

# Mémoire

Présenté à :

La Commission sur l'avenir de l'agriculture et de  
l'agroalimentaire québécois

Par :

René Arès, président  
Luc Lussier, directeur général



**CITADELLE, COOPÉRATIVE DE PRODUCTEURS DE  
SIROP D'ÉRABLE**

21 février 2007

# Table des matières

Historique de Citadelle.....	3
Introduction .....	4
Problématiques :	
La production agricole.....	5-6
La transformation alimentaire.....	7-8
Le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires .....	9-10
La gouvernance.....	11-14
Conclusion : .....	15
Annexe 1: .....	16
- Mission de la coopérative.....	16
- Politique Qualité.....	16
- Les valeurs de l'entreprise.....	16
Annexe 2 : 80 ans de coopération agricole dans la mise en marché de notre sirop d'érable.....	17-30

## Documents de Référence :

- Monographie de l'industrie acéricole au Québec 2006
- Document de Daniel Côté, professeur agrégé, HEC, 20 décembre 2000



## Historique de la Coopérative

Citadelle, coopérative de producteurs de sirop d'érable est une coopérative agricole régie par la Loi sur les coopératives (L.R.Q. C-67-2) et principalement par le chapitre 1 touchant les coopératives agricoles. Elle commercialise internationalement le produit de ses membres et se spécialise en commercialisation des produits de l'érable de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformations.

Depuis sa fondation en 1925, Citadelle a toujours eu, jusqu'en 2002, le mandat de recevoir, vendre et commercialiser le sirop d'érable de ses membres qui sont répartis au Québec. Elle possède : 5 usines au Québec, 1 au Nouveau-Brunswick et 3 bistrots / boutiques (1 à Vancouver et 2 à Montréal). Elle dispose d'une flotte de plus de 60,000 barils et se démarque par un entreposage unique au monde de son sirop d'érable dans 38 réservoirs étanches à l'oxygène, issu d'une technologie développée pour elle et ses marchés.

**LE CAPITAL HUMAIN** de Citadelle se présente comme suit :

- 2 053 sociétaires (28 février 2006)
- 9 administrateurs (9 régions administratives)
- 135 employés
- Dépositaires travaillant à la collecte du sirop d'érable
- Un réseau de ventes mondiales avec des courtiers et distributeurs
- Plusieurs marques de commerce acquises au fil des ans pour répondre à l'offre croissante de ses membres et de leur production ( Produits Tradition, St-Godard, Restigouche, Shady Maple Farm, Maple Gold, les produits d'Érable Cleary's et bien entendu ses propres marques : Citadelle, Camp, O'Canada, Canada Gold, Les Délices de l'Érable et Canadian Maple Delights.)

### CERTIFICATIONS

- ✓ HACCP
- ✓ ISO 9001 version 2000
- ✓ C-TPAT
- ✓ CACHÈRE
- ✓ SIROPRO

Pour le sirop biologique

- ✓ Écocert
- ✓ JAS
- ✓ Bio Suisse
- ✓ Québec vrai

Citadelle est le spécialiste en transformation et en commerce international du sirop d'érable. Le sirop d'érable de ses membres se retrouve dans plus de trente pays à travers le monde. La reconnaissance mondiale de la Coopérative et de ses nombreuses marques de commerce sont des atouts importants pour elle et ses membres.



## Introduction

En premier lieu, nous avons pris connaissance du document de consultation produit par la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ). Par la suite, nous avons identifié des questions pouvant avoir des incidences majeures et à venir sur notre entreprise coopérative et le secteur acéricole.

Nous avons donc préféré cibler nos interventions, étant conscients que d'autres entreprises ou groupes se chargeront de répondre aux autres interrogations de la Commission.

Tout d'abord, notre caractère spécifique tant au niveau de notre identité coopérative (statut légal) et notre produit si naturel qu'est le sirop d'érable, nous distinguent sans contredit de plusieurs autres productions agricoles. Notre spécificité et notre caractère distinct de coopérative agricole (volet associatif et économique) sont si probants pour nous et totalement inexistant pour d'autres, que nous devons continuellement nous débattre pour faire comprendre que nous sommes, nous aussi, **une association de producteurs**. La naissance d'une coopérative agricole vient du fait que des producteurs veulent ensemble investir et bâtir une entreprise qui saura répondre à leurs besoins de vendre et de commercialiser leur produit afin de recevoir une plus-value de celui-ci. C'est d'ailleurs ce qui a amené les producteurs agricoles à fonder des coopératives agricoles.

Nous ne sommes pas uniquement un acheteur / transformateur, comme certains se plaisent à dire, nous représentons nous aussi les aspirations de nos producteurs et leurs revendications volontaires de coopérateurs. La différence majeure résulte du fait que nos membres sont aussi membres d'une association syndicale obligatoire de producteurs. La non-reconnaissance de notre statut nous oblige à revoir toute notre structure coopérative. Mais tôt au tard, cela ne sera pas suffisant pour se démarquer auprès de nos membres. À ce stade, qu'allons-nous faire ?

Nous allons sûrement subir le même sort que d'autres coopératives et disparaître au fil du temps, du moins comme entité coopérative.

Les réponses suivantes sont comme énoncées précédemment, en concordance avec notre champ d'action qui est le sirop d'érable produit chez le producteur / membre et la transformation vers la commercialisation mondiale de ce produit qui est une richesse majoritairement exclusive au Québec, de la terre à la table.

## La production agricole

### Mise en situation :

- Les mécanismes actuels de mise en marché collective des produits agricoles permettent-ils aux industries agroalimentaires de répondre rapidement et adéquatement aux besoins des marchés québécois, canadiens et internationaux ?

### Position de Citadelle :

Nous ne croyons pas que certains mécanismes de mise en marché permettent de répondre adéquatement aux besoins des marchés mondiaux. Nous soulevons entre autres, la mise en place de contingentement du sirop d'érable non flexible à la demande des marchés. À titre d'exemple, ce règlement a amené un ralentissement dans le développement de marchés niches touchant le sirop biologique. Ceci a pour effet d'entraîner une surenchère des prix aux producteurs et transformateurs qui risque d'être néfaste aux consommateurs qui devront absorber l'augmentation du prix au détail reflétant ainsi une hausse non justifiée. La limitation dans la production de ce sirop d'érable entraîne une perte et un manque d'opportunité et d'ouverture de nouveaux marchés.

La mise en marché contrôlée par un seul organisme représentant un canal unique ne peut qu'entraîner cette problématique. Le pouvoir et le monopole qui lui sont dévolus par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et alimentaires créent une coupure dans la chaîne agroalimentaire. Il est inconcevable de ne pas tenir compte des spécificités de certains marchés au détriment de d'autres. Il faut avoir une ouverture et ce, malgré que la Régie des marchés, agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) confirme que cette Loi est pour la défense des producteurs et de leur produit. À la lumière de cet exemple, on peut facilement constater que les mécanismes actuels ne favorisent pas une rapidité d'actions si essentiel aux ajustements adéquats des marchés.

