



## **Mémoire de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec**

**Présenté à la Commission de l'agriculture,  
des pêcheries, de l'énergie et des ressources  
naturelles**

**Dans le cadre de la Consultation générale  
et des auditions publiques sur le Livre vert  
pour une politique bioalimentaire : Donner  
le goût du Québec**

**Le 24 août 2011**

---

## Table des matières

Résumé .....	3
Présentation de la Fédération .....	5
L'acériculture en quelques chiffres.....	6
Une politique gouvernementale pour le secteur bioalimentaire .....	7
Une vision d'avenir large et rassembleuse .....	8
Première orientation : Distinguer nos produits alimentaires.....	10
Objectif 1 : Identifier et mettre en valeur les caractéristiques distinctives des produits québécois.....	10
Objectif 2 : Soutenir une offre de produits sains et sécuritaires .....	13
Objectif 3 : Promouvoir les produits québécois sur les marchés .....	17
Deuxième orientation : Renforcer notre capacité concurrentielle.....	19
Objectif 1 : Miser sur des entreprises rentables et efficaces .....	19
Objectif 2 : Bâtir une dynamique de développement fondée sur des filières compétitives.....	24
Objectif 3 : Favoriser la diversification de l'offre de produits mettant en valeur le potentiel bioalimentaire régional .....	27
Troisième orientation : Valoriser l'environnement et le territoire du Québec .....	28
Conclusion .....	29
Recommandations .....	30
Annexe 1.....	32
Annexe 2.....	33
Annexe 3.....	34
Annexe 4.....	36
Annexe 4 (suite).....	37
Annexe 5.....	39

## Résumé

Portée par une vision globale et rassembleuse, la première politique bioalimentaire du Québec pourrait constituer un véritable projet de société dont nous serons fiers et qui, en plus de nourrir les consommateurs d'ici et d'ailleurs, « alimentera » l'économie et la vitalité de nos régions. Pour ce faire, la valorisation de nos ressources peut et doit prendre plusieurs formes pour répondre aux besoins émergents, y compris ceux qui ne sont pas alimentaires (ex. pharmaceutiques, cosmétiques, industriels, énergétiques). Une politique bioalimentaire adoptée et endossée par le gouvernement favorisera la cohérence des interventions.

Le gouvernement a proposé un projet de politique en trois axes et soulevé de nombreuses questions. Tout au long de son mémoire, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec s'applique à formuler des pistes de solution et des recommandations appuyées par des exemples concrets.

En bout de piste, nous espérons que cette démonstration réussisse à persuader le gouvernement que sa politique bioalimentaire devrait :

1. Miser d'abord sur un cadre réglementaire et des programmes structurants;
2. Réserver le soutien direct aux entreprises et les interventions ciblées individuellement pour régler des problématiques ponctuelles et exceptionnelles (ex. catastrophe climatique);
3. Se donner les moyens (ressources et expertise) pour que le cadre règlementaire et les programmes établis soient appliqués efficacement et rigoureusement respectés.

En effet, dans un contexte où les ressources sont limitées et que les retombées de la politique bioalimentaire devraient servir l'ensemble de la société québécoise, nous sommes d'avis que l'État doit prioritairement miser sur un cadre réglementaire et des programmes structurants. La promotion générique et la recherche scientifique précompétitive sont des actions fondamentales et le maillon de la chaîne de commercialisation le mieux placé pour s'y impliquer est, sans contredit, les associations de producteurs.

Aussi, la mise en marché collective, possible en vertu de la Loi sur la mise en marché, est un exemple d'outil qui a fait ses preuves. Elle répond particulièrement bien aux enjeux de l'heure, à savoir :

- la réponse aux signaux du marché;
- l'amélioration de la compétitivité de toute la filière par la stabilité des prix et la sécurité des approvisionnements à long terme;
- le commerce équitable et le développement durable des entreprises et de la production;

- la réputation des produits, la crédibilité des organismes de mise en marché auprès des acheteurs et des consommateurs;
- la simplification du circuit de commercialisation;
- le soutien à l'innovation et à l'émergence de produits différenciés, y compris des produits de niche.

Soulignons que les mécanismes de mise en marché collective n'ont jamais cessé d'évoluer pour s'adapter aux attentes toujours plus élevées des consommateurs. Ils réunissent les conditions propices au développement de tous les intervenants et génèrent des retombées concrètes. Un des plus grands atouts de la mise en marché collective est sa capacité à générer tous ces bénéfices sans en faire payer le prix ni au consommateur ni au contribuable. C'est tout un succès sur lequel il faut continuer à miser.

Bien sûr, l'État sera encore appelé à intervenir de manière ciblée et individuelle afin de corriger des problématiques particulières (ex. catastrophe). Mais cette façon de faire ne doit être que ponctuelle et exceptionnelle. En effet, nous sommes d'avis que, pour structurer et développer le bioalimentaire de façon pérenne, pour créer de la richesse et en faire bénéficier la société québécoise, il faudra garder une vision globale et favoriser les projets à portée collective (telle la réserve stratégique collective de sirop d'érable).

Enfin, l'État devra se donner les moyens pour que les programmes et le cadre réglementaire établi soient appliqués efficacement. Par exemple, la réglementation relative à la qualité et aux appellations doit être appliquée avec rigueur. Également, les faiblesses de certaines lois doivent être corrigées. C'est ainsi que l'adoption immédiate du projet 21 permettra de corriger une faiblesse de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et alimentaires. Finalement, les organismes gouvernementaux, tels le MAPAQ ou la RMAAQ, devront disposer des ressources et du pouvoir nécessaires pour en assurer le respect.

## Présentation de la Fédération

La Fédération des producteurs acéricoles du Québec (ci-après « la Fédération ») a été créée en 1966 en vertu de la *Loi sur les syndicats professionnels* pour défendre les intérêts des quelque 13 500 acériculteurs et acéricultrices du Québec. Ces producteurs et productrices exploitent plus de 7 400 entreprises acéricoles uniques. Elles sont regroupées par région et représentées par onze syndicats régionaux, tous affiliés à la Fédération.

Ces entreprises de toutes tailles et de toutes les régions, avec leur originalité et leur complexité, ont choisi de se regrouper pour prendre en main leur production et mieux vivre de leur métier.

En 1989, en vertu de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles et alimentaires du Québec*, les producteurs et productrices ont demandé à la Fédération de gérer un Plan conjoint afin de prendre en charge et organiser les conditions de production et de mise en marché de leur produit.

Depuis le 27 février 1990, date de son entrée en vigueur, la Fédération administre le Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec. À travers ce Plan conjoint, les acériculteurs et acéricultrices ont choisi d'organiser collectivement la production et la mise en marché de leurs produits. Ce faisant, ils ont permis à l'acériculture d'amorcer et de poursuivre sa lancée.

Au total, à partir de leurs contributions au Plan conjoint, les acériculteurs investissent actuellement près de 8 millions de dollars par an dans le financement de projets ou d'activités servant les intérêts de tous les acériculteurs, voire même la filière acéricole en entier, et favorisant une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé.

En plus de s'impliquer dans diverses organisations (ex. : International Maple Syrup Institute), la Fédération est affiliée à l'Union des producteurs agricoles.



## L'acériculture en quelques chiffres

- Le Québec compte plus de 13 500 acériculteurs et acéricultrices regroupés sur 7 357 entreprises détenant un contingent.
- En 2011, l'acériculture au Québec a produit à la ferme une valeur de sirop d'érable de près de 283 millions de dollars avec une récolte estimée à 101,9 millions de livres.
- En 2011, selon la base de données de la Fédération, il y avait 42,7 millions d'entailles en exploitation. L'actif des entreprises acéricoles est estimé à plus 1,8 milliard de dollars en incluant la valeur du fonds de terre.
- En 2011, le Québec a produit 91 % de la production canadienne et 71,4 % de la production mondiale.
- Les produits de l'érable du Québec sont vendus dans près de 50 pays à travers le monde.
- En 2010, on estime que 90 % de la production québécoise était exportée.
- En 2010, la part des exportations canadiennes destinées aux États-Unis a été de 65,7 %. Les deux autres principaux marchés d'exportation sont le Japon dont la part des exportations totalise 10,0 % et l'Allemagne qui totalise 6,3 %.
- Chaque année, environ 550 entreprises acéricoles commercialisent du sirop en petits contenants à un intermédiaire, ceci totalise environ 3M livres. Puisque le mode de commercialisation (vrac ou petits contenants) est au choix des entreprises, elles varient d'une année à l'autre.
- En 2010, en ce qui a trait à la production contingentée, 96 % de celle-ci était commercialisée en vrac et 4 % en petits contenants par un intermédiaire.
- L'acériculture au Québec<sup>1</sup>, c'est
  - 12 000 emplois équivalent temps plein
  - Un PIB de 734 millions de dollars
  - Des revenus de taxation de 186 millions de dollars
  - 1,3 % des emplois en régions rurales

---

<sup>1</sup> Extrait de l'étude sur les retombées économiques de l'acériculture

## Une politique gouvernementale pour le secteur bioalimentaire

Il est heureux que ce projet de politique bioalimentaire soit déposé par le gouvernement. En effet, il est grand temps que l'État québécois se dote d'une politique structurante et globale pour valoriser ses ressources, son expertise et sa créativité afin que l'agriculture, la foresterie et les pêches rayonnent.

Cette politique, porteuse d'une vision dont nous serons fiers, sera endossée par tous les organismes du gouvernement et a toutes les chances de devenir un véritable projet de société. Animés de cet espoir, nous invitons le gouvernement à porter fièrement cette politique lorsque viendra le temps d'agir et, notamment lors de :

- La négociation d'ententes commerciales bilatérales ou multilatérales en exigeant, par exemple, la réciprocité des normes sur les produits et la défense du modèle agricole québécois;
- L'encadrement des contrats d'approvisionnement auprès de ses institutions afin de favoriser l'achat québécois;
- L'adoption de lois, règlements ou politiques relevant de divers ministères, mais interpellant le secteur agricole (ex. régime forestier, politique-cadre « Pour un virage santé à l'école », politique culturelle du Québec, etc.).

### **Recommandation :**

1. La future politique bioalimentaire du Québec doit amener les organismes du gouvernement à collaborer encore plus étroitement et favoriser une action plus cohérente et plus porteuse de développement.

## Une vision d'avenir large et rassembleuse

Le gouvernement a choisi de placer les produits alimentaires au cœur de son projet de politique bioalimentaire et énonce sa vision de la manière suivante :

*« Faire du bioalimentaire un secteur reconnu pour ses produits alimentaires distinctifs et de qualité ainsi que pour sa contribution à l'essor économique du Québec et à la vitalité de ses régions dans une perspective de développement durable. »*

Il est intéressant de noter que le secteur de l'érable contribue en tout point à l'énoncé de vision.

