

De la terre, l'eau a trouvé chemin dans les vaisseaux de l'arbre. Ensuite, la sève récoltée et transformée par l'artisan a donné vie à ces produits du terroir québécois.  
Ainsi commence la belle aventure du Domaine Acer.

## **Le Domaine Acer** De l'érable à l'acéritif

Mémoire présenté pour  
la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois

Par Vallier Robert

Le 1er mai 2007

# Table des matières

CONTEXTE

LES ARTISANS DU DOMAINE ACER, VALLIER ROBERT ET NATHALIE  
DECAIGNY

LE DOMAINE ACER, D'HIER À AUJOURD'HUI

- L'expérimentation
- Les constructions
- La Collection Acer
- Des produits québécois uniques
- Expansion
- L'équipe
- La commercialisation
- L'agro-tourisme
- Le rayonnement des dernières années

SITUATION DE LA VENTE DES BOISSONS ALCOOLISÉES ARTISANALES

LA LOI PERMET DE :

LA RÉALITÉ DES MARCHÉS PUBLICS

LA RÉALITÉ DE LA SAQ

LE PROBLÈME MAJEUR DE LA PRODUCTION ARTISANALE DES  
BOISSONS ALCOOLISÉES

L'EXEMPLE ONTARIEN

DEMANDES EN MATIÈRE DE COMMERCIALISATION DES BOISSONS  
ALCOOLISÉES ARTISANALES

SITUATION DE LA VENTE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE

ACQUIS DU DOMAINE ACER

UNE STRUCTURE MONOPOLISTIQUE S'INSTALLE

LE PROBLÈME MAJEUR DE LA VENTE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE

DEMANDES EN MATIÈRE DE VENTE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE

CONCLUSION

# Le Domaine Acer

## De l'érable à l'acéritif

### CONTEXTE

Né en région, à Auclair, dans la vallée du Témiscouata au Bas-Saint-Laurent, je suis issu d'une famille qui exploitait une érablière en activité complémentaire. Très vite, j'ai ressenti d'instinct que le produit d'érable gagnerait à innover et à se désaisonnaliser.

Quand, bien des années plus tard, j'ai eu envie d'entreprendre, c'est cette première étape de ma vie qui a conditionné mon devenir. Les formations scolaires, les stages en milieu de travail, les voyages et les expériences professionnelles acquises par la suite ont formé l'assise du Domaine Acer. L'appui des différents ministères et organismes en place a, pour sa part, permis de propulser l'idée à l'origine de mon entreprise au stade de la réalisation.

Recueillie goutte à goutte en l'espace de quelques semaines, concentrée, évaporée, la sève d'érable se transforme pour donner un sirop au goût unique, véritable richesse naturelle du Québec. En général, la tâche des acériculteurs s'arrête là! Mais j'avais la conviction qu'on pouvait faire plus que le sirop, qu'on pouvait créer un produit de spécialité. Il fallait être un peu téméraire pour se lancer, il y a plus de 10 ans, dans la production de boissons alcoolisées issues de l'érable, alors que l'expertise était inexistante. Ce défi était affaire de passion, d'audace et de détermination. Le relever a demandé un savoir-faire acquis au prix de nombreux efforts aujourd'hui reconnus dans plusieurs concours.

Une fois le produit en bouteille, il reste à le commercialiser. Ce nouveau challenge n'est pas le moindre. Les lois et les réglementations entourant l'érable d'une part et les boissons alcoolisées de l'autre forment des entraves complexes à l'accessibilité aux marchés. Et si le développement d'une activité agrotouristique sur les lieux de production permet de contourner certains problèmes de vente, il n'en reste pas moins que notre région est éloignée des grands centres et encore à ses premiers balbutiements en matière de tourisme.

Les boissons alcoolisées du Domaine Acer, c'est le terroir en bouteille. C'est un savoir-faire qui a pour signature authenticité, originalité et qualité. C'est une identité qui confère un rayonnement à mon territoire. C'est une promesse d'essor pour ma région tout comme le développement de ma région est une promesse d'essor pour le Domaine Acer!