Il existe aussi une autre différence dans le fait que l'organisation syndicale de mise en marché est obligatoire, même pour les membres de coopératives. La Coopérative se voit ainsi retirer un autre mandat de prise de décisions touchant tout le sirop produit par ses membres et malgré les besoins pour ses marchés. En effet, les membres doivent respecter le règlement sur le contingentement ainsi que celui de l'agence de vente. Ceci est doublement véridique que nos interventions auprès de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (FPAQ) afin d'augmenter, pour les producteurs biologiques, leurs contingentements, a été fait en vain. L'ouverture tant souhaitée, n'a pas été écoutée et retenue. De plus, c'est la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (FPAQ) qui est le seul organisme reconnu et mandaté pour représenter les producteurs et pour faire la mise en marché, selon le sens légal de cette Loi. La Loi défend le producteur et le produit de celui-ci. Elle tient partiellement compte des autres intervenants gravitant autour et qui font partie du maillon de la production agricole (coopérative, transformateurs privés, consommateurs et à la limite, les instances gouvernementales).

## **Pistes de solution :**

Le comité de surveillance instauré dans la convention couvrant notre production est un des mécanismes qui pourrait permettre d'échanger sur ces sujets. Néanmoins, ce type d'échange n'y a pas sa place. Malheureusement, ce n'est pas la tribune pour débattre les enjeux majeurs.

Les Tables filières, comme celle de l'acéricole, sont un autre endroit où l'on retrouve plusieurs intervenants. Toutefois, on est à même de constater que l'emprise décisionnelle des fédérations de producteurs y est très présente. À un point tel, qu'elles semblent être dirigées par celles-ci, lorsque l'on aborde tous les aspects de la mise en marché du produit.

Nous croyons qu'une révision du processus de concertation doit passer par un organisme qui regroupera tous les intervenants de la chaîne agroalimentaire. Toutefois, il faut une écoute, une transparence et une intention palpable et concrète, de travailler ensemble dans le bien de l'agriculture et de notre secteur : l'acériculture.

De ce fait, avec une concertation ouverte, transparente et franche de tous les intervenants, on pourra ouvrir le développement de nouveaux marchés, l'innovation et la recherche et développement (R&D).

Il va sans dire que tous les maillons de la chaîne doivent avoir une place importante et participante au sein des offices de mise en marché. C'est à notre avis, une orientation incontestable que le gouvernement doit prendre. Les représentants de la chaîne agroalimentaire doivent y être présents (office de producteurs, coopérative, transformateurs privés, groupe de consommateurs et possiblement les distributeurs). Les coopératives doivent être représentées en raison que nous sommes des associations volontaires de producteurs.

Comment rendre possible l'implication de chaque maillon ? Comment les faire intervenir dans un cadre légal amenant des décisions qui tiendront compte de leurs positions ?

Là sont les véritables questions. On doit donc prévoir dans la Loi sur la mise en marché des produits agricoles et alimentaires du Québec et dans le processus de décisions, de nouveaux mécanismes de négociation et de contrôle ayant pour but, non pas le seul intérêt de la production, mais l'ensemble de la filière au complet. Comme nous voulons réglementer les échanges entre les parties, tous doivent y intervenir en laissant les échanges suivre les règles usuelles du commerce.

## La transformation alimentaire

### Mise en situation :

- Comment les entreprises québécoises de transformation alimentaire peuvent-elles miser davantage sur leurs forces et améliorer leur compétitivité sur les marchés intérieurs et extérieurs ?
- Existe-t-il une problématique des coûts des matières premières agricoles ? Si oui, quelles en sont les caractéristiques et les conséquences ?
- Quel rôle l'État doit-il jouer ?

### Position de Citadelle :

La transparence dans toutes les transactions et le souci d'avoir constamment une interaction active entre tous les intervenants sont souhaitables et obligatoires.

Dans le cadre actuel de notre industrie, il faut se concentrer sur notre compétitivité de secteurs en concertation avec notre fournisseur unique en acériculture. Dans notre domaine, on note malheureusement ce manque d'ouverture et de transparence.

À titre d'exemple de manque de concertation, on note que la transformation n'est pas représentée dans le comité de promotion non-générique administré par la FPAQ. On déplore que des programmes de promotion soient consentis, permettant le lancement de marques privées. De ce fait, les coopératives de transformation et les transformateurs subissent une situation cautionnée par le gouvernement et la Financière agricole, situation que les conditions normales de marché ne permettent pas.

De plus, si le tout se ferait en concertation, de façon totalement ouverte, nous ne croyons pas qu'il y aurait une problématique de coûts de la matière première, car elle saurait répondre aux besoins du producteur, de la coopérative, du transformateur et bien entendu du consommateur.

En effet, si celui-ci n'achète pas le produit, nous n'avons pas besoin de répondre à la question. Il faut être conscient du processus de mise en marché du produit pour constater de façon objective l'ampleur des coûts reliés, autant à la matière première, que celle mise sur la tablette de l'épicerie.

Quels moyens peut-on se donner pour que les maillons de la chaîne agroalimentaire perçoivent les signaux du marché et travaillent conjointement pour y répondre ?

Dans notre domaine, il faut que tous le veulent. On peut vouloir se doter de moyens et passer de nombreuses heures à se réunir et échanger, mais la base demeure qu'il faut l'engagement inconditionnel, ouvert et transparent de tous les maillons de la chaîne pour travailler dans ce sens. Nous ne croyons pas qu'il est possible de faire autrement. Si ces conditions ne sont pas

rencontrées, les enjeux seront encore plus grands et difficilement réalisables. Si cette condition « sine qua non » n'est pas appliquée et suivie, tout ce que nous entreprendrons par la suite sera voué à l'échec.

### **Pistes de solution :**

La table filière est un des moyens au même titre que les tables de concertation, les comités de promotion, de production et de mise en marché, en partenariat avec les maillons de la chaîne agroalimentaire.

La reconnaissance des intervenants au sein d'un processus de transparence et d'ouverture aidera à répartir les prises de décisions. Elles seront plus éclairées et répondront à une situation qui doit se régler rapidement. En effet, le monde alimentaire évolue rapidement et nous devons suivre cette évolution. Nous ne sommes plus dans les années 50 ou 60, la compréhension des marchés, le libre échange et la domination des marchés par les grandes surfaces et autres, frappent à nos portes et même, entrent totalement à l'intérieur de nos structures, en exigeant des conditions inconcevables et inatteignables pour nos producteurs et transformateurs. De ces faits, nous devons resserrer nos acquis québécois et travailler ensemble à rebâtir notre agriculture et nos marchés, l'un ne va pas sans l'autre.

L'État doit jouer ce rôle de rassembleur. C'est très important, essentiel et primordial dans tout ce processus. Il doit lancer les signaux et être à l'affût de la tendance des marchés selon ses différents départements et ministères. Toutefois, il doit rendre compte de ses recherches, pas seulement à un groupe, mais à l'ensemble de la chaîne. Son rôle est capital.

## Le commerce extérieur de produits agricoles et agroalimentaires

### Mise en situation :

- Quelle importance le secteur agricole et agroalimentaire du Québec devrait-il attribuer à l'exportation et aux marchés extérieurs ?
- Nos stratégies devraient-elles ou non accorder une importance particulière aux produits transformés ?
- Compte tenu de la concurrence mondiale, que doit faire le Québec pour maintenir ou accroître ses positions sur les marchés mondiaux ?
- Comment concilier gestion de l'offre et exportation ?
- Quelle place faites-vous à la sécurité alimentaire dans votre vision de l'agriculture et l'agroalimentaire québécois ?

### Position de Citadelle :

Les producteurs / membres ont fondé en 1925 la coopérative Citadelle afin de faire front commun contre un monopole d'acheteurs. Depuis ce temps, la coopérative a travaillé pour apporter une plus-value aux membres, en développant ses marchés et en innovant par ses technologies qui ont été et sont à l'avant-garde dans le domaine (voir Annexe 2: document du 80<sup>e</sup> anniversaire).

La transformation et la commercialisation des produits de l'érable ont permis de faire connaître mondialement le sirop d'érable. Le Québec est le principal producteur et exportateur de sirop d'érable au monde avec 79.5 % de la production mondiale, les autres acériculteurs canadiens, 6,2% et les Etats-Unis, 14,3%.

L'exportation en vrac d'un produit non-transformé au Québec est une menace pour les transformateurs et pour la plus-value tant recherchée par les producteurs. Depuis quelques années, nous sommes confrontés dans plusieurs pays (Australie, Japon et autres) avec des produits importés en vrac et emballés chez eux. De plus, ces produits emballés ne sont pas contrôlés comme ceux produits dans nos usines. Nous n'avons **aucun contrôle** sur la qualité du produit mis dans les bouteilles dans ces pays.

Nous assistons impuissants à une baisse de prix engendrée par trois facteurs importants :

- 1- un achat en vrac de la matière première ;
- 2- frais de douanes et avantages territoriaux moindres que pour les produits déjà embouteillés ici;
- 3- aucun contrôle de la qualité mise en contenants.

En vendant et expédiant en vrac notre « or blond » à ces pays, les producteurs et l'industrie reviennent plusieurs années en arrière. Nous donnons à ces pays, nos emplois, nos usines, notre expertise mais surtout, nous affaiblissons notre pouvoir québécois et notre richesse



naturelle et ce au détriment des producteurs et de la plus-value d'un produit exceptionnel et recherché par sa qualité et sa notoriété 100 % naturel.

Dans la monographie de l'industrie acéricole 2006, on note une soixantaine d'entreprises dont une douzaine sont actives dans le conditionnement du sirop au détail (petits contenants). Elles sont réparties dans onze régions du Québec et génère  $\pm$  500 emplois directs<sup>1</sup>. Elles sont regroupées dans cinq régions administratives. Malheureusement, nous n'avons pas l'information pour les emplois indirects. Toutefois, on peut concevoir qu'il est sûrement très important et, sans se tromper, centré dans ces régions.

### **Pistes de solution :**

Elles sont, à notre avis, simples. Il faut arrêter de vendre en dehors du Québec le sirop d'érable en vrac. Il faut augmenter le contrôle auprès des transformateurs et s'assurer de conserver toujours la qualité exceptionnelle de ce produit ambassadeur de notre province.

De ce fait, il faut examiner la convention de mise en marché et revoir les items pouvant influencer le marché de détail. Si on ne peut faire autrement, il faudrait s'assurer du contrôle de qualité du produit mis en bouteille, exiger une production contrôlée, voir une appellation contrôlée.

Si jamais dans notre domaine, nous devrions vendre en vrac, c'est-à-dire la matière première non transformée, les conditions de vente devraient alors faire en sorte d'éviter de concurrencer les produits transformés ici. Des conditions de prix majorés seraient pensables.

Il faut conserver au Québec le contrôle de notre matière première et de sa transformation et conditionnement, sinon nous sommes sujets à une mauvaise utilisation de notre produit dans les pays importateurs. C'est l'image du produit et du Québec qui subiraient les contrecoups.

Mais au delà de ces constatations, posons-nous les questions suivantes :

- Pourquoi vendre le sirop en vrac quand nous pouvons le transformer et contrôler sa qualité dans nos usines québécoises ?
- Pourquoi le gouvernement endosse-t-il cette pratique au sein d'une convention de mise en marché ?

---

<sup>1</sup> Ce sont des PME dont la taille, eu égard au nombre d'employés, se répartit comme suit : 78% (de 1 à 10 employés), 18% (de 11 à 30 employés), et 4% (de 31 à 150 employés). page 26

## La gouvernance

### Mise en situation :

Les gouvernements fédéral et provincial, les administrations locales et régionales, La Financière agricole du Québec (FADQ), l'Union des producteurs agricoles du Québec (UPA) et les Coopératives sont des acteurs clés de la gouvernance du secteur agricole et agroalimentaire.

Compte tenu des actions posées au cours des dernières années par Citadelle, tant au niveau public que juridique, nous sommes très légitimés de présenter notre position qui bien entendu, fait la promotion de la coopération comme modèle.

### Position de Citadelle :

La Loi sur la mise en marché des produits agricoles, de la pêche et alimentaire a donné au fil des 50 ans d'existence de cette Loi, le pouvoir aux offices de producteurs de modifier considérablement la réalité associative et économique des coopératives.

Il a été clairement établi depuis longtemps, que la rupture du lien d'usage conduit inévitablement à la mort d'une coopérative. Ceci est la conséquence directe de la perte de l'intérêt premier de devenir membre, soit assurer la mise en marché du produit du membre. Une coopérative devient alors une simple entreprise commerciale sans autre objectif que de procurer une plus-value financière. Cela est certes important, mais la seule préoccupation du retour de capital conduit à briser l'équilibre qui fait que tous les membres sont égaux et ont le même pouvoir dans la coopérative<sup>2</sup>.

Depuis 2002, Citadelle :

1. Ne peut plus donner en garantie tout le sirop d'érable de ses membres pour assurer son financement;
2. Ne peut plus être le seul utilisateur du sirop d'érable de ses membres;
3. Ne peut plus garder le contact avec ses membres sur le classement du sirop d'érable et l'information sur tout le domaine acéricole;
4. Le soutien technique est remis en question;
5. L'éducation coopérative et la promotion de la formule coopérative est inexistante;
6. Participation à la baisse aux assemblées annuelles de régions;
7. Les membres se retirent de la coopérative;
8. Contrat suspendu depuis 2002;
9. Lien d'usage inexistant (Juge Borenstein) et jugement de la Cour d'appel;
10. Liquidité sert à acquérir la matière première.

---

<sup>2</sup> voir document : L'importance du maintien du lien d'usage chez Citadelle, Daniel Côté, professeur agrégé, HEC, 20 décembre 2000.

## Pistes de solution :

Nous croyons qu'il est temps de faire de la place dans cette Loi à la reconnaissance et à l'implication de d'autres intervenants.

Les coopératives étaient présentes dans cette Loi jusqu'en 1990, année de la révision de la Loi.<sup>3</sup> Après cette date, la notion coopérative, bien qu'écrite, n'était plus légalement axée sur la mise en marché du produit de ses membres. Il est clair que les coopératives ont été reliées au rôle d'acheteur / transformateur. Mais une coopérative, ce n'est pas que cela. Une coopérative est un groupe de personnes qui a décidé, librement, de s'associer pour se donner des moyens d'action communs, à partir de valeurs communes.

La Commission européenne indiquait d'ailleurs que : «Les coopératives ne sont pas une relique du XIXe siècle. (...) Leur potentiel n'est pas encore exploité autant qu'il pourrait l'être.»

La coopération est un choix libre et volontaire qui a sa place, enfin on l'espère encore, dans notre société québécoise. La coopérative est pour le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM) :

- une **association de personnes** qui assument collectivement leurs responsabilités d'entrepreneurs;
- une entreprise dont les **copropriétaires sont les usagers**;
- une entreprise dont la finalité consiste à **maximiser les divers avantages** que les membres retirent, à la fois comme entrepreneurs, usagers et citoyens d'un milieu;
- une entreprise qui **utilise le capital sans en faire la mesure du pouvoir des membres**;
- une entreprise dont les règles garantissent aux membres **l'égalité dans l'exercice du pouvoir et l'équité dans la répartition des contributions et le partage des résultats**;
- une entreprise qui **favorise l'intercoopération** pour développer ses affaires et contribuer au développement de son milieu;
- une entreprise qui **fait de l'éducation** un de ses mécanismes de fonctionnements essentiels, notamment par le partage de la connaissance et de l'information.

Au sens juridique, une coopérative est une personne morale regroupant des personnes qui ont des besoins économiques et sociaux communs et qui, pour les satisfaire, s'associent pour exploiter une entreprise conformément aux règles d'action coopératives. Cette entreprise est constituée en vertu de la Loi sur les coopératives (L.R.Q. C-67-2). L'adhésion y est libre et ouverte à tous. Le pouvoir démocratique, un membre un vote, est exercé par les membres et les excédents partagés par les membres en proportion de leur utilisation (texte tiré sur le site Web du Conseil québécois de la coopération et de la mutualité).

---

<sup>3</sup> Interprétation de la loi.

Article 2.

La présente loi ne doit pas être interprétée comme un moyen de concurrencer l'organisation coopérative de la mise en marché de produits agricoles ou de la pêche. Ce principe doit guider l'application de la présente loi pour ne pas gêner l'action du coopératisme dans les régions et les secteurs où il peut répondre efficacement aux besoins et afin de profiter autant que possible du concours des coopératives dans l'établissement et l'administration des plans conjoints.  
1990, c. 13, a. 2.

La Loi sur les coopératives a prévu à son Chapitre 1, des dispositions particulières applicables aux coopératives agricoles dont les articles suivants :

Article 194. Une coopérative agricole est celle dont l'objet principal est relié à l'agriculture ou aux domaines connexes à cette activité, à la fourniture de biens et à la prestation de services utiles à cette activité ou à la production, à la transformation, à l'entreposage, à la mise en marché, à la manutention et au transport de produits reliés à cette activité.

### **Conditions d'admission**

Article 200. Pour être membre d'une coopérative agricole, la personne ou la société doit :

- 1° être productrice agricole;
- 2° faire une demande d'admission, sauf dans le cas d'un fondateur;
- 3° souscrire les parts de qualifications requises et les payer selon le règlement;
- 4° s'engager à respecter les règlements de la coopérative;
- 5 être admise par le conseil d'administration, sauf dans le cas d'un fondateur.

### **Engagement**

Dans le cas d'une coopérative dont l'objet est relié à la mise en marché, la personne ou la société doit également s'engager pour un an ou pour une durée plus longue déterminée en vertu du paragraphe 2° de l'article 205, à livrer des biens ou à vendre des biens ou des services par l'entremise de la coopérative

N'est ce pas « Prendre ses affaires en mains » qu'être en coopérative ? Le producteur est un membre, mais aussi un entrepreneur, un copropriétaire de l'entreprise.

N'est ce pas le vœu que certains manifestent que les producteurs et la société se prennent en mains ?

N'est ce pas ce que les membres de coopérative comme Citadelle font ? Peut-on leur reprocher de croire encore à la formule coopérative et à son lien d'usage comme les fondateurs y ont cru ?

Les **Enjeux pour Citadelle** se résument à :

- Exode de ses membres qui ne voient pas l'intérêt d'y rester;<sup>4</sup>
- Glissement de pouvoir de la coopérative dans la mise en marché du sirop de ses membres, relié à l'article 205 de la Loi sur les Coopératives;
- Effritement de sa structure financière, car elle ne peut plus donner en garantie tout le sirop de ses membres ce qui occasionne un ralentissement de son évolution, de l'innovation et la recherche et développement (R&D) au sein des nouveaux produits.

Les **Enjeux pour les producteurs / membres** et propriétaires d'une entreprise coopérative résultent dans :

---

<sup>4</sup> La Coopérative comptait en 2000 près de 2 700 membres. Depuis la venue de l'agence de vente, soit en 2002, le nombre de membres a diminué pour se chiffrer à 2 053 en 2006. Le nombre pour l'année financière qui se terminera à la fin de février 2007, devrait être en dessous de 2 000 ce qui est très alarmant pour la Coopérative.

- Le risque de perdre le contrôle de la qualité, car son entreprise ne peut recevoir tout leur sirop (raison : contingentement). Elle doit s'approvisionner de d'autres producteurs ou de l'Agence;
- La salubrité et innocuité du produit ainsi que sa traçabilité, du fait que son approvisionnement ne vient pas uniquement de ses membres;
- Endettement et diminution des petites entreprise acéricoles, qui en raison du contexte actuel (agence de vente, contingentement, prélevé et autres) ne voient plus l'intérêt à produire et à rester membre de leur coopérative.

### Les Enjeux pour la communauté sont :

La dissolution ou fermeture de coopérative est présente, comme ce fût le cas pour les deux autres coopératives acéricoles. (Coopérative acéricole de la région des Appalaches (CARA) et le regroupement coopératif des producteurs de la Beauce (RCAB) ).

Ces deux disparitions ont entraîné une perte importante du dynamisme économique rural et régional. D'ailleurs, depuis 2002, soit l'an un de l'Agence de vente, CARA qui se spécialisait dans la production, transformation et commercialisation du sirop biologique, a vu tous ses efforts réduits à néant par l'imposition de conventions et la venue du règlement sur le contingentement nuisant à son système coopératif basé sur la Loi sur les Coopératives. Citadelle subit la même chose, mais sa reconnaissance mondiale, son expertise, sa politique qualité, sa mission et ses membres encore fidèles, lui permettent de continuer, **mais jusqu'à quand?**

Nous suggérons donc une ouverture dans la Loi sur la mise en marché. On se doit pour l'avenir des coopératives de les protéger. Il est déplorable d'en arriver à dire ceci, mais nous croyons fermement que nous sommes une espèce en voie d'extinction. Regardez dans les autres productions agricoles et vous serez à même de constater que plusieurs coopératives qui existaient dans les années 1990, ne sont plus parmi nous en 2007. Juste dans notre production, nous constatons qu'il n'en reste qu'une sur les trois identifiées et répertoriées au début de l'Agence de vente de 2002.

Nous croyons plus essentiel, que le dialogue entre les maillons de la chaîne agroalimentaire se fasse. Nous ne possédons pas toutes les solutions et considérons qu'aucun autre organisme, association de producteurs, entreprise privée, consommateurs et instances gouvernementales ont les réponses à tous. Il faut, comme indiqué dans la Monographie de l'industrie acéricole au Québec 2006, page 35 « Les différents acteurs de l'industrie acéricole, d'ici et d'ailleurs, de la production à la transformation, devront travailler de concert afin de renforcer les liens d'affaires et travailler au développement de l'industrie. », travailler à bâtir ensemble. De plus dans ce même document, il est fait mention à la page 37, que « Les différents groupes et personnes ayant des intérêts légitimes dans le développement de l'industrie doivent être convaincus de la nécessité de l'engagement de chacune des parties qui la composent et de la force des liens qui les unissent, et doivent travailler à atteindre le même objectif commun. »

## Conclusion :

Nous avons vu précédemment, que la reconnaissance des coopératives se doit d'être protégée et surtout reconnue chez nous au Québec. Malheureusement, on constate présentement que ce n'est pas le cas. On a souvent tendance à appliquer le proverbe suivant : « nul n'est prophète dans son pays » .

Nous souhaitons que le tout change. Notre mémoire se veut axé sur une vision coopérative, qui ne sera pas nécessairement partagée par tous, nous en sommes conscients. Au Québec, le mouvement coopératif a, depuis près d'un siècle, fait ses preuves. Ses engagements, ses valeurs et surtout son volontarisme d'adhésion démontrent la prise en charge des affaires des producteurs et de leur production. Nous croyons que la chaîne agroalimentaire de la terre à la table, doit en tenir compte.

La vision de l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois doit à notre avis, tenir compte de tous les intervenants de la chaîne agroalimentaire. Nous devons être des partenaires et travailler ensemble à rebâtir un nouvel avenir. Le monopole ne peut être donné, et ce même légalement, à un seul organisme de cette chaîne. En effet, il existe d'autres intervenants qui doivent jouer leurs rôles en toute liberté et en concertation franche, ouverte et transparente.

Nous vous remercions de votre attention et demeurons disponibles et ouverts à des informations supplémentaires.

# ANNEXE 1

## ➤ **MISSION DE CITADELLE**

« Citadelle, coopérative de producteurs de sirop d'érable s'est engagée, comme association de producteurs, à être le chef de file mondial en production, en transformation et en commercialisation des produits de l'érable de toute première qualité et sous toutes ses formes, en privilégiant l'expertise de ses ressources humaines à tous les niveaux et l'innovation dans tous ses processus. »

## ➤ **POLITIQUE QUALITÉ**

« La politique qualité de Citadelle consiste à transformer et commercialiser des produits de l'érable de toute première qualité, de manière à ce qu'ils répondent adéquatement aux besoins de ses clients. »

## ➤ **VALEURS DE CITADELLE**

### **ESPRIT D'ÉQUIPE**

« L'application de cette valeur au quotidien tout en développant notre sentiment d'appartenance nous permet de démontrer que nous sommes plus forts ensemble et que nous travaillons en coopération pour un but commun. »

### **INTÉGRITÉ**

« Cette valeur nous rend imputables face à toutes nos actions du début à la fin du processus. Pour nous, elle est synonyme d'honnêteté, de droiture et de transparence. »

### **RESPECT**

« Chez Citadelle, le respect se vit à travers toutes nos actions envers nos collègues de travail, nos membres, nos clients, la matière première et l'environnement. Pour nous, elle se vit par des attitudes et par l'écoute. »

### **QUALITÉ**

« Cette valeur oriente nos actions et sollicite les compétences nécessaires pour offrir une prestation de services et de produits permettant d'être la référence pour l'industrie. »

### **LEADERSHIP**

« Pour Citadelle, la valeur de leadership en est une de performance, d'innovation et de progrès constant. Être leader nous permet d'aller au devant des attentes du client et de nos membres et de maintenir notre position de chef de file. »



# ANNEXE 2

## AVANT-PROPOS

Dans le cadre du 80e anniversaire de Citadelle, coopérative de producteurs de sirop d'érable, le comité d'éducation coopérative vous propose un survol chronologique de quelques événements qui ont marqué la mise en marché de notre sirop d'érable. Évidemment une liste exhaustive aurait été très longue, nous nous en sommes tenus aux événements majeurs.

À la lecture de ce document inédit, vous constaterez quand même l'ampleur des efforts de nos bâtisseurs, des membres propriétaires et des employés de notre organisation coopérative.

Au fil de ces 80 ans, tous les membres ayant gravité dans la Coopérative y ont mis énormément d'argent et d'énergie. Ce sont des millions et des millions de dollars qui ont été investis dans le développement de la mise en marché de notre produit et ce par l'entremise de notre entreprise. Ce document se veut un rappel de tous les efforts y étant reliés. Il est bon de se remémorer ces actions car cela nous permet de constater l'ampleur du travail effectué par tous et les résultats obtenus.

Le bilan social de la Coopérative est un autre volet qui peut être rattaché à la mise en marché, à un niveau différent mais tout aussi important. Nous pensons entre autres, à notre implication dans le Festival de l'Érable de Plessisville et celui du Festival Beauceron de l'Érable ainsi qu'à plusieurs autres événements où nous sommes régulièrement sollicités à participer.

Fiers du vécu et des réalisations collectives impressionnantes d'une association de producteurs qui a opté pour une formule coopérative pour atteindre ses résultats, nous sommes heureux de vous inviter à lire et à relire les actions qui ont contribué à bâtir la notoriété et le leadership de Citadelle.

**« 80 ans de coopération agricole dans la mise en marché de notre sirop d'érable ».**

Bonne lecture à tous,

René Arès  
Président

Luc Lussier  
Directeur général



## 1925-1950

- **1925 Fondation de la coopérative « Les Producteurs de sucre d'érable de Québec »**

Le 2 mai 1925, cent deux producteurs des comtés de Dorchester et de Mégantic sont officiellement constitués en société coopérative afin de faire front commun contre un monopole d'acheteurs dont les exigences risquent de provoquer la ruine des marchés. Par le fait même, ils se dotent de différents services répondant à leurs besoins ( ex : ramassage, entreposage et structure de mise en marché).

- **1927 Contrat de vente aux Etats-Unis**

Un premier contrat de vente aux Etats-Unis est signé entre la Société et un agent de vente, la maison John G. Paton & Co. Inc., le 25 août 1927.

### **La marque Citadelle**

Le 30 décembre 1927, une demande au bureau des Brevets à Ottawa est acceptée afin d'utiliser le nom « Citadelle » comme marque de commerce. Un logo en forme de losange, dans lequel figure la Citadelle de Québec, complète l'image de marque de la Société.

- **1930 Embouteilleuse**

La modernisation des équipements de la Coopérative se développe. Une première embouteilleuse est installée.

- **1932 L'Angleterre**

La plus grande commande jamais reçue pour une vente à l'extérieur du Québec arrive d'une maison anglaise.

### **Le beurre d'érable**

Un nouveau produit, le beurre d'érable, est fabriqué à l'usine de Plessisville et mis sur les tablettes. C'est le seul beurre d'érable à pouvoir être qualifié de 100% pur. Il est vendu dans les provinces voisines du Québec.

- **1933 World Grain Show**

Lors de l'exposition mondiale de blé « World Grain Show », qui se déroule à Régina, en Alberta, les produits de l'érable sont à l'honneur. On y retrouve deux marques nationales : la marque CITADELLE, marque la plus claire, la plus savoureuse en sirop, sucre et beurre et la marque CAMP dont la saveur est prononcée et la couleur plus foncée.