Avec respect, si l'intention du gouvernement est de créer un engouement pour les produits du Québec en permettant aux entreprises de valoriser le potentiel bioalimentaire de chez nous, de créer de la richesse, de générer des retombées économiques et sociales dans toutes les régions... cette vision gagnerait à être élargie.

En effet, elle gagnerait à inclure les multiples débouchés pour les produits de la forêt, de la terre ou de la mer, incluant les applications encore souvent méconnues dans les domaines industriels, cosmétiques, pharmaceutiques, énergétiques, etc.

Ainsi, les usages non alimentaires permettraient de diversifier les revenus des entreprises agricoles et améliorer leur rentabilité et leur pérennité. Ce faisant, ils permettent de soutenir la multifonctionnalité des activités agricoles, un objectif clairement exprimé dans le projet de politique.

Plusieurs usages non alimentaires valorisent déjà les produits bioalimentaires et permettent à des entreprises d'ici de prospérer dans des secteurs non traditionnels. Il suffit de penser :

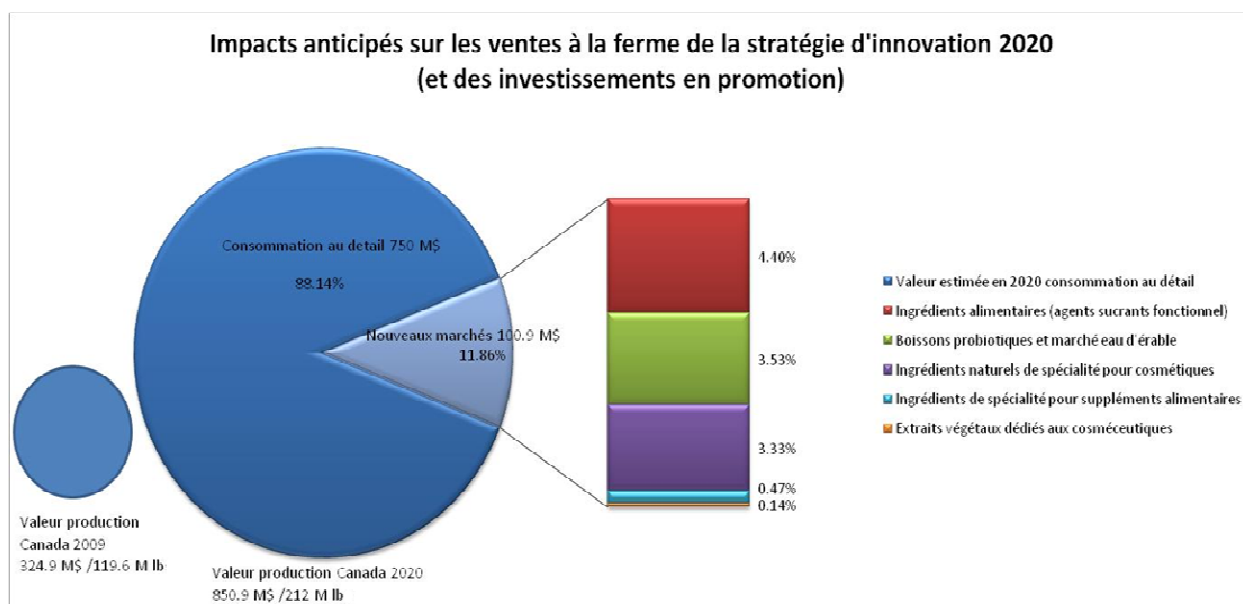
- Aux « bois de velours » des cervidés recherchés pour leurs vertus nutrathérapeutiques;
- À la chitine extraite des carcasses de crustacés utilisée dans le secteur industriel (purification d'eau, épaississant et stabilisant alimentaire, résines, etc.), cosmétique ou médical (ex. fil chirurgical);
- Aux œufs destinés à la fabrication de vaccins;
- À l'If du Canada et son « taxol » utilisé pour le traitement de certains cancers;
- À l'éthanol ou aux bioplastiques synthétisés à partir de produits (ou de sous-produits) agricoles.

Dans le secteur acéricole, au cours de la dernière décennie, les acériculteurs ont décidé d'investir massivement (plus de 5 M\$ en 5 ans) en recherche, développement et innovation afin de :

*Hisser l'érable au niveau d'un produit à valeur ajoutée et à application multiple, en raison de ses qualités fonctionnelles, nutraceutiques, nutrathérapeutiques, nutritives et physico-chimique.<sup>2</sup>*

C'est ainsi que les premiers résultats scientifiques laissent entrevoir un grand potentiel de développement dans les marchés non traditionnels. En effet, les scientifiques d'ici et d'ailleurs ne cessent de découvrir et de documenter les propriétés de l'érable. Ces découvertes pourraient se traduire par le développement de nouvelles applications commerciales pour les produits de l'érable. Pour arriver à percevoir ces nouvelles opportunités et, plus encore, pour les saisir, il faut absolument pousser la limite de nos connaissances scientifiques.

Lors de l'adoption de la stratégie d'innovation *Nouvelle génération de l'érable 2020*, les intervenants de l'industrie canadienne de l'érable (dont le leadership est clairement québécois), ont estimé qu'il serait possible, si l'ensemble de la stratégie est mise en œuvre, de hausser la valeur des ventes de produits de l'érable au-delà des 850 M\$ d'ici 2020. Évidemment, pour ce faire, il faut élargir notre vision à toutes les caractéristiques des produits de l'érable et à tous les bénéfices qui peuvent en être dégagés.



En somme, la Fédération invite le gouvernement à élargir sa vision. Tout en gardant dans son point de mire l'offre alimentaire, il gagnerait à aborder l'éventail des potentiels des ressources de la terre, de la forêt et de la mer de chez nous.

<sup>2</sup> Cette vision est énoncée dans la stratégie de développement des marchés à long terme « *Nouvelle génération de l'érable 2020* » adoptée par l'Industrie canadienne de l'érable en janvier 2010.

### **Recommandation :**

2. Le gouvernement est invité à élargir sa vision en misant sur toutes les utilisations potentielles et opportunes des produits bioalimentaires (alimentaires, industrielles, cosmétiques, pharmaceutiques, énergétiques, etc.).

## **Première orientation : Distinguer nos produits alimentaires**

### **Objectif 1 : Identifier et mettre en valeur les caractéristiques distinctives des produits québécois**

---

#### **Des caractéristiques distinctives basées sur des données scientifiques (mesurables)**

Positionner les produits du Québec par leur apport à une saine alimentation n'est malheureusement pas suffisant, à moins d'avoir des données scientifiques, mesurables et vérifiables qui démontrent un avantage nutritionnel à consommer local. Autrement, un aliment bon pour la santé est bon pour la santé, peu importe sa provenance. Du moins théoriquement, car quelqu'un de bien renseigné pourrait, par exemple, être sensible aux méthodes de production utilisées et aux contrôles de qualité effectués. C'est sur ces différences qu'il faut miser.

Pour positionner les aliments québécois sur la base de leurs qualités distinctives, il faut qualifier et quantifier ce qui les distingue (ex. empreinte environnementale, cycle de vie des produits, etc.). Investir en science en vue de comparer, valider et même améliorer les produits agro-alimentaires du Québec est une action fondamentale.

Il est essentiel d'offrir des programmes de soutien à l'innovation précompétitive, laissant place à l'exploration et permettant le financement flexible des orientations les plus prometteuses pour chaque industrie.

#### **Identifier les produits et en assurer l'intégrité**

L'identification, la dénomination, l'étiquetage des produits alimentaires du Québec sont déterminants pour que le consommateur puisse orienter ses choix de manière éclairée. Mais, il ne suffit pas d'identifier le produit et sa provenance, il faut également en garantir l'authenticité. Pour ce faire, des vérifications et des contrôles adéquats sont essentiels, tel que le demande l'industrie (annexe 1).

Plus un produit est prisé, plus la tentation de le copier, de le modifier (annexe 4) ou de le contrefaire est grande. La Fédération est très préoccupée par cette question. En effet, d'importants efforts de recherche et de promotion sont investis afin de hausser la notoriété des produits de l'érable. Parallèlement, des projets de recherche appliquée permettent d'améliorer les moyens de détecter l'adultération du sirop d'érable.

Le rôle de l'État est d'assurer un cadre législatif adéquat et rigoureux et les incitatifs (ou pénalités) appropriés afin que les produits correspondent parfaitement à leur dénomination et que, inversement, la dénomination reflète les caractéristiques véritables du produit.

À titre d'exemple, rappelons que, au printemps 2009, la Fédération a été submergée d'appels de consommateurs, de producteurs et d'acheteurs préoccupés par l'apparition d'un nouveau produit sur les tablettes d'épicerie. Ce produit, composé principalement de sirop de riz et de jus de canne à sucre importés, était présenté dans un emballage similaire à ceux généralement associés au sirop d'érable (consERVE de 540 ml). Cet emballage arborait une feuille d'érable et a semé une réelle confusion chez les consommateurs. De plus, ce produit portait la mention « produit du Canada ». Cette situation a été très médiatisée. (annexe 2)

À cet égard, le chapitre 8 du *Règlement sur les aliments* pris en vertu de la Loi sur les aliments a démontré, un fois de plus, sa très grande pertinence. Bien qu'il soit toujours perfectible, il a permis de corriger cette situation qui engendrait beaucoup de confusion et de grogne chez les consommateurs.

Également, les résultats des recherches en cours favoriseront l'émergence d'une multitude de produits à base de sirop d'érable. Toutefois, il importe de maintenir une grande vigilance à l'égard de la dénomination et de la pureté des produits de l'érable. Est-ce qu'un sirop d'érable dont on aurait remplacé certaines molécules de sucre est toujours du sirop d'érable? Est-ce qu'un sirop d'érable auquel on aurait ajouté un enzyme pour en modifier la texture est toujours pur?

Bien que l'utilisation de sirop d'érable comme ingrédient soit clairement une avenue à développer, il faut éviter l'usurpation du sirop d'érable pur et authentique.

### **Faire rayonner par la recherche**

Positionner les aliments québécois sur une base internationale implique également une ouverture à faire appel aux plus grands experts dans leur domaine, peu importe leur localisation. La collaboration des meilleurs chercheurs du monde dans leur domaine ou des domaines complémentaires permet de faire rayonner les résultats de recherche auprès des consommateurs en plus de bâtir une relève locale dont les qualifications sont bonifiées par les échanges scientifiques. Concrètement, il faut donc que l'État soit prêt à supporter financièrement même les projets faisant appel à de l'expertise étrangère.