## LES ARTISAN DU DOMAINE ACER, VALLIER ROBERT ET NATHALIE DECAIGNY

**Vallier Robert**, est le 4<sup>e</sup> d'une famille de 6 enfants. À l'issue de son secondaire, il fait une spécialisation en foresterie en tant que classeur mesureur de bois pour, plus tard, entreprendre des études universitaires en sciences comptables. Il est d'ailleurs membre de la corporation professionnelle des CGA. Après avoir travaillé successivement dans ces 2 domaines, il a envie de lancer sa propre entreprise et en 1992, il démarre un projet de recherche sur la production des boissons alcoolisées à l'érable, lequel aboutit à la création du Domaine Acer. Véritable entrepreneur dans l'âme, Vallier regorge d'idées qu'il se plaît à compulsuer à toute heure du jour ou de la nuit jusqu'à ce que naisse un nouveau projet. Amateur d'architecture, de vieilles granges et de matériaux nobles, c'est également à Vallier le bâtisseur qu'on doit toutes les belles constructions du Domaine Acer. Et c'est là, dans ces bâtisses empreintes de chaleureuse atmosphère, qu'il accueille, avec la complicité de Nathalie Decaigny, sa compagne belge, des visiteurs de toute origine et qu'il élève sa jeune famille de 4 enfants.

**Nathalie Decaigny**, belge d'origine, est issue du monde agricole. Elle fait ses études d'ingénieur agronome à la Faculté des sciences agronomiques de Gembloux en Belgique. Des campagnes sucrières à la sucrerie de Tirlemont dans son pays d'origine au monde de l'érable, il suffisait d'une rencontre. Ses nombreux voyages à pied, à cheval ou en véhicule motorisé la conduisent de raids transsahariens jusqu'au Québec. C'est là, en 1995, que le non conformisme de Vallier et l'énergie passionnée déployée pour son projet de conception de boissons alcoolisées à l'érable allument une première flamme. En 1996, Nathalie vient rejoindre Vallier. Ensemble, ils développent le Domaine Acer, élèvent leurs 4 enfants et inventent mille et un nouveaux projets.

## LE DOMAINE ACER, D'HIER À AUJOURD'HUI

C'est en 1972 que Charles-Aimé Robert, mon père, débute de façon artisanale l'exploitation d'une érablière à vocation familiale. Formée en compagnie en 1987 sous le nom «Érablière L'Éveil du Printemps inc. », l'entreprise de 3500 entailles se spécialise alors dans la production de sirop d'érable de grande qualité, sans transformation aucune.

### L'expérimentation

En 1992, conscient que l'avenir est aux produits transformés, j'entreprends la mise au point de boissons alcoolisées à forte valeur ajoutée.

Comptable de formation, rien ne me prédestinait à pareille aventure. Je présente néanmoins un projet à Agriculture et Agroalimentaire Canada visant à étudier, par une expérimentation rigoureuse, la possibilité de concevoir des boissons alcoolisées à partir de la fermentation de la sève d'érable. Le ministère me consent alors une subvention répartie sur trois ans afin de développer mon

expertise. Pour ma recherche, je me fais aider par un agent scientifique de Sainte-Hyacinthe.

Dans un 1<sup>er</sup> temps, il s'agissait de vérifier si la sève d'érable pouvait fermenter et donner de l'alcool. Les travaux de la 1<sup>re</sup> année ont abouti à des résultats assez positifs et permis d'obtenir une foule de boissons alcoolisées d'intérêt divers. Par contre, les résultats de la 2<sup>e</sup> année étaient décourageants. Isolé dans mon entreprise, avec quelques formations et beaucoup de lectures en tête, j'avais besoin de faire valider mes connaissances. J'ai pu alors saisir l'opportunité de faire plusieurs stages chez un producteur québécois (cidre) et chez plusieurs producteurs français (champagne, cidre, calvados, pineau des Charentes, cognac). Au retour, j'avais repris confiance en mes capacités. J'ai alors revu mes premières expérimentations, y ai apporté quelques correctifs et continué la 3<sup>e</sup> année pour enfin obtenir des résultats très concluants. Mon projet initial arrivait à son terme bien que je n'aie pas complètement abouti dans mes recherches. J'ai alors présenté une 2<sup>e</sup> demande et ai pu finaliser la mise au point des produits ciblés parmi la multitude élaborée. Durant toutes ces années, j'ai eu la chance de profiter de l'érablière familiale pour mener à bien mes expérimentations.

### Les constructions

Pour arriver à mes fins, bien des constructions ont du être réalisées au fil des besoins.

En 1992, la construction de la 1<sup>re</sup> salle de fermentation est achevée sur le terrain de la cabane à sucre familiale. Mais très vite, je manque d'espace pour travailler. Dès lors, dès 1993, je bâtis une 1<sup>re</sup> cave de vieillissement sur laquelle je déménage une vieille grange pour me servir d'entrepôt et de laboratoire.

En 1994, histoire de m'imprégner complètement de mon projet, je convertis la grange en maison et vais vivre sur les lieux de mes recherches.

En 1995, encouragé par les résultats positifs de mes recherches, j'amorce la construction de la 2<sup>e</sup> cave de vieillissement. En octobre de cette année, Julie Michaud (bac en Sciences alimentaires) est engagée à plein temps.

Désirant alors reprendre l'érablière familiale, j'acquiers l'exploitation en 1996. Nathalie Decaigny, ma compagne agronome d'origine belge, m'y rejoint.

J'entreprends l'agrandissement de la cabane à sucre afin de faciliter la transformation et y intègre une salle de préparation des produits, une 2<sup>e</sup> salle de fermentation, un laboratoire et une chambre froide. J'y installe aussi une boutique.

En 1998, je bâtis une nouvelle cabane à sucre pour mieux contrôler la qualité de mon sirop d'érable et je construis, toujours sur le site de l'entreprise, une maison plus adaptée à la vie de famille.

### La Collection Acer

En 1997, sans étude de marché préliminaire trop coûteuse pour l'entreprise, je ne suis pas parvenu à obtenir d'aide gouvernementale pour la commercialisation. J'ai alors décidé de faire un lancement très médiatisé et de vérifier mon marché directement par la vente de ma production de départ. C'est ainsi que Érablière L'Éveil du Printemps -- rebaptisée Domaine Acer pour mieux suggérer son

caractère innovateur et contemporain -- inaugure en grandes pompes les produits de sa 'Collection Acer'. L'entreprise, pionnière dans la production de boissons alcoolisées issues de la fermentation alcoolique de la sève d'érable, propose depuis :

*Prémices d'Avril*, un acer blanc sec à 12% d'alcool un peu comparable à un vin blanc mais plus léger, aux notes de pomme verte, d'agrumes et de bois, qui se conjugue à merveille à la gastronomie légère;

*Mousse des Bois*, un acer brut mousseux à 12% d'alcool élaboré selon la méthode champenoise dont je suis allé chercher l'expertise en France; ses accents de poire, de boulangerie et de bois en font le complice raffiné du saumon fumé; il s'éveille agréablement à l'apéritif, séduit avec les desserts et les chocolats ou se savoure pour le seul plaisir;

*Val Ambré*, un acéritif à 16,5% d'alcool de genre pineau des Charentes mais plus doux car moins sucré et moins acide; en bouche; il révèle des notes de caramel au beurre, de noix et d'érable; classique à l'apéritif, il accompagne délicieusement canapés, noix et fruits, se marie avec élégance aux fromages doux et est raffiné avec les desserts;

*Charles-Aimé Robert*, un acéritif de style porto tawny à 17,5% d'alcool est plus gras, plus riche; il offre généreusement ses notes de caramel brûlé, de fruits secs (dattes, pruneaux) et d'érable. Judicieux avec le foie gras et les terrines de gibier, il excelle aussi en fin de repas avec les fromages corsés, les desserts aux fruits ou au chocolat noir et en tant que digestif; créé par fermentation de sève tardive de grande qualité, il est issu d'une heureuse erreur de parcours et est l'un de nos produits vedettes.

Les deux derniers cités vieillissent trois années en fûts de chêne.

En petit ou grand format, ces boissons alcoolisées présentées sur plateaux de bois font de prestigieux cadeaux.

### Des produits québécois uniques

Il en aura fallu de la patience et de la persévérance pour mettre au point ces produits uniques au monde. Uniques parce que nés de notre hiver québécois, de cette alternance de gel et de dégel qui permet à l'érable de couler. Uniques parce que l'eau a d'abord cheminé dans le terreau des montagnes de notre domaine avant de trouver chemin dans les vