de l'exportation. Le consensus au niveau des règles et disciplines de fonctionnement devient par conséquent un élément très important et influe sur le développement de toute l'industrie acéricole.

MENACES**➤ Production :**

- Mauvais producteurs ont de l'influence sur les autres producteurs.

➤ Acheteurs :

- Pas d'association d'acheteurs.

➤ Marché :

- Information trompeuse du marché transmise aux producteurs.
- Effondrement du RCPEQ

➤ Autres :

- Indiscipline pouvant provoquer le recul de l'industrie.
- Confrontation acheteurs / producteurs (divergences d'idées et d'intérêts).
- Paralysie et éclatement de la filière.
- Polarisation des débats sur des plaies ouvertes.
- Déchirements nuisent au développement de l'industrie.
- Inquiétude face à AAC qui abandonnera prochainement le contrôle de qualité aux entreprises qui exportent.
- La représentativité des organismes.

STRATÉGIES D' ACTIONS

➤ *Prix :*

- Utiliser la notion de prix d'intervention pour continuer de stabiliser les prix.
- Refléter l'indiscipline de l'industrie sur les prix du sirop.

➤ *Transformation :*

- Avoir un juste prix, ce qui permettra aux transformateurs de rester concurrentiel.

➤ *Production :*

- Se doter d'un contrôle d'émission de permis correspondant à un niveau de qualité.

➤ *Marché*

- Se doter d'une convention de mise en marché entre les producteurs et les acheteurs.

➤ *Autres :*

- Créer chambre de coordination et de développement.
- Responsabiliser les différents intervenants de l'industrie.
- Se doter de mécanismes de fonctionnement reconnu par toute l'industrie.
- Respecter le rôle et la mission des différents intervenants acéricoles.
- Favoriser des actions pour le bien être collectif.
- S'autodiscipliner.

MOYENS RETENUS PRIORITAIRES

- Pour la prochaine rencontre, chacun des organismes présent à la filière acéricole doit réfléchir sur les éléments suivants :
 - responsabilisation de l'industrie
 - représentativité des organismes
 - respect de la mission et du rôle de chacun au sein de l'industrie.

Cet exercice doit être fait dans le but de donner à l'industrie une règle d'affaires communes portant sur un code d'éthique, des règles de fonctionnement, etc...

| |
|--|
| ENJEU 6 : Industrie d'équipements |
|--|

DESCRIPTION

La qualité et le professionnalisme de la main d'œuvre acéricole n'est pas le seul gage de la qualité des produits acéricoles. Les équipements et les produits utilisés tout au long du processus de fabrication du sirop d'érable ont également un rôle important à jouer pour assurer cette qualité.

MENACES

- Approvisionnement innocuitaire.

STRATÉGIES D' ACTIONS**➤ *Marché :***

- Cibler la clientèle et ajuster l'équipement en conséquence.

➤ *Équipement :*

- Devenir le leader dans la fabrication d'équipements acéricoles.

MOYEN RETENU PRIORITAIRE

- Implanter des normes de qualité dans les équipements (le processus est enclenché)