La recherche générique doit être favorisée par les programmes d'innovation, particulièrement celle dont le leadership est assumé par les producteurs. En effet, l'industrie n'investit pas dans la recherche précompétitive. Or, c'est ce type de recherche qui mène à la création de valeur durable pour le secteur en générant de nouveaux produits et nouvelles applications à valeur ajoutée.

Les résultats de cette recherche précompétitive peuvent ensuite être récupérés par l'industrie une fois les étapes de recherche les plus à risque réalisées et confirmées.

Pour donner un exemple de succès de la recherche générique, il suffit de penser à la vague de fond provoquée par les résultats des études menées par Dr. Seeram de l'Université du Rhode Island. Rappelons qu'en mars 2010, on annonçait sur toutes les grandes tribunes que le sirop d'érable du Canada renferme plus de 20 composés antioxydants reconnus pour leurs effets bénéfiques sur la santé et inhiberait la prolifération de cellules cancéreuses. Cette nouvelle a fait le tour du monde en un clin d'œil, est passée sur Times Square et a été vue par plus de 100 millions d'Américains en quelques jours dans les divers médias (annexe 3). Par la suite, elle a stimulé l'émergence de nouveaux projets plus poussés, en vue de développer des applications commerciales à ces récentes découvertes. Et ce n'est que le début... c'est un travail de longue haleine qui demande une vision à long terme. L'attention de la communauté scientifique mondiale est maintenant tournée vers l'érable. Il s'agit désormais de suivre la cadence avec rigueur pour que l'industrie acéricole du Québec garde sa longueur d'avance et réponde aux nouvelles opportunités de marché.



Dès lors que le sirop d'érable n'est plus recherché uniquement pour sa saveur, mais pour ses propriétés intrinsèques, une des plus grandes menaces à laquelle de secteur de l'érable devra faire face est le risque de falsification du produit authentique. En d'autres mots, il devra relever le défi d'assurer l'authenticité du sirop d'érable et sa reconnaissance sur les marchés afin d'en préserver la réputation. L'intervention et le support de l'État à ce chapitre seront nécessaires.

## **Les appellations réservées et l'authenticité de notre produit national**

Ainsi, dans l'esprit des appellations réservées à l'échelle locale, il faudrait permettre ou faciliter la création d'appellations reconnues à l'international par le Codex alimentarius ou l'OMC. Ce sont les appellations d'ordre international qui permettront aux produits d'ici de se distinguer sur la scène nationale et internationale.

### **Recommandations :**

3. Favoriser les investissements en recherche scientifique générique afin d'identifier et de mesurer ce qui distingue les produits de chez nous;
4. Maintenir, voire renforcer, la réglementation encadrant la mise en marché, la qualité et l'intégrité des aliments et pourvoir le MAPAQ et la RMAAQ des ressources et des pouvoirs leur permettant d'assurer le respect de la réglementation dont ils sont chargés;
5. Préserver certaines appellations ou dénominations (tel « sirop d'érable ») au Québec et à l'échelle mondiale. Le Québec devrait se faire « leader » et aidant pour que la protection des appellations dépasse nos frontières.

### **Objectif 2 : Soutenir une offre de produits sains et sécuritaires**

La mise en marché collective est un outil exceptionnel pour améliorer et contrôler la qualité des produits offerts aux consommateurs.

Mentionnons d'abord que le sirop directement vendu par le producteur au consommateur n'est pas visé par la mise en marché collective ni par aucun règlement qu'administre la Fédération. Il n'est donc soumis à aucun test de qualité obligatoire. Ce circuit de commercialisation représente néanmoins une part importante des approvisionnements des consommateurs québécois. En effet, on estime que plus de la moitié des consommateurs québécois s'approvisionnent encore directement chez l'acériculteur. C'est dans le contexte où il existe une relation personnelle entre le consommateur et le producteur et qu'une certaine « relation de confiance » s'établit, qu'il est socialement acceptable qu'aucun contrôle de qualité ne soit appliqué (sauf en cas de plainte formelle). Dans tous les cas où il existe une distance entre le producteur et le consommateur, ce dernier a besoin d'être rassuré sur la provenance et la qualité du produit qu'il achète. C'est aussi dans ce contexte que les marques de certification et les appellations contrôlées prennent toute leur importance.

## Agence de vente, vérification de la qualité et direction du produit

Le sirop commercialisé en vrac (barils) transite obligatoirement par l'agence de vente des producteurs acéricoles en vertu de la Loi sur la mise en marché. De ce fait, 100 % du sirop en vrac est classé et inspecté par une agence scientifique externe. Le sirop peut alors être commercialisé selon des caractéristiques vérifiées (saveur, limpidité, densité, couleur). Les méthodes et instruments servant à vérifier la qualité du sirop évoluent sans cesse afin de répondre aux préoccupations des consommateurs et des besoins particuliers de certains marchés. C'est ainsi que depuis peu, le sirop présentant d'importants défauts (ex. goût de bourgeon prononcé) est dirigé vers des marchés dits « industriels » pour être transformés. Ainsi, ces sirops de mauvais goût ne risquent pas d'être commercialisés « tels quels » et de nuire à la réputation de l'ensemble des produits de l'érable. Dans des cas extrêmes, le sirop impropre à la consommation sera détruit ou des débouchés non alimentaires seront recherchés. De même, le sirop dont la densité est trop faible sera retravaillé pour atteindre la densité qui lui permettra de se conserver à long terme. Enfin, l'agence de vente assure la traçabilité parfaite du sirop depuis l'érablière jusqu'à l'acheteur.



En d'autres termes, grâce à la mise en marché collective et obligatoire, tous les acheteurs qui s'approvisionnent auprès de l'agence de vente achètent un produit dont la qualité a été vérifiée. Cet état de fait ne garantit pas la qualité du sirop sur les tablettes (puisqu'il doit d'abord être transformé ou embouteillé par un acheteur), mais c'est déjà un pas dans la bonne direction et c'est ce qui démarque le sirop d'érable du Québec et lui permet de saisir des opportunités de marché qui seraient inaccessibles autrement.

Tel qu'en fait foi une lettre que la chaîne Costco adressait à la Fédération (placée en annexe), certains détaillants sont prêts à s'impliquer et n'hésitent pas à reconnaître que la mise en marché collective est un atout majeur pour assurer la qualité des produits.

Il a fallu du courage politique et de la vision pour que les acériculteurs s'organisent et s'imposent une discipline collective. Avec le même courage et la même vision, l'État, dans sa nouvelle politique bioalimentaire pourrait jouer un rôle majeur pour renforcer et prolonger cette chaîne de qualité et de traçabilité jusqu'aux tablettes des détaillants.

### **Qualité offerte au consommateur**

Environ 90 % de la production acéricole québécoise est destinée à l'exportation.

Chaque année, de 2 à 3 millions de livres (environ 25 % de la consommation québécoise) de sirop d'érable sont embouteillées à la ferme pour être commercialisées par un intermédiaire (ex. épicerie). Cette part de la production, non visée par l'agence de vente, n'est soumise à aucune vérification de la qualité obligatoire (inspection, classement).

Pour encadrer la qualité de ce sirop, la Fédération a adopté et soumis pour approbation à la RMAAQ deux projets de règlement sur la qualité du sirop commercialisé en petits contenants. À deux reprises, la RMAAQ a rejeté ces projets en indiquant d'une part, qu'ils faisaient double emploi avec la réglementation existante et d'autre part, qu'ils créeraient une iniquité entre les producteurs.

Dans ce contexte, la logique commande donc que c'est au MAPAQ de vérifier et de contrôler la qualité des produits offerts au consommateur, et ce, :

- qu'il soit passé par l'agence de vente (vrac) et embouteillé par un transformateur;
- qu'il soit embouteillé à la ferme et vendu au détaillant;
- ou qu'il soit vendu directement du producteur au consommateur (non visé par le Plan conjoint) tel que le font généralement les cabanes à sucres de type restaurant.

Nous espérons que, dans la foulée de la prochaine politique bioalimentaire, le rôle, les responsabilités et les ressources du MAPAQ seront accrus afin d'assurer une application rigoureuse de la réglementation existante dont, notamment, le règlement sur les aliments.

En effet, la Fédération est préoccupée et demeure impuissante devant les appels de consommateurs se plaignant de la qualité du sirop d'érable offert aux tables des restaurants (ou cabanes à sucres) et sur les tablettes des détaillants.

De plus, les attentes des consommateurs étant toujours de plus en plus élevées, les entreprises doivent s'adapter à des standards de qualité toujours plus élevés. L'État pourrait soutenir le virage qualité de ces entreprises. À titre d'exemple, la flotte de barils actuellement utilisés pour transporter et entreposer le sirop d'érable est désuète et doit absolument être renouvelée. Ce renouvellement représente des investissements majeurs pouvant atteindre les 50 millions de dollars. Bien que des incitatifs monétaires aient été intégrés dans la dernière convention de mise en marché, un coup de pouce de l'État permettrait au secteur de l'érable de répondre aux standards de qualité d'une industrie de classe mondiale.



Renforcer les mécanismes assurant la sécurité des aliments passe par l'implication du MAPAQ à titre d'organisme de contrôle. Sans ce standard indépendant et public, la garantie de sécurité alimentaire et la perception même de garantie sur les marchés est compromise.

#### **Recommandations :**

6. Intensifier le rôle et la responsabilité du MAPAQ en regard de la qualité du sirop d'érable offert au consommateur (détail ou vente à la ferme). Il est entendu que la qualité correspond à l'ensemble des caractéristiques attendues des consommateurs (saveur, authenticité, dénomination, salubrité, etc.);
7. Outiller, supporter et encadrer les entreprises de production et de transformation (incluant les cabanes à sucre qui servent des repas) afin de leur permettre de suivre l'évolution des standards de qualité (ex. renouvellement de la flotte de barils);
8. Confirmer la confiance du gouvernement et sa volonté de défendre la Loi sur la mise en marché et les outils collectifs qui en découlent.

### **Objectif 3 : Promouvoir les produits québécois sur les marchés**

---

Comme mentionné au sujet de la recherche précompétitive, personne ne paraît mieux placé pour assurer un leadership en matière de promotion générique que les associations de producteurs à travers leurs outils de mise en marché collective. D'une part parce que le regroupement de leurs ressources offre un levier financier significatif, d'autre part parce que leur intérêt dépasse les retombées immédiates.