- **1934 L'Allemagne**

L'Allemagne est approché pour l'exportation.

- **Concentré à l'Érable**

La société met en marché un tout nouveau produit, le « Concentré à l'Érable » qui est un sirop d'érable possédant un arôme plus prononcé.

- **Cleveland, Ohio**

Lors de l'exposition « Dairy Industries Exposition » à Cleveland, Ohio, le concentré à l'érable est présenté suite aux nombreuses demandes de renseignements. Un bel avenir s'annonce pour ce nouveau produit.

- **1938 Nos produits et la royauté**

Suite à la visite du pavillon canadien à l'exposition de l'Empire britannique, la reine Élisabeth et le Roi Georges VI ont manifesté leur intérêt face aux produits de l'érable. Citadelle a donc expédié des feuilles de sucre d'érable à la Cour du Roi.

- **1943 Seconde Guerre Mondiale**

Suite à une rencontre des alliés venus discuter d'une stratégie militaire, une conférence réunissant des journalistes de plus de 150 pays différents s'est tenue à Québec. La Société informe tous ces journalistes de l'existence d'un produit que la plupart ne connaissent pas et n'ont jamais goûté. Des produits en sucre d'érable et des feuillets de recettes leur sont donnés. Le lendemain, dans la presse du monde entier, on parlait de ce produit unique et délicieux.

# 1950-1975

- **1951 Boîtes de 26 oz**

L'emballage du sirop dans des contenants hermétiquement fermés est recherché puisqu'il permet de conserver toute la saveur du produit pendant une durée illimitée. Des boîtes plus petites remplacent le bidon d'un gallon. Ces changements stimuleront la vente du sirop sur le marché canadien en répondant aux exigences des consommateurs d'ici.

- **1957 Publicité et éducation**

Une campagne de publicité et d'éducation est entreprise pour faire connaître davantage les différentes utilisations des produits de l'érable. Des recettes sont publiées de façon à intégrer les produits de l'érable à la cuisine routinière.

- **1958 Les produits Citadelle en Belgique**

Lors de l'exposition internationale de Bruxelles, en 1958, les produits Citadelle sont à l'honneur. Cette présence aide à la renommée de la marque Citadelle.

- **1960 Du sucre d'érable Citadelle pour le Général De Gaulle**

Lors de la visite du Général De Gaulle, son Excellence Onésime Gagnon, le lieutenant-gouverneur de Québec, a tenu à lui présenter du sucre d'érable provenant de la Société des Producteurs de Sucre d'érable de Québec.

- **1963 Crème glacée au sirop d'érable pur**

En avril 1963, les manufacturiers de l'Ontario et du Québec mettent sur le marché une crème glacée à base de sirop d'érable pur.

- **1964 Les produits de l'érable à la Semaine internationale de l'alimentation**

Paris organise pour la première fois une Exposition internationale de l'alimentation. C'est la première fois que les produits Citadelle et Camp sont mis en évidence sur une échelle aussi vaste.

- **1967 Sirop Citadelle en Angleterre**

En avril 1967, les produits Citadelle sont mis en vente lors de l'Ideal Home Show qui se déroule en Angleterre. Les produits de la Société connaissent une vague de popularité au Royaume-Uni.

### **Du sirop à l'expo'67**

De petites boîtes de ¼ de livre sont vendues et du sirop d'érable est utilisé dans la préparation de desserts au restaurant du pavillon des brasseries. Cette publicité est bénéfique pour la Coopérative et ses membres.



- **1968 La tire sur la neige fait sensation à l'exposition de Cleveland, Ohio**

Avec la collaboration du Ministère Fédéral de l'Industrie et du Commerce, la Coopérative participe au congrès-expo des super marchés (S.M.I.) à Cleveland. Une dégustation de tire sur la neige est offerte à tous les participants.

- **1971 Les produits « Citadelle » symbolisent le Canada à l'étranger**

Les services fédéraux achètent des boîtes cadeaux afin de les distribuer à l'étranger, lors de voyages officiels.



## 1975-2000

- **1975 Institut international du sirop d'érable**

Le 20 février 1975, des représentants de l'industrie de l'érable du Canada et des États-Unis fondent l'Institut international du sirop d'érable. Citadelle en est un membre-fondateur.

- **1978 Le Japon**

Au printemps 1978, une équipe de la télévision japonaise vient tourner des images qui seront projetées sur les réseaux de la télévision de Tokyo. Une promotion puissante et gratuite permet l'introduction des produits Citadelle au Japon.

- **1979 La Chine**

C'est au tour de la Chine de nous visiter avec une équipe de caméramans venue filmer une érablière de Plessisville. Grâce à la notoriété de notre Coopérative, l'industrie de l'érable est connue par des millions de spectateurs à travers le monde.

- **1987 Logo de l'Institut international du sirop d'érable**

L'Institut international du sirop d'érable fait la promotion d'un logo qui permettra aux consommateurs d'identifier au premier coup d'œil les produits authentiques, 100% pur. La Coopérative, membre-fondateur de l'Institut, appuie les efforts et les nouvelles mesures afin de promouvoir la reconnaissance des produits authentiques de l'érable.

- **1988 Réservoirs en acier inoxydable pour l'entreposage du sirop d'érable**

Afin d'offrir un sirop de qualité constante à ses clients, la Coopérative procède à l'installation de 24 réservoirs en acier inoxydable qui serviront à entreposer le sirop d'érable.

- **1990 Certification Kascher**

L'obtention de la certification Kascher permet à la Coopérative de développer de nouveaux marchés dans les pays où les populations juives sont présentes.

### **Export-action 1990**

Lors de la cinquième édition d'Export-action 1990, organisée par le ministère des Affaires internationales, la Chambre de commerce et la Corporation de développement économique des Bois-Francs, un prix spécial est décerné à la Coopérative pour ses efforts remarquables dans le développement de marchés d'exportation.

- **1992 Programme de développement de marchés des produits de l'érable**

La Coopérative se voit octroyer 200,660\$ dans le cadre du Programme de développement de marchés des produits de l'érable administré par Agriculture Canada.



Ces recherches serviront à développer des avenues intéressantes pouvant accroître la visibilité internationale des produits de l'érable.

### **North American Maple Syrup Council / Conseil Nord-Américain du Sirop d'Érable**

Citadelle devient membre du North American Maple Syrup Council / Conseil Nord-Américain du Sirop d'Érable.

- **1994 « Les Produits Restigouche inc. »**

Citadelle et la Coopérative des producteurs de sirop d'érable du Nouveau Brunswick unissent leurs efforts et créent « Les Produits Restigouche inc. » à St-Quentin, Nouveau-Brunswick.

#### **Nouvelle étiqueteuse**

En mars, une nouvelle étiqueteuse est installée à l'usine de Plessisville permettant de réduire le temps d'arrêt en plus d'améliorer l'apparence des bouteilles.

#### **Nouveau Camion**

La Coopérative fait l'acquisition en octobre d'un nouveau camion. Ce nouveau véhicule contribuera à rendre encore plus efficace le travail relatif au transport des marchandises.

- **1995 « Les Produits de l'érable du Témis inc. »**

Citadelle forme avec un groupe de producteurs de la région « Les Produits de l'érable du Témis inc. » à Auclair.

#### **Vidéo corporatif**

Afin de supporter l'équipe des ventes, un vidéo corporatif de 5 minutes est produit en 3 langues, français, anglais et mandarin. Cet outil de promotion et de publicité montre l'image commerciale de l'entreprise coopérative dont ses installations, ses technologies, ses certifications et son contrôle de qualité.

- **1996 ISO 9002**

Citadelle devient la première entreprise de l'industrie acéricole à obtenir la certification ISO 9002:1994. Cette certification confirme une fois de plus, la position de la Coopérative comme chef de file de l'industrie acéricole.

#### **Nouvelle étiquette**

Une nouvelle image est introduite sur les étiquettes des marques principales de Citadelle avec l'indication de l'année de fondation de la Coopérative (1925). Ce sceau est le gage d'une notoriété et d'une expertise reconnues dans le monde acéricole et parmi nos clients.

### **Bouteille de plastique**

Suite à des recherches et à l'obtention de résultats concluants concernant la conservation du produit, la Coopérative est en mesure d'offrir à ses clients, particulièrement du secteur institutionnel, un contenant de plastique adapté à leur besoin.

### **Coupelles**

Le secteur de la restauration et dans une plus grande perspective, le marché institutionnel, présentent des particularités que le marché de détail conventionnel ignore. Afin de répondre aux besoins spécifiques de cette clientèle, la Coopérative développe des contenants qui permettent d'emballer le sirop d'érable dans des portions individuelles de 33g et de 50g.

#### **▪ 1997 Équipe Canada**

Citadelle fait partie de la Mission commerciale d'Équipe Canada qui se rend en janvier 1997, en Corée du sud, aux Philippines et en Thaïlande. Cette mission permet de faire connaître la Coopérative auprès des autres entreprises québécoises et canadiennes participantes, lesquelles ignoraient l'importance des marchés des produits de l'érable au niveau international.

#### **« Les Produits d'érable Beaudry inc. »**

Le 1er mars 1997, Citadelle acquiert les actifs mobiliers et immobiliers de ce qui est connu en Estrie sous l'appellation « Les Produits d'érable Beaudry inc. », créant ainsi une troisième filiale.

#### **Produits Tradition Internationale inc.**

En décembre 1997, Citadelle acquiert les actifs de la société « Produits Tradition Internationale inc. », située à Sacré-Cœur-de-Marie, en Beauce. Cette entreprise est bien implantée dans certains créneaux qui n'ont pas encore été exploités par la Coopérative.

#### **▪ 1998 InterSuc**

En février 1998, Citadelle participe à l'exposition InterSuc qui se tient à Paris. Nous constatons qu'il y a des débouchés prometteurs pour le sucre granulé, alors spécialisation de la filiale « Les Produits de l'érable du Témis inc ».

### **Livre de recettes**

Printemps 1998, la Coopérative publie un livre de recettes « L'érable, un délice international » dans lequel on fait découvrir de nouvelles façons d'utiliser le sirop d'érable.

## **Hong Kong & Singapour**

Au cours d'un voyage de développement de marchés, Citadelle participe à une foire alimentaire à Hong Kong et est aussi présente à l'Exposition Food & Hotel Asia 1998 qui se tient à Singapour.

## **Mission commerciale en Amérique Latine**

La Coopérative participe à la Mission commerciale canadienne en Amérique Latine. Nous profitons de cette mission afin d'établir des contacts commerciaux notamment au Brésil et au Chili.

## **Médaille d'excellence**

Lors du congrès annuel de l'Institut international du sirop d'érable à Titusville, Pennsylvanie, Citadelle se voit décerner la Médaille d'excellence 1998 pour son produit Camp. Ce grand prix servira à démarquer, encore plus, nos produits sur les marchés internationaux en démontrant le savoir-faire de nos membres et de leur Coopérative.

### **▪ 1999 Bistro-Boutique « Canadian Maple Delights »**

Le 18 mai 1999, le tout premier bistro-boutique « Canadian Maple Delights » ouvre ses portes à Vancouver, Colombie-Britannique. Le bistro-boutique propose des menus à saveur d'érable tels que vinaigrette, poulet, jambon, du sirop d'érable et bleuet, du sirop et Grand Marnier et bien d'autres.

## **Réservoirs en acier inoxydable**

Citadelle procède à l'installation de 14 nouveaux réservoirs en acier inoxydable. Ces réservoirs combinés aux 24 autres représentent la plus grande capacité mondiale d'entreposage de sirop d'érable permettant ainsi de préserver, à l'année, la saveur printanière si recherchée.

## **Usine de production de « Shady Maple Farm Ltd »**

Citadelle conclut une transaction majeure en acquérant les installations de production de « Shady Maple Farm Ltd. » à La Guadeloupe en Beauce.

## **Médaille d'excellence 1999**

Pour une deuxième année consécutive, Citadelle se voit décerner, lors du congrès annuel de l'Institut international du sirop d'érable, la Médaille d'excellence pour son produit Camp, marque nationale dans la catégorie No 1.

## 2000-2005

### ▪ 2000 Certification de qualité “Pur Érable”

Au début mars, les cinq usines de Citadelle sont reconnues « Pur Érable ». Ce programme vise à faire reconnaître les produits purs de l'érable dans les grands marchés internationaux de la distribution alimentaire.

#### **Médaille d'excellence 2000**

Pour une troisième année consécutive, Citadelle se voit décerner la Médaille d'excellence 2000 pour son produit Camp dans la catégorie marché international.

#### **Nouvelle promotion**

Afin de faire connaître aux consommateurs les utilisations du sirop d'érable (recettes), la Coopérative innove avec la pose de cravates d'information sur le goulot de ses bouteilles.

### ▪ 2001 SIAL Montréal

Du 4 au 6 mars, Citadelle tient un kiosque au SIAL Montréal. C'est le premier salon d'envergure internationale en alimentation à y être présenté.

#### **Nouveau vidéo corporatif**

Dans le cadre du 75<sup>e</sup> anniversaire de la Coopérative, un nouveau vidéo corporatif est fait. D'une durée d'environ 10 minutes, cet outil de promotion est précieux pour notre département des ventes car il démontre le dynamisme de l'entreprise coopérative.

#### **Construction d'un nouvel entrepôt**

Un nouvel entrepôt est construit en remplacement de celui qui était en place depuis la fondation de la Coopérative et devenu désuet avec le temps. Tous les entrepôts sont maintenant reliés entre eux, évitant ainsi les déplacements à l'extérieur.

#### **Médaille d'excellence 2001**

En octobre, pour une quatrième année, la Médaille d'excellence 2001 est décernée à Citadelle pour son produit Camp dans la catégorie marché international. Grâce à ce grand prix, nos produits se démarqueront davantage sur les marchés internationaux.

#### **ANUGA**

Depuis près de 20 ans, Citadelle expose à l'ANUGA, en Allemagne, l'un des plus grands salons alimentaires au monde. Notre présence à ce salon permet de rencontrer les clients européens et de développer nos marchés internationaux.



- **2002 Certification HACCP**

En janvier 2002, L'ACIA (Agence canadienne d'inspection des aliments) accorde la certification HACCP (Analyse des dangers et maîtrise des points critiques) à l'usine de Shady Maple Farm Ltd, division de Citadelle, située à La Guadeloupe.

#### **Les Délices de l'Érable à Montréal**

Le 26 juin, un nouveau bistro-boutique « Les Délices de l'Érable » ouvre ses portes en plein cœur du quartier touristique du Vieux-Montréal, soit au 84 rue St-Paul. La fabrication de produits de 3<sup>e</sup> transformation nous assure un développement futur très intéressant et une nouvelle ouverture sur le monde.

#### **Québec is cooking!**

Citadelle participe à cette activité qui regroupe des entreprises alimentaires québécoises. Une démonstration culinaire est faite par le chef Amanda Cushman et est diffusée sur le réseau FOX.

#### **SIAL Paris**

En octobre, Citadelle expose au SIAL Paris. Les contacts établis permettent de poursuivre la croissance des ventes en Europe. La participation de la Coopérative à ce salon international se perpétue depuis plusieurs années.

#### **Médaille d'excellence 2002**

Lors du congrès annuel de l'Institut international du sirop d'érable à North Conway, New Hampshire, Citadelle reçoit pour une cinquième année, la Médaille d'excellence 2002 pour son produit Camp dans la catégorie marché international.

- **2003 SIAL Montréal**

C'est un plaisir de pouvoir démontrer l'expertise de la Coopérative, lors du SIAL Montréal. De nombreux contacts sont établis et de grandes réalisations découlant de ce salon sont anticipées.

#### **Futurallia**

Citadelle participe en mai, au grand rendez-vous des PME, Futurallia. Cet événement a comme objectif de favoriser les maillages d'affaires entre les entreprises manufacturières d'Europe, d'Asie et des Amériques. Citadelle a l'opportunité d'établir de nombreux nouveaux contacts favorisant le développement de ses marchés d'exportation.

#### **Nouveaux produits**

De concert avec notre partenaire commercial, Shady Maple Farm Ltd, une nouvelle gamme de produits est mise en marché : sirop épais, beurre d'érable ne se séparant pas et tire d'érable qui ne cristallise pas en tablette.



## **ANUGA**

Du 11 au 15 septembre, Citadelle participe à l'ANUGA, en Allemagne, la plus grosse foire agroalimentaire au monde. Le personnel des ventes et du marketing rencontre la majorité de ses distributeurs, clients européens actuels et nouveaux.

## **Médaille d'excellence 2003**

Citadelle se voit décerner la Médaille d'excellence 2003 lors du congrès annuel de l'Institut international du sirop d'érable pour son sirop d'érable pur emballé et vendu sur le marché international. Ce prix rejoint la mission de la Coopérative qui est d'être le chef de file mondial dans la production, la transformation et la commercialisation du sirop d'érable.

### ▪ **2004 Acquisition de Shady Maple Farm Ltd**

Au cours de l'année 2004, Citadelle devient détenteur de la totalité des actions de Shady Maple Farm Ltd. Depuis 1999, la Coopérative est le fournisseur quasi exclusif des produits que cette entreprise met en marché.

## **Brochure industrielle**

Citadelle produit une brochure d'informations et d'utilisations du sirop d'érable destinée aux clients industriels et commerciaux du monde entier. Cette publication est traduite et reproduite en 6 langues (français, anglais, espagnol, japonais, mandarin et allemand).

## **BIOFACH**

Citadelle participe au Salon BIOFACH qui se tient à Nuremberg, en Allemagne. Cette exposition de grande envergure regroupe des centaines d'entreprises du monde alimentaire provenant de différents pays à travers le monde.

## **Le Festival du sucre d'érable de Nanaïmo**

Citadelle avec sa marque Camp est le présentateur et commanditaire principal du Festival sur l'Île de Vancouver. La gamme complète de produits du bistro-boutique de Vancouver est aussi mise en évidence durant toutes les festivités.

## **SIAL Paris**

Avec plus de 5300 exposants et 135 000 visiteurs le SIAL Paris est le plus grand salon de l'alimentation au monde. En octobre 2004, Citadelle et sa filiale Shady Maple Farm Ltd y participent.

### ▪ **2005 80<sup>e</sup> anniversaire de Citadelle**

Afin de souligner le 80<sup>e</sup> anniversaire de Citadelle, un vidéo bilingue a été préparé, démontrant l'évolution et l'essor de la Coopérative. Ce vidéo se veut un document éducatif et informatif.



## **SIAL Montréal**

Citadelle participe au SIAL Montréal en avril 2005. Cet événement accueille plus de 700 exposants provenant de 36 pays.

## **« Les Délices de l'Érable » à l'aéroport Montréal/Trudeau**

Au début juin, un nouveau bistro-boutique « Les Délices de l'Érable » ouvre ses portes à l'aéroport international Montréal/Trudeau .

## **Le Festival du sucre d'érable Citadelle – Camp de Nanaïmo**

Lors de la deuxième édition du Festival, Citadelle est le présentateur et le commanditaire officiel de cet événement qui prend de l'ampleur **sur l'île de Vancouver**.

## **ANUGA**

Du 8 au 12 octobre se déroule en Allemagne, l'ANUGA, une des plus grande foire alimentaire au monde. Environ 6000 exposants y participent dont 4 du domaine acéricole. Bien entendu, Citadelle est présente. Cette foire permet de rencontrer la majorité de nos clients européens ainsi que plusieurs venant d'Asie et d'Océanie.

## **NAMSC et le IMSI**

En octobre, Citadelle est l'hôtesse du congrès du Conseil Nord-Américain du Sirop d'Érable (NAMSC) et de l'Institut international du sirop d'érable (IMSI). Ce congrès réunit les producteurs de sirop d'érable américains et canadiens, ainsi que les gens de l'industrie. Plus de 200 personnes participent à ce congrès qui est une première au Québec.

### **▪ 2006 « Gift show » de Toronto**

En février, la division « Les Délices de l'Érable » participe au Gift Show du Canadian Gift Rableware Association (CGTA) qui se tient à l'International Center de Toronto. Cette association regroupe différents membres tous reliés au secteur du cadeau depuis 30 ans et « Les Délices de l'Érable » en est membre depuis un an.

## **Le Festival du sucre d'érable Citadelle-Camp de Nanaïmo**

À la troisième édition du Festival, la promotion des produits Camp et ceux de Canadian Maple Delights se poursuit. Le taux de participation aux activités augmente d'année en année. Tous nos produits sont de plus en plus connus et très appréciés.

## **Nouveaux produits à l'érable**

Citadelle et Vachon s'associent dans le développement de nouveaux produits à l'érable pour le temps des sucres. Ces produits, disponibles pour un temps limité, sont distribués dans tous les supermarchés à travers le Canada.

### **Gala des Grands Prix du tourisme québécois 2006**

Lors du gala des Grands Prix du tourisme québécois 2006 de la région montréalaise, le bistro-boutique « Les Délices de l'Érable » de Montréal est couronné lauréat régional dans la catégorie « services touristiques ».

### **Nouvelle usine de transformation de produits d'érable**

Le 15 mai, la Coopérative inaugure, en présence des intervenants gouvernementaux, municipaux et gens d'affaires de la région de l'Érable, la nouvelle usine de production de produits de troisième transformation. Cela constitue une première dans l'industrie acéricole.

## **Et cela continue ...**

