

**CAPA – 8M  
C.P. – P.L. 137  
Appellations réservées  
et termes valorisants**



Le rôle des marchés publics, du *Marché des saveurs du Québec* et de la  
*Maison des vins et boissons artisanales* dans le cadre de la loi sur les  
appellations réservées et les termes valorisants (Loi 137)

Document présenté aux audiences publiques de la Commission de  
l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation

Par

Le Marché des saveurs du Québec

Le Mardi 28 février 2006

Vous me permettez de me présenter devant vous aujourd'hui en portant deux chapeaux. Celui tout d'abord de membre de la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal (CGMPM), et aussi celui de commerçant exploitant une boutique spécialisée entièrement consacrée à la mise en marché des produits du terroir québécois, la valorisation du savoir-faire unique de nos artisans ainsi qu'à la promotion de nos régions : *Le marché des saveurs du Québec*.

En tant que membre de la CGMPM depuis 1998, je peux témoigner du rôle primordial qu'ont joué les marchés publics de Montréal dans la mise en marché des produits de l'agriculture québécoise et surtout des productions en émergence, celles du terroir.

Au cours de la dernière décennie, les marchés publics de Montréal ont parfaitement rempli leur mission, celle d'assurer aux Montréalais un accès aux produits de la terre. Ils ont également contribué de façon significative à la transformation des habitudes d'achat et de consommation des Québécois en favorisant l'accès des marchés aux petits producteurs et transformateurs artisans de partout au Québec.

Le marché Atwater et le marché Jean-Talon ne sont plus des marchés locaux. Leur réputation, et tout particulièrement celle du marché Jean-Talon, a largement dépassé les frontières de la métropole et du Québec. En témoignent les quelques 140 articles et reportages traitant du sujet publiés dans un grand nombre de journaux, périodiques et revues spécialisées du monde entier au cours des trois dernières années. Ces journalistes étrangers, en plus de vanter le savoir-faire québécois au niveau de la production et de la transformation de nos produits de niche, font également la promotion du Québec en tant que destination touristique.

Étant membre de la CGMPM, j'accueille favorablement l'effort du gouvernement pour encadrer les productions en émergence et leurs appellations réservées, via le projet de loi 137. **Cependant, en tant que commerçant exploitant la plus importante boutique spécialisée en produits du terroir québécois, j'ai de sérieuses réserves quant à la volonté et la capacité du gouvernement d'en promouvoir la mise en marché.**

En 1998, ma conjointe et moi avons ouvert au marché Maisonneuve *la maison des vins et boissons artisanales du Québec*. Cette initiative fut rendue possible grâce à une directive administrative de la RACJ

permettant aux producteurs de vins et de boissons artisanales de vendre dans les marchés publics. Ce petit espace commercial de 400pi<sup>2</sup> a été offert en location à une quinzaine de producteurs artisans qui ont mis initialement en vente quelque 150 produits différents. Le principe y fut et demeure fort simple : les producteurs sont collectivement locataires d'un espace, y placent leurs produits et confient par mandat écrit l'organisation du commerce à une compagnie de gestion.

En juillet 2000 nous avons quitté ce petit local du marché Maisonneuve pour occuper un nouvel espace de 5,000pi<sup>2</sup> au marché Jean-talon. *Le marché des saveurs du Québec*, première vitrine consacrée entièrement à la commercialisation des produits de nos régions ainsi qu'à la valorisation des petits producteurs et transformateurs, qui à l'époque n'avaient que très peu de débouchés à Montréal. De 115 producteurs et 1500 produits (incluant les produits de *La maison des vins*), nous sommes rapidement passés à près de 500 producteurs et transformateurs et plus de 7,500 références de produits de toutes les régions du Québec (dont plus de 300 fromages différents). Un chiffre d'affaire de près de 3,000,000\$ l'an dernier.

*La maison des vins et boissons artisanales* représentait, jusqu'en janvier dernier, 25% du volume du *Marché des saveurs du Québec*, soit près de 750,000\$ répartis entre 48 producteurs différents.

Le 12 janvier dernier, suite à une décision de la RACJ, *La maison des vins et boissons artisanales* a été contrainte de cesser ses activités, privant ainsi un grand nombre de producteurs artisans de leur unique source de revenus. Cette décision administrative fut d'autant plus surprenante qu'elle est en contradiction flagrante avec les signaux d'encouragement que le gouvernement envoie depuis plus d'un an aux producteurs du terroir. Que l'on se souvienne par exemple des six millions de dollars que le ministre de l'agriculture a accordés aux fabricants d'alcools artisanaux en octobre dernier, de même que le plan stratégique déposé en mai, dans lequel le développement des produits de niche et du terroir figure en tête des priorités.

Bien que cette décision de la RACJ n'interdise pas la vente de boissons dans les marchés publics, elle la rend pratiquement impossible car les producteurs doivent vendre eux-mêmes sur place. Demander à un producteur d'Auclair dans le Témiscouata, de Fatima aux Îles de la Madeleine ou de l'Abitibi de venir vendre lui-même sur place au Marché Jean-Talon ses produits est une complète aberration. Il est vendu pour à peine pour plus d'un million de dollars de vins et de boissons dans les

marchés publics du Québec : le marché Jean-Talon représente à lui seul 75% de ce volume.

### **Pourquoi développer des produits si on ne peut pas les mettre en marché?**

Vous me répondez avec raison que beaucoup de ces produits sont disponibles à la SAQ, et j'en conviens. Mais avec un volume de vente d'à peine 7,000,000\$, une fois déduit les ventes des produits de la Maison des Futailles dans le réseau complet de magasins et d'agences, on peut facilement en conclure que notre société d'état n'a pas encore maîtrisé la façon de commercialiser les produits de niche que sont nos boissons artisanales, et ce même dans ses trois succursales *Terroirs d'ici*.

Il est donc urgent que le ministre de l'agriculture, M. Vallières, intervienne auprès de son collègue de la sécurité publique, M. Dupuis, afin que les producteurs retrouvent l'accès aux marchés publics.

### **Percer le tonneau qu'on veut remplir**

En conclusion je citerai un bref passage de l'article d'Ariane Krol, éditorialiste au journal *La Presse* :

*« Il est urgent que Québec trouve une façon de redonner un accès aux marchés publics qui répondent aux besoins des producteurs et des consommateurs. Parce que saper la mise en marché d'un secteur dans lequel on investit, c'est un peu comme percer un trou dans le fond du tonneau qu'on essaie de remplir. Comme stratégie de développement, on a déjà vu mieux »<sup>1</sup>*

Veillez agréer, mesdames, messieurs, l'expression de nos sentiments les plus distingués.

Antonio Drouin propriétaire et exploitant  
*Le Marché des saveurs du Québec*

Février 2006

---

<sup>1</sup> Percer le tonneau qu'on veut remplir Ariane Krol La Presse 23 janvier 06