#### **Programme d'aide au développement des marchés**

Nous nous permettrons de rappeler les grandes lignes du « Programme d'aide au développement des marchés » supporté par La Financière agricole du Québec de 2004 à 2009. Ce programme était novateur et structurant. Il avait pour mission principale d'informer et d'éduquer les consommateurs en intégrant, par exemple, l'érable à la cuisine japonaise (par le biais de concours, de sessions de formation ou de livrets recettes) ou en faisant découvrir l'érable par le biais de dégustations.

Il a en quelque sorte permis de bâtir des ponts entre les producteurs et le marché. Les critères étaient suffisamment souples pour stimuler la créativité. Ils étaient suffisamment structurants pour favoriser les échanges au sein de la filière. Par exemple, les importateurs étaient invités à soumettre des projets. Un comité multipartite (MAPAQ, AAC, Fédération, FADQ) était chargé d'analyser et de recommander les projets à supporter. Le programme était administré par la Fédération et La Financière agricole. La Fédération pouvait soumettre des projets de promotion générique au comité d'évaluation des projets. Les projets de promotion non génériques devaient tous être déposés ou « parrainés » par un acheteur-transformateur du Québec.

Sur les 96 projets déposés, 70 ont été réalisés en partie ou en entier. Ce programme aura coûté, en moyenne, moins d'un million de dollars par année pour générer, dans la plupart des cas, des investissements équivalents de la part des entreprises. (La plupart des projets étant financés à 50 %).

Mentionnons que la pénurie de sirop de 2008, combinée à la période d'insécurité économique des dernières années a freiné certains projets de développement des marchés. Par contre, l'aide de ce programme a permis à plusieurs entreprises, et à l'érable de manière générale, de rester présents dans l'esprit des consommateurs. Plusieurs entreprises ont réussi à percer de nouveaux marchés ou augmenter leurs ventes grâce à ces projets, et ce, malgré la récession et le manque de sirop (certains entrepreneurs rapportent par exemple, une hausse des ventes au Japon de 14 % au moment même où les exportations vers le Japon diminuaient de 10 %).

C'était un moyen efficace de miser sur les « piliers du pont » ancrés dans le marché pour consolider la place de l'érable et faire rayonner sa notoriété.

Humblement, nous soulignons que l'érable est sans doute le produit le plus emblématique de la culture québécoise. Il ne fait donc pas de doute que la bonne réputation des produits de l'érable a une influence positive sur la perception des consommateurs à l'égard des produits et de la gastronomie du Québec.

La Financière agricole connaît bien les résultats positifs et structurants de ce programme que la Fédération et plusieurs entreprises auraient voulu voir se renouveler à son échéance.

### **Vitrine gastronomique et l'influence des grands**

L'utilisation des produits d'ici dans les établissements alimentaires et les institutions de l'État, les circuits courts de commercialisation et l'agrotourisme sont certes des outils importants de mise en valeur des produits québécois.

Au Québec, le meilleur moyen d'accroître la perception de notoriété des produits d'ici est leur succès sur la scène internationale. L'érable possède sa propre vitrine gastronomique avec *La Route de l'érable* (annexe 5), mais ce qui en crée sa valeur perceptuelle est l'association de grands chefs aux produits d'érable du Québec. Le renforcement de l'image de marque des aliments d'ici sur les marchés locaux et internationaux passe par l'association des produits d'ici aux chefs réputés. Par ricochet, c'est toute la filière gastronomique du Québec qui en bénéficie.

La mise en valeur de chefs locaux au plan international permet également de mieux vendre nos produits locaux (pensons au chef du NOMA au Danemark et les produits de la forêt nordique). <http://www.noma.dk> C'est ainsi que *La Route de l'érable*, par exemple, stimule la créativité en matière d'utilisation de l'érable et valorise les talents d'ici et d'ailleurs. Il faut travailler avec les meilleurs, renommés mondialement et reconnus par leurs pairs pour bénéficier de cet effet.

#### **Recommandations :**

9. Proposer un programme de promotion générique structurant et souple et un programme de promotion non générique qui favorise le maillage entre les intervenants de la filière dans lequel les associations de producteurs sont impliquées. Le *Programme d'aide au développement des marchés* en est un bel exemple.

## Deuxième orientation : Renforcer notre capacité concurrentielle

### Objectif 1 : Miser sur des entreprises rentables et efficaces

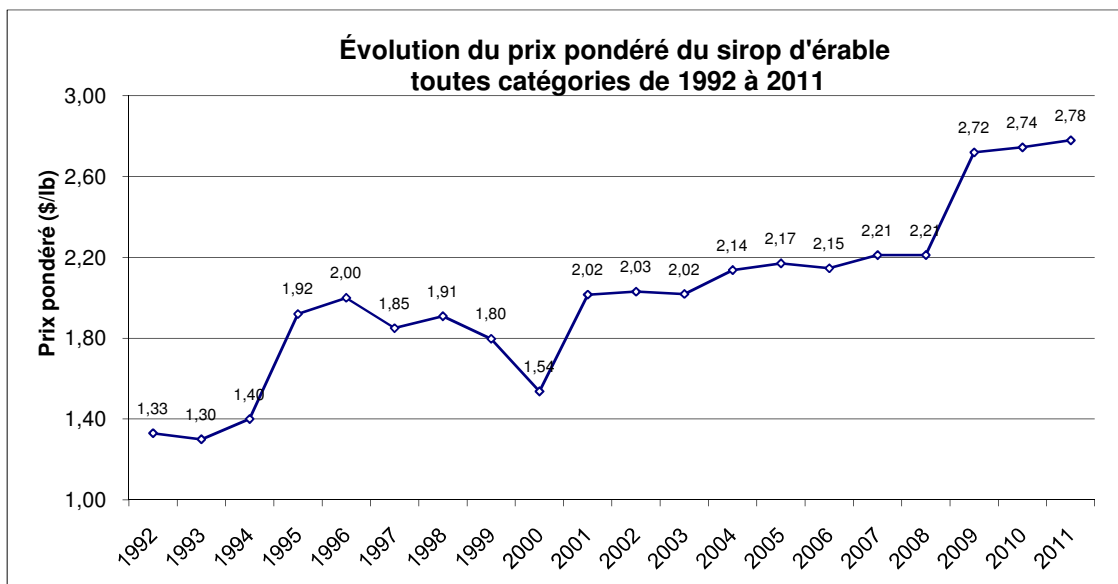
La mise en marché collective génère des bénéfices pour l'ensemble des producteurs acéricoles, peu importe leur mode de commercialisation. Ces bénéfices profitent également aux autres maillons de la filière acéricole en favorisant un environnement d'affaires propice au développement.

En effet, grâce aux interventions du Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec :

- Les prix sont uniformes, stables toute l'année et connus d'avance;
- Les conditions de mise en marché sont les mêmes pour tous;
- Les acériculteurs supportent collectivement la réserve de sirop permettant de sécuriser les approvisionnements mondiaux en cas de pénurie de sirop d'érable due à de mauvaises conditions climatiques;
- Le regroupement des ventes permet de valoriser les produits selon les débouchés les plus appropriés;
- Les acériculteurs investissent collectivement massivement en promotion et en recherche.

#### Les prix uniformes, stables et connus d'avance :

Grâce à la mise en marché collective permettant la négociation d'une convention unique avec les acheteurs de sirop d'érable, les conditions de mise en marché sont uniformes, et connues d'avance. De cette manière, les entreprises peuvent planifier, investir et gérer plus facilement leur développement.



Les interventions du Plan conjoint en période de surproduction ont permis et permettent toujours d'éviter l'effondrement des prix en plus d'assurer une réserve stratégique pour approvisionner les marchés en période de rareté.

Même les acériculteurs qui choisissent de commercialiser leur sirop en petits contenants, en dehors de l'agence de vente, obtiennent de meilleurs prix. En effet, les prix négociés collectivement ou décrétés par la RMAAQ pour le sirop d'érable en vrac servent de référence aux producteurs transformateurs pour établir leurs prix de vente. Même si les prix ne sont pas parfaitement corrélés, de meilleurs prix pour le sirop d'érable en vrac permettent généralement d'obtenir de meilleurs prix pour le sirop d'érable en petits contenants.

Ce phénomène s'explique de deux façons :

- Le producteur qui n'obtient pas un prix satisfaisant pour ses petits contenants a le choix de livrer son sirop d'érable en grands contenants à de meilleurs prix et réduire ses coûts de transformation et d'emballage;
- Historiquement, en période de surproduction, lorsque les prix de vrac s'effondraient et que les producteurs ne trouvaient pas preneur pour toute leur récolte, plusieurs d'entre eux se tournaient vers le marché des petits contenants pour écouler à tout prix cette dernière. En 2000, plusieurs producteurs ont écoulé de cette façon leur production en vendant leur sirop d'érable à des prix de 25 \$ le gallon. En 2006, on estime qu'un gallon se détaillait à environ 35 \$. En 2009, il n'était pas rare que le gallon de sirop se vende à plus de 50 \$.

### **Regroupement des efforts et structure de représentation unique**

Cette situation n'est possible que grâce au regroupement de tous les acériculteurs au sein d'un même Plan conjoint. En effet, dans sa décision 9361, rendue le 6 avril 2010, la Régie des marchés agricoles arrive à la conclusion que la mise en marché efficace et ordonnée, les intérêts des acériculteurs, l'harmonie entre les intervenants et, ultimement, l'intérêt des consommateurs sont clairement mieux servis par un seul et unique Plan conjoint. Diviser les forces amènerait confusion et diluerait l'effet positif de l'action collective.

D'ailleurs, dans sa décision 9361 du 6 avril 2010, la RMAAQ rejetait la demande de création d'un second plan conjoint pour la production de sirop d'érable.

*[108] La Régie est d'avis qu'une double structure de gestion de la production et des contingents, ainsi que de la mise en marché, serait très complexe et créerait beaucoup d'ambiguïté auprès des producteurs. Il pourra s'en suivre une multiplication des conflits qui ne pourraient être qu'au détriment des producteurs et de leur capacité à profiter de la flexibilité recherchée.*

[...]

*[118] La Régie conclut qu'une acceptation du Projet de plan conjoint proposé par les Demandeurs irait à l'encontre d'une mise en marché efficace et ordonnée de la production acéricole au Québec et ne contribuerait pas à une harmonisation des relations entre les producteurs acéricoles.*

### **La gestion des risques**

Depuis 2009, les acériculteurs ont accès à un programme d'assurance-récolte pour composer avec les aléas climatiques.

Hormis cette assurance, ils supportent collectivement une réserve de sirop d'érable afin que les surplus des bonnes récoltes puissent combler la rareté des mauvaises années et ainsi sécuriser l'approvisionnement des marchés. Cette réserve permet également aux entreprises individuelles de gérer les risques à l'échelle de leur entreprise. En effet, depuis 2009, la réglementation de la Fédération a été ajustée de manière à permettre à une entreprise ayant dépassé son contingent de production (en raison de bonnes conditions de production) de réclamer le paiement prioritaire de ces surplus lors d'une année de faible production où il n'atteint pas son contingent. La réserve collective agit donc comme assurance complémentaire en cas de difficultés individuelles, lesquelles peuvent être indépendantes des conditions couvertes par l'assurance-récolte (ex. bris mécanique, maladie de l'exploitant, etc.)

Dans son rapport d'étude actuarielle déposé en juin 2011, la firme NCA partenaires<sup>3</sup> arrive à la conclusion qu'une réserve stratégique de l'ordre de 40 millions de livres de sirop d'érable permettrait de minimiser les risques de rupture de stock. La valeur d'une telle réserve dépasse les 100 millions de dollars. C'est donc plus de 100 millions de dollars que les acériculteurs « mettent de côté » en attendant que ce sirop soit vendu. La tentation de le vendre sur le marché noir, même à perte, est grande. C'est pourquoi une portion de cette valeur peut être avancée aux acériculteurs sous forme d'avance financière dans le cadre du programme fédéral de paiement anticipé (PPA). Cette avance constitue un incitatif majeur pour les producteurs à « livrer leur sirop ». Cependant, cette avance doit être remboursée au PPA au terme de l'année de commercialisation. Une intervention structurante de la part de gouvernement provincial serait de s'arrimer au programme fédéral de PPA afin de garantir le prêt et supporter les intérêts des avances financières consenties sur le sirop en réserve jusqu'au moment de sa vente finale.

Grosso modo, le support de la réserve stratégique (frais de conditionnement et d'entreposage, assurances, pertes de qualité, frais d'intérêts sur les avances aux producteurs, etc.) peut avoisiner les 4 millions de dollars par année. Confiants de l'importance de cette réserve, les acériculteurs n'ont pas hésité à se constituer un fonds de gestion des surplus, lequel atteint 33 millions de dollars. Néanmoins, comme cette mesure est structurante et représente peu de frais pour l'État, il serait légitime que le gouvernement reconnaisse et favorise la principale condition de succès de cet outil, à savoir : le contrôle rigoureux du marché noir.

---

<sup>3</sup> Extrait du rapport sur l'évaluation de l'inventaire stratégique dans le secteur acéricole de NCA Partenaires, 14 juin 2011

Pour ce faire, la correction à la Loi sur la mise en marché apportée par le projet de loi 21 est cruciale. De même, l'application cohérente des divers programmes du gouvernement est une manière efficace et peu coûteuse d'assurer l'efficacité des outils de mise en marché. Par exemple, il est parfaitement logique que l'accès aux programmes de sécurité du revenu soit refusé aux entreprises qui enfreignent les règles de mise en marché prévues par la Loi.

### **Un circuit de commercialisation plus simple**

Il est bon de rappeler que les caractéristiques du sirop d'érable varient grandement d'un moment à l'autre de la période de récolte. Il est donc normal, pour une entreprise acéricole d'avoir du sirop de diverses qualités. Dans ce contexte, le regroupement des ventes permet d'offrir au marché un volume critique de sirop de qualité semblable.

L'acheteur peut donc, grâce à l'agence de vente, obtenir le sirop répondant à ses critères. Avant l'avènement de l'agence de vente, il devait parfois solliciter plusieurs producteurs et négocier un prix moyen (sachant qu'il devrait trouver un débouché pour les sirops de moins bonne qualité). Les intermédiaires revendeurs (appelés aussi « rouleurs de barils ») jouaient un rôle de rassemblement important. L'agence de vente a simplifié le circuit de commercialisation en évitant aux acheteurs de recourir à ces intermédiaires pour regrouper le volume nécessaire pour répondre à leurs besoins. De plus, la gestion des inventaires (réserve stratégique de sirop d'érable) facilite grandement les approvisionnements en cas de pénurie et, en période d'abondance, épargne aux acheteurs d'importants coûts d'entreposage.

### **De l'expertise**

Le secteur de l'érable québécois jouit d'un avantage concurrentiel majeur : il possède l'expertise. En effet, tant au niveau des équipements acéricoles que des techniques de production et de transformation, le Québec est le « leader » incontesté dans le secteur acéricole. Afin de conserver cet avantage en termes de productivité (par rapport aux autres provinces et aux États-Unis), il est essentiel d'investir dans la recherche appliquée (ex. validation des nouvelles technologies) et dans le transfert technologique, incluant les mesures de type « services-conseils ».

### **Pour une filière compétitive : de la recherche et l'innovation**

La compétitivité passe par des investissements sectoriels génériques. La mise en marché collective permet d'investir là où l'industrie ne le fait pas, c'est-à-dire dans les grands projets d'envergure pour l'ensemble du secteur. Ces projets porteurs, à priori, ne sont pas des priorités selon les industriels, car trop loin de leurs objectifs à courte vue ou encore non rattachés à leurs bénéfices directs de vente. Que ce soit en matière d'innovation ou de promotion générique, les grands projets porteurs et créateurs de valeur durable profitent à l'ensemble de l'industrie.

Par la nature même de la logique de marché, une entreprise ne sera pas intéressée à investir au bénéfice de l'industrie, incluant ses concurrents. Or, les producteurs en retireront un bénéfice certain et ils sont prêts à initier et réaliser des actions de moyen à court terme en vue d'un bénéfice éventuel, porteur de valeur et de notoriété sur les marchés.

Ces mêmes producteurs à même une structure collective et unique permettent le développement de nouveaux modèles d'innovation en agriculture. Ils peuvent agir dans l'intérêt général de l'industrie.

Ainsi, pour que le gouvernement maximise son retour sur investissement et s'assure de leur pérennité et durabilité, il doit considérer la mise en marché collective et ses investissements en innovation comme indissociables.

### **Recommandations :**

10. Favoriser l'organisation collective et structurante afin de répondre aux besoins des marchés. Le support de la réserve stratégique mondiale de sirop d'érable en est un exemple patent;
11. Permettre l'arrimage avec le programme fédéral de PPA afin de garantir les prêts et supporter les intérêts des avances financières consenties sur le sirop en réserve jusqu'au moment de sa vente finale;
12. Assurer le contrôle rigoureux du marché noir, notamment, en corrigeant immédiatement la Loi sur la mise en marché par l'adoption du projet de loi 21;
13. Considérer la mise en marché collective et les investissements en recherche et innovation comme indissociables;

## Objectif 2 : Bâtir une dynamique de développement fondée sur des filières compétitives

---

### Lieux de concertation multiples pour des besoins spécifiques

Les lieux de concertation doivent être multiples pour favoriser l'implication des partenaires sur les sujets d'intérêt commun. Ainsi, dans le secteur de l'érable :

Le Centre ACER réunit à son conseil d'administration des représentants de tous les maillons de la filière et permet d'orienter la recherche et les travaux du centre. En 2009, la planification stratégique du Centre ACER a permis d'arrimer encore davantage les projets avec les besoins de la filière. Le C. A. du Centre ACER est constitué des représentants des fabricants d'équipements et fournisseurs d'intrants acéricoles, des transformateurs de produits de l'érable, des producteurs acéricoles et des organismes gouvernementaux impliqués dans l'érable (MAPAQ, MRNFQ).

La Table filière acéricole, chapeauté par le MAPAQ permet également de réunir des représentants de tous les maillons afin de discuter de sujets telle la salubrité de la chaîne de production et de transformation. C'est à ce forum que se discutent par exemple, les moyens de renouveler la flotte de barils utilisés pour le transport et l'entreposage du sirop d'érable en vrac. Ce sujet est crucial pour développer et maintenir la crédibilité des produits de l'érable québécois.

Également, comme les produits de l'érable sont principalement destinés à l'exportation, il s'est avéré opportun de créer un forum d'échange à l'échelle pancanadienne. Le Comité aviseur de l'industrie canadienne de l'érable, dont le leadership est assuré par la FPAQ et les activités supportées financièrement à travers elle, se réunit quelques fois par an afin d'adopter les orientations de la stratégie de recherche et d'innovation *Nouvelle génération de l'érable 2020*.

Dans le cadre de la révision du Régime forestier et en vue d'une saine gestion des forêts, la Fédération considère que plusieurs acteurs concernés devraient être invités à se concerter soient : le MRNFQ, le MAPAQ, la FPAQ (et ses syndicats affiliés) auxquels pourraient s'adjoindre des partenaires spécifiques tels que :

- Le Conseil de l'industrie forestière;
- La Fédération des producteurs de bois du Québec;
- Les Agences régionales de mise en valeur des forêts privées;
- Etc.

De plus, le lien de collaboration entre la FPAQ et le MRNFQ est d'une importance capitale dans un contexte de régionalisation des décisions en lien avec la forêt. Ainsi, comme l'émission de contingent en production acéricole est coordonnée par la FPAQ pour l'ensemble du Québec, autant en terres publiques que privées, nous devons nous assurer que notre interlocuteur au MRNFQ ait les outils et soit en mesure de coordonner, au niveau du ministère, le travail d'émission de permis d'exploitation d'érablières. La politique bioalimentaire proposée doit souligner et travailler à encourager ce lien de collaboration. Concrètement, elle devrait favoriser la formation d'un comité provincial pour mettre en place un plan d'action sur le développement acéricole.

L'International maple syrup institute (IMSI) rassemble des représentants de toutes les régions de production. Toutes les provinces canadiennes et tous les états américains producteurs de sirop d'érable y sont représentés. Également, des représentants des centres de recherche, des organismes gouvernementaux, des commerçants et des transformateurs participent à ce forum d'échange.

Dans le cadre de l'application de la convention de mise en marché, des rencontres entre le Conseil de l'industrie de l'érable et la Fédération permettent de négocier et de discuter des éléments relatifs aux conditions de mise en marché inscrites à la convention. Ce dernier lieu de concertation est particulièrement névralgique puisqu'il touche le cœur des mécanismes de mise en marché. La relation entre le CIE et la FPAQ est déterminée par la convention et le rapport de forces est encadré par la Loi sur la mise en marché.

En effet, le CIE a été accrédité par la Régie des marchés agricoles et alimentaires afin de représenter tous les acheteurs de sirop d'érable dans le cadre de la négociation de la convention, en vertu de l'article 110 de la Loi sur la mise en marché. Dans ce cadre-là, il est habilité à parler au nom de tous les acheteurs, les obliger à lui verser une contribution et conclure des ententes qui les lient.

Il est fondamental, afin de maintenir un rapport de force équilibré, que les aspects commerciaux de la relation d'affaires soient encadrés par la Loi sur la mise en marché (ex. détermination des prix, modalités de vente, vérification de la qualité, accréditation des acheteurs, pénalités en cas de contravention, etc.).

### **Gouvernance des offices de mise en marché**

La Loi sur la mise en marché confère des pouvoirs aux offices de mise en marché. Du même coup, elle leur impose des devoirs de transparence, de fonctionnement démocratique et de reddition de compte.

C'est ainsi que la Loi :

- Interdit à une personne dont les intérêts commerciaux seraient incompatibles avec la mission de l'office de siéger à son conseil d'administration (articles 89 et suivants);

- Oblige tous les administrateurs à dévoiler leurs intérêts commerciaux dans les dix jours suivant leur élection;
- Permet à la Régie de démettre un administrateur de ses fonctions s'il s'avère être en conflit d'intérêts ou encore d'annuler les décisions auxquelles il aurait participé;
- Interdit à l'office de s'impliquer dans le commerce ou la transformation du produit visé par le plan qu'il applique (article 60);
- Oblige l'office à soumettre ses avis de convocation, ses états financiers et le rapport de son vérificateur à la Régie (article 77 et suivants);
- Détermine le contenu minimal du rapport du vérificateur;
- Balise l'établissement des droits de vote des producteurs visés par un Plan conjoint (article 84 et suivants);
- Oblige l'office, au moins à tous les 5 ans, à démontrer publiquement la pertinence de ses interventions. Tous les intervenants du secteur peuvent intervenir dans le cadre de cet exercice d'évaluation périodique (article 60);
- Permet à la Régie, en tout temps, d'exiger qu'un office soumette une question en particulier à l'assemblée générale des producteurs visés ou procède à un référendum de tous les producteurs visés. Elle peut aussi exiger que l'office négocie avec une association d'acheteur certains règlements. En cas d'impasse, elle peut utiliser ses pouvoirs d'arbitrage.

C'est donc dire que si les pouvoirs des offices sont grands, c'est que le législateur a prévu qu'ils soient bien encadrés.

Les personnes intéressées à la mise en marché d'un produit, les acheteurs par exemple, peuvent également se regrouper en vertu de la Loi. Dans ce cas, une fois que la Régie en a reconnu la représentativité, tous les acheteurs, qu'ils soient membres ou non de l'association accréditée, sont tenus de lui verser une contribution. De plus, ils sont liés par les conditions que l'association aura négociées en leur nom.

Pour une filière compétitive, le rapport de force et l'obligation de transparence doivent être équilibrés. La Régie veille à une mise en marché efficace et ordonnée en tenant compte des intérêts des consommateurs, et du public en général. Si les autres maillons de la filière sont appelés à s'organiser et à utiliser les pouvoirs de la Loi, il serait légitime qu'ils soient tenus aux mêmes obligations de transparence, de fonctionnement démocratique et de reddition de compte périodique.

**Recommandation :**

14. Maintenir et intensifier le rôle de la Régie des marchés agricoles et alimentaires notamment à l'égard du respect des règles de mise en marché.

### **Objectif 3 : Favoriser la diversification de l'offre de produits mettant en valeur le potentiel bioalimentaire régional**

---

Le circuit de commercialisation du sirop d'érable est, pour le marché domestique, essentiellement caractérisé par la vente directe du producteur au consommateur. Néanmoins, comme pour toutes les denrées agricoles, la part des approvisionnements chez les détaillants est grandissante. Pour accéder aux grandes chaînes, le faible nombre de fournisseurs doit garantir des volumes importants de produits d'une qualité vérifiée et uniforme.

Comme mentionnée précédemment, l'instauration de l'agence de vente des producteurs acéricoles a permis de simplifier et de raccourcir le circuit de commercialisation tout en répondant plus efficacement aux besoins du marché. En effet, la mise en marché collective exempte de la nécessité de multiplier les intermédiaires chargés de regrouper les volumes et la qualité exigée par les chaînes. Elle permet donc de maintenir un grand nombre de plus petites fermes autonomes.

Aussi, nous avons déjà mentionné qu'un producteur ne produit pas « un » sirop, mais bien « des » sirops selon la période de la saison. Or, un regroupement de l'offre est beaucoup plus adapté pour diriger ces sirops vers les marchés les plus porteurs et ainsi, répondre aux besoins spécifiques des entreprises de transformation (ex. provenance, taux d'inverti, etc.).

Enfin, malgré tous ces constats, la mise en marché collective n'a aucunement freiné le développement et l'émergence des produits différenciés. Bien au contraire. La stabilité et la sécurité du secteur ont permis à un plus grand nombre de produits innovateurs de voir le jour. C'est ainsi qu'il n'est plus rare de trouver de l'érable comme ingrédient dans une multitude de produits allant des bières aux cosmétiques en passant par les friandises, les suppléments alimentaires et les vinaigrettes.

À titre d'exemple, la Vitrine des produits de l'érable, présentée à même le site Internet de la Fédération, présente plus de 100 produits différents.



## Troisième orientation : Valoriser l'environnement et le territoire du Québec

La production acéricole est déjà reconnue pour son faible impact environnemental. Néanmoins, dans la perspective d'un développement durable, il serait important d'assurer une veille technologique sur les nouvelles techniques de production et d'aménagement des érablières et d'offrir des outils de vulgarisation à l'intention des acériculteurs. De plus, il serait souhaitable de développer des débouchés pour certains rejets de production (ex. pierre de sucre, tubulure usagée).

Enfin, il est essentiel de connaître le potentiel acéricole québécois, par région, sur les terres publiques, en zone verte ou en zone blanche et de protéger une partie de ce potentiel afin d'assurer le développement futur de la production;

### **Recommandations :**

14. Favoriser la recherche appliquée (ex. validation des nouvelles technologies/techniques de production), la formation des acériculteurs, des transformateurs et la vulgarisation scientifique;
15. Évaluer le potentiel acéricole national, le maintenir à jour et protéger les érablières à fort potentiel acéricole, qu'elles soient en zone verte, blanche ou sur les terres publiques.



## Conclusion

La nouvelle politique bioalimentaire est l'occasion de mobiliser l'ensemble des organismes de l'État pour permettre à la terre, la forêt et la mer de réaliser son plein potentiel et contribuer pleinement à l'essor de la société québécoise, et ce, dans une perspective de développement durable.

Au terme de cette démonstration, nous espérons que le gouvernement retiendra et orientera sa politique bioalimentaire en :

1. Misant d'abord sur un cadre réglementaire et des programmes structurants;
2. Réservant le soutien direct aux entreprises et les interventions ciblées individuellement pour régler des problématiques ponctuelles et exceptionnelles (ex. catastrophe climatique);
3. Se donnant les moyens (ressources et expertise) pour que le cadre réglementaire et les programmes établis soient appliqués efficacement et rigoureusement respectés.

## Recommandations

La future politique bioalimentaire devrait :

1. Amener les organismes du gouvernement à collaborer encore plus étroitement et favoriser une action plus cohérente et plus porteuse de développement;
2. Bénéficier d'une vision plus large en misant sur toutes les utilisations potentielles et opportunes des produits bioalimentaires (alimentaires, industriels, cosmétiques, pharmaceutiques, énergétiques, etc.);
3. Favoriser les investissements en recherche scientifique générique afin d'identifier et de mesurer ce qui distingue les produits de chez nous;
4. Maintenir, voire renforcer, la réglementation encadrant la mise en marché, la qualité et l'intégrité des aliments et pourvoir le MAPAQ et la RMAAQ des ressources et des pouvoirs leur permettant d'assurer le respect de la réglementation dont ils sont chargés;
5. Préserver certaines appellations ou dénominations (tel « sirop d'érable ») au Québec et à l'échelle mondiale. Le Québec devrait se faire « leader » et aidant pour que la protection des appellations dépasse nos frontières;
6. Intensifier le rôle et la responsabilité du MAPAQ en regard de la qualité du sirop d'érable offert au consommateur (détail ou vente à la ferme). Il est entendu que la qualité correspond à l'ensemble des caractéristiques attendues des consommateurs (saveur, authenticité, dénomination, salubrité, etc.);
7. Outiller, supporter et encadrer les entreprises de production et de transformation (incluant les cabanes à sucre qui servent des repas) afin de leur permettre de suivre l'évolution des standards de qualité (ex. renouvellement de la flotte de barils);
8. Confirmer la confiance du gouvernement et sa volonté de défendre la Loi sur la mise en marché et les outils collectifs qui en découlent;
9. Proposer un programme de promotion générique structurant et souple et un programme de promotion non générique qui favorise le maillage entre les intervenants de la filière dans lequel les associations de producteurs sont impliquées. Le *Programme d'aide au développement des marchés* en est un bel exemple;
10. Favoriser l'organisation collective et structurante afin de répondre aux besoins des marchés. Le support de la réserve stratégique mondiale de sirop d'érable en est un exemple patent;

11. Permettre l'arrimage avec le programme fédéral de PPA afin de garantir les prêts et supporter les intérêts des avances financières consenties sur le sirop en réserve jusqu'au moment de sa vente finale;
12. Assurer le contrôle rigoureux du marché noir, notamment, en corrigeant immédiatement la Loi sur la mise en marché par l'adoption du projet de loi 21;
13. Considérer la mise en marché collective et les investissements en recherche et innovation comme indissociables;
14. Favoriser la recherche appliquée (ex. validation des nouvelles technologies/techniques de production), la formation des acériculteurs, des transformateurs et la vulgarisation scientifique;
15. Évaluer le potentiel acéricole national, le maintenir à jour et protéger les érablières à fort potentiel acéricole, qu'elles soient en zone verte, blanche ou sur les terres publiques.

## Annexe 1

---



Federation of Quebec Maple Syrup Producers  
555 Roland-Therrien Blvd. Office 525  
Longueuil, QC  
H4H 4G5  
Costco Wholesale Canada Ltd.

To Whom It May Concern:

As the largest purchaser of Quebec Maple Syrup, 10 million pounds in 2010, Costco Wholesale is committed to selling under the Kirkland Signature brand, 100% Canadian pure maple syrup, as we've done since 2007. Our goal is to ensure the highest level of quality with all Costco products that bear our Kirkland Signature logo, and as partners, we would like the opportunity to collaborate with the Federation and our Producers, on a traceability program that ensures as such.

In light of recent media, as well as CFIA and FDA testing where adulteration was a concern, Costco and Costco's suppliers would like to be participants in purity accreditation, whereas a symbol acknowledging the testing and purity of Quebec maple syrup under the Kirkland Signature name, could be developed and printed on each bottle we sell. And of course this symbol could be available to any other retailer that chose to use it.

Currently, purity testing is conducted solely at the barrel level, and while Costco appreciates the steps that were taken this past year during the Convention meetings; ensuring proper quality checks and grading is conducted or face monetary penalty, Costco would like to see full traceability and testing at all levels from farm to bottling.

The best way to ensure authenticity through each of these steps, is certification by an outside party. The trail of certification and paperwork follows the maple syrup to the finished bottle. This will allow us to create a mark of traceability unique to our product, providing our members with assurance concerning the purity of Kirkland Signature Maple Syrup.

Giving those in the industry the ability to test syrup in a consistent manner from the farm to the bottling stage, regardless of Producer, not only further sells the quality of Kirkland Signature Maple Syrup, but is a positive marketing vehicle for Quebec maple syrup. Certification of authenticity allows Costco to further promote the benefits of Quebec Maple Syrup globally.

Regards,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Pietro Nenci".

Pietro Nenci  
V.P./GMM  
Costco Wholesale Canada

c.c. Gary Kotzen, V.P., Costco Wholesale  
c.c. Tess Wilkins, Asst GMM, Costco Wholesale  
c.c. Shauna Lopez, Buyer, Costco Wholesale  
c.c. Catherine Mason, Buyer, Costco Wholesale Canada  
c.c. Citadelle  
c.c. LB Maple Treat  
c.c. Bernard & Sons  
c.c. Suco Bec

## Annexe 2

Prix en vigueur 2 semaines: du 5 au 18 mars

**BERNARD**<sup>MC</sup>

Chez Les Industries Bernard & Fils Ltée, cinq frères tous élevés et versés dans l'art de la production du sirop sont propriétaires de la compagnie et gestionnaires des opérations journalières. Fidèles à leur tradition d'excellence, la cinquième génération de Maîtres Sucriers Bernard est fière de présenter aux consommateurs du Québec leur tout nouveau *Sirop Bio Bernard*. En plus d'offrir ses produits au Québec et au Canada, l'entreprise exporte notamment en Allemagne, en France, aux États-Unis et en Afrique du Sud. Elle emploie une quarantaine de personnes.



**3.99**  
540 mL

sirop certifié biologique  
Bernard  
certified organic syrup  
jusqu'à épuisement des stocks/  
while quantities last

**Bernard**

Saviez-vous que...

nous faisons affaires avec près de 100 pays

Voir page 9

des  
**économies**  
l'événement

## Annexe 3

---

**Le sirop d'érable du Canada renferme plus de 20 composés antioxydants reconnus pour leurs effets bénéfiques sur la santé et inhiberait la prolifération de cellules cancéreuses selon de récentes études menées aux États-Unis et au Canada**

**LONGUEUIL, QC, le 26 mars /CNW Telbec/** - La Fédération des producteurs acéricoles du Québec est fière d'annoncer que deux nouvelles découvertes scientifiques suggèrent que le sirop d'érable du Canada offre des bénéfices substantiels pour la santé. Ces découvertes s'ajoutent aux récents résultats rapportés concernant la valeur nutritionnelle des produits de l'érable, la valeur antioxydante du sirop d'érable et la concentration appréciable d'acide abscissique, une phytohormone reconnue pour stimuler le relâchement de l'insuline par les cellules pancréatiques et accroître la sensibilité des cellules adipeuses à l'insuline, ce qui lui confère des propriétés thérapeutiques pour le syndrome métabolique et le diabète.

La première nouvelle est issue des travaux du réputé chercheur américain Navindra Seeram de l'Université du Rhode Island. Celui-ci a découvert la présence de 13 composés antioxydants dont on ignorait l'existence dans le sirop d'érable jusqu'à maintenant. Il a été rapporté par la littérature que ces composés antioxydants avaient des propriétés anticancer, antibactériennes et antidiabétiques. Le Dr Seeram, nommé meilleur jeune chercheur aux États-Unis en 2009 par l'American Chemical Society (ACS), a présenté ses résultats sur le sirop d'érable du Canada le 21 mars à la conférence de l'ACS à San Francisco.

La seconde nouvelle provient de travaux publiés dans la récente édition du Journal of Medicinal Food à même un article intitulé Antioxydant Activity, Inhibition of Nitric Oxide Overproduction, and In Vitro Antiproliferative Effect of Maple Sap and Syrup from *Acer saccharum*. Il appert que le sirop d'érable limiterait de manière intéressante la prolifération de cellules cancéreuses de la prostate et des poumons et, dans une moindre mesure, du sein, du colon et du cerveau dans des modèles cellulaires, et qui plus est, le ferait de manière plus puissante que le bleuet, le brocoli, la tomate et la carotte. Ces résultats constituent une étape déterminante pour la recherche sur l'érable puisqu'il s'agit d'une première indication voulant que les composés retrouvés dans le sirop d'érable, tels que les composés antioxydants identifiés par le Dr Seeram, aient un effet physiologique positif sur la santé. Ces résultats concluants appellent à la poursuite des recherches sur les produits d'érable du Québec et du Canada.

Il est à noter que ces deux projets de recherche ont été rendus possibles grâce à la collaboration financière du Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec (CDAQ), un organisme financé par Agriculture et Agroalimentaire Canada et par les programmes de soutien à la science et à l'innovation d'Agriculture et Agroalimentaire Canada visant à favoriser la collaboration entre le secteur agricole, l'industrie, le gouvernement et les universités afin d'accélérer le recensement de nouvelles occasions d'innovation stratégique.

Selon Marie Breton, diététiste et auteure, "les produits de l'érable sont bien plus que de simples agents sucrants. Grâce à leur teneur en vitamines, minéraux, antioxydants et autres composés bienfaisants, ils peuvent contribuer à une meilleure alimentation, surtout lorsqu'ils remplacent le sucre, la cassonade, le miel et le sirop de maïs. Un peu de sirop ou de sucre d'érable ajouté à une recette peut aussi faire beaucoup pour nous aider à consommer plus souvent certains aliments nutritifs, mais parfois mal-aimés, comme les légumes, les fruits et le poisson".

Produit de fierté, le sirop d'érable est plus qu'un symbole, il fait partie de la culture des gens d'ici. Unique et sans égal, il est exporté dans plus de 49 pays à travers le monde. Une telle information doit bien entendu être communiquée sur un marché aussi important que les États-Unis. "Simultanément à cette annonce, explique le président de la Fédération et membre du comité avisé de l'industrie canadienne de l'érable, Serge Beaulieu, les produits de l'érable font actuellement l'objet d'une importante campagne de relations publiques aux États-Unis où le sirop d'érable est en vedette." Sur Times Square, en effet, un panneau d'affichage géant (Billboard) annonce les récentes découvertes du Dr Seeram et encourage la consommation de sirop d'érable du Canada.

À propos de la FPAQ

Fondée en 1966, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec a pour mission de défendre et de promouvoir les intérêts économiques, sociaux et moraux de ses 7 400 entreprises acéricoles, et d'autant d'hommes et de femmes qui travaillent ensemble pour la mise en marché collective des produits d'érable. Grâce à la qualité de leur travail et de leurs produits, le Québec assure environ 80 % de la production mondiale de sirop d'érable.

/AVIS AUX RESPONSABLES DE LA SECTION PHOTOGRAPHIQUE : Une photo accompagnant ce communiqué est disponible à l'adresse <http://photos.newswire.ca>. Ces images sont gratuites pour les représentants accrédités des médias/

**Renseignements:** Micheline Vallée, (514) 344-9528, [mimivallee@videotron.ca](mailto:mimivallee@videotron.ca);

*Source: Geneviève C. Béland, directrice, promotion et développement des marchés, Fédération des producteurs acéricoles du Québec*



Le sirop d'érable en vedette sur Times Square. (Groupe CNW/Fédération des producteurs acéricoles du Québec).

<http://www.newswire.ca/fr/releases/archive/March2010/26/c5391.html>

## Annexe 4

---



Accueil / Bien manger / [Vertus du sirop d'érable : des preuves à faire]

### Vertus du sirop d'érable : des preuves à faire

Chaque année, le printemps amène le temps des sucres. Il s'agit d'une belle occasion de se régaler des produits de l'érable. C'est aussi le moment où nombre d'études sont publiées sur les possibles vertus du sirop d'érable ou de ses constituants. À en lire les grands titres, le sirop d'érable serait un nouvel aliment miracle! Souvent, les bénéfices allégués touchent les personnes diabétiques et c'est pourquoi il importe de clarifier certains faits.

Le sirop d'érable renferme naturellement des minéraux et d'autres composés aux propriétés antioxydantes. Ce sont ces composés qui sont étudiés en laboratoire par des chercheurs. Selon des recherches préliminaires, les antioxydants, qu'ils viennent de l'érable ou d'autres sources, auraient un effet bénéfique pour les personnes diabétiques en diminuant l'inflammation des vaisseaux sanguins. Les effets réels des molécules antioxydantes à court et à long terme chez la personne diabétique restent à être démontrés de façon convaincante.

D'autres spécialistes s'intéressent à une hormone végétale contenue dans l'eau d'érable, nommée l'acide abscissique. Cette hormone stimule normalement la croissance des plantes et on la retrouve en grande concentration dans l'eau d'érable. Des études faites sur des cellules et chez les souris montrent que l'acide abscissique aiderait à stimuler le relâchement de l'insuline par les cellules bêta du pancréas et augmenterait la tolérance au glucose.

À ce jour, les recherches ont été uniquement réalisées *in vitro* ou chez les souris, et pas encore chez des humains. Il est donc très difficile, et dans certains cas impossible, de déterminer si les mêmes effets seront observables chez l'humain et quelle quantité de sirop d'érable devrait être consommée pour qu'une personne bénéficie des possibles effets thérapeutiques. Vraisemblablement, ce serait des extraits tirés de l'eau d'érable, puis concentrés, qui pourraient avoir une certaine efficacité.

Récemment, une équipe québécoise a mis au point un **substitut du sucre à partir de l'eau d'érable**. Il s'agit d'un édulcorant de la famille des polyols (sucres-alcool). Il contient autant de calories que le sucre blanc, mais son rythme d'absorption est plus lent puisque la molécule doit d'abord être séparée en deux parties par des enzymes. Ce nouveau substitut du sucre n'a pas encore été commercialisé mais pourrait être ajouté aux produits de santé naturels.

Nous tenons à rappeler que le sirop d'érable demeure avant tout une source de glucides concentrés. Une cuillère à table (15 ml) de sirop d'érable contient 15 g de glucides. C'est autant de glucides et de calories qu'une quantité équivalente de sucre blanc.

Il est souhaitable que davantage de recherches soient faites sur le sirop d'érable et ses composantes. En effet, plus de 80% de la production mondiale est faite au Québec. Peut-être que des éléments tirés de l'eau d'érable pourront aider à améliorer la santé des gens d'ici et d'ailleurs.

Pour l'instant, les personnes diabétiques doivent garder en tête que même si le sirop d'érable contient des composés au potentiel prometteur, il demeure un aliment à consommer de façon occasionnelle et en quantité limitée, comme toutes les autres sources de glucides concentrés.



Source : Diabète Québec -Jonathan Fontaine, Dt.P., Andrée Gagné, Dt.P. et Julie St-Jean, Dt.P.- Avril 2011.

[http://www.diabete.qc.ca/html/alimentation/vertus\\_sirop.html](http://www.diabete.qc.ca/html/alimentation/vertus_sirop.html)

## Annexe 4 (suite)

---



Conseil national  
de recherches Canada

National Research  
Council Canada

Canada

### Renseignements : CNRC

Téléphone : 613-993-9101  
Sans frais : 1-877-672-2672  
TTY : 613-949-3042  
Télécopieur : 613-952-9907  
Courriel : [info@nrc-cnrc.gc.ca](mailto:info@nrc-cnrc.gc.ca)

1200, chemin de Montréal, M-58  
Ottawa, Ontario, K1A 0R6  
Canada

[Les experts et le personnel du CNRC](#)

## Faits saillants - Sirop d'érable pour diabétiques

### Le 1 août 2011 – Ottawa, Ontario

Les chercheurs du CNRC aident une entreprise canadienne à mettre en marché le tout premier sirop d'érable au monde spécialement destiné à ceux qui souffrent du diabète ou qui sont astreints à un régime pauvre en glucides.

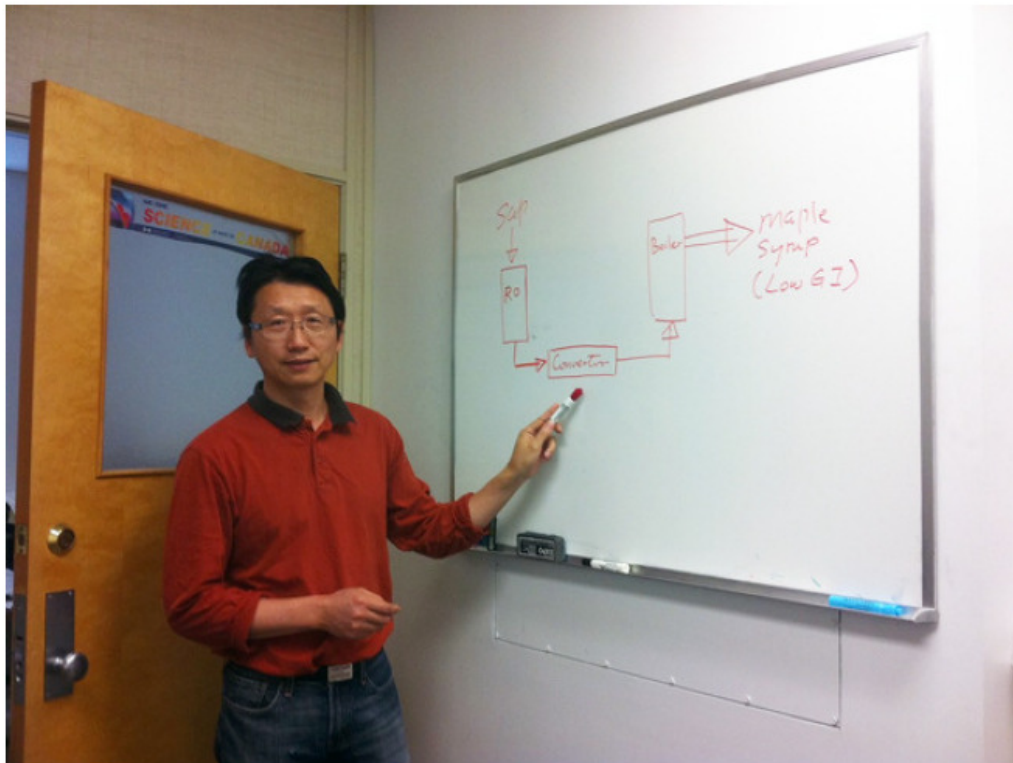
« Beaucoup de gens adorent le sirop d'érable, mais tout le monde ne peut en manger », affirme M. Wei Zou, de l'Institut des sciences biologiques du CNRC (ISB-CNRC), à Ottawa. « On recense au-delà de deux millions de diabétiques ou prédiabétiques au Canada, c'est-à-dire de personnes dont la concentration de sucre dans le sang est habituellement supérieure à la normale. »

En collaboration avec l'entreprise Natunola Health Sciences de Winchester, en Ontario, l'équipe de M. Zou a mis au point un sirop d'érable à faible indice glycémique (IG) renfermant la même proportion de sucre que le sirop ordinaire, mais **sous une forme différente appelée isomaltulose.**

### Qu'est-ce que l'IG?

L'indice glycémique mesure l'incidence des hydrates de carbone sur la concentration de sucre dans le sang (glycémie). Les glucides vite métabolisés durant la digestion et qui libèrent rapidement du glucose dans la circulation sanguine ont un IG élevé. Ceux qui métabolisent plus lentement, donc libèrent peu à peu le glucose dans le sang, ont un faible IG. Un IG est dit « élevé » lorsqu'il dépasse 69 et « faible » lorsqu'il est inférieur à 56. Selon une étude canadienne, le sirop d'érable québécois se caractérise par un IG moyen de 78..

Le sucrose est le sucre le plus courant dans le sirop d'érable. Il représente environ 90 pour cent de sa teneur en sucre. L'isomaltulose est un sucre à IG plus faible dont la formule chimique est identique à celle du sucrose, mais structurée différemment. L'isomaltulose est donc le candidat idéal pour remplacer le sucrose, car les enzymes de l'intestin le digèrent plus lentement. « À l'inverse du sucrose, il n'engendre pas de pic glycémique lorsqu'il est métabolisé », explique M. Zou. Il s'ensuit donc un approvisionnement d'énergie mieux équilibré, étalé sur une plus longue période, pour l'organisme.



En collaboration avec Natunola Health Sciences, M. Wei Zou et ses collègues ont créé un sirop d'érable à faible indice glycémique contenant la même proportion de sucre que le sirop ordinaire.

## Un substitut à faible IG

Natunola a approché le CNRC avec l'idée de créer un sirop d'érable à faible IG pour la première fois en 2007. « L'entreprise ne voulait pas d'un procédé qui transformerait *tous* les sucres en isomaltulose, parce qu'elle souhaitait préserver autant que possible la saveur du sirop d'érable usuel, reprend M. Zou. Le sucrose n'est pas seul responsable du goût particulier du sirop d'érable. Selon quelques chercheurs, d'autres sucres et des composés phénoliques ont des propriétés antioxydantes. »

Grâce à un financement du Programme d'aide à la recherche industrielle du CNRC, l'équipe a mis deux ans à concevoir une méthode efficace en prenant la sève de l'arbre comme matière première. « Nous devons nous assurer que le procédé de conversion n'introduirait rien dans la sève qui ne s'y trouvait déjà, sauf l'isomaltulose » poursuit M. Zou. De concert avec le Collège de Kemptville, de l'Université de Guelph, Natunola a commencé à fabriquer des produits de sirop d'érable à faible IG à l'échelle pilote en 2010.

### Le saviez-vous?

Le Canada produit 85 % du sirop d'érable vendu dans le monde. En 2005, l'industrie acéricole canadienne en a exporté 32 500 tonnes — soit pour une valeur de 165 millions de dollars — dont 72 % aux E.-U..

Avant qu'il soit mis en marché, le sirop d'érable à faible IG doit surmonter divers obstacles réglementaires. « Nous devons nous assurer que la version à faible IG est absolument inoffensive, mentionne M. Zou. Il fallait également vérifier que l'indice glycémique était considérablement inférieur à celui du sirop ordinaire. » (L'isomaltulose a un indice glycémique de 32.)

Pour le consommateur, le point crucial demeure cependant le goût, ainsi que l'a signalé Stacey Nunes, agent de développement commercial de l'ISB-CNRC. « Notre sirop goûte presque exactement comme le sirop d'érable normal. Je suis persuadé qu'il sera vite adopté, car c'est un produit plus sain. »

<http://www.nrc-cnrc.gc.ca/fra/actualites/cnrc/2011/08/01/sirop-diabetiques.html>

**VOICI  
À QUOI  
RESSEMBLE  
UN CRÉATIF  
DE L'ÉRABLE**

**ET VOICI  
À QUOI RESSEMBLE  
UNE CRÉATION  
À L'ÉRABLE ET  
AU CHOCOLAT  
GAGNANTE DU  
CONCOURS 2010  
DES CRÉATIFS  
DE LA ROUTE  
DE L'ÉRABLE**

In 2010, le célèbre chef cuisinier à Montréal et chef pâtissier Philippe Petrazzini du Culinarium du 514 Rue Saint-Paul a été élu le jury du concours de Crêpes de la Route de l'Érable par ses pairs, son originalité et l'utilisation judicieuse des produits de l'Érable. Le 2<sup>e</sup> prix a été décerné au chef pâtissier Olivier Michalicki du restaurant Europeas à Montréal ainsi que le 3<sup>e</sup> prix a été attribué à Robert Landry de la boutique Merveilles-Gâteaux à Montréal.

Envie d'apprécier vos invités? Ajoutez une touche d'Érable à votre prochain dîner: chocolat, caramélisé, glacé ou truffé. Faites confiance à votre talent créatif, et partagez vos plus importantes réussites... des compléments.

Pour apprécier la Route de l'Érable et découvrir nos quatre coins du Québec de nouvelles façons savoureuses et originales de goûter l'Érable, visitez notre site Web: [www.quebec.com](http://www.quebec.com)

Association des producteurs  
Érable du Québec [www.association-erablenq.com](http://www.association-erablenq.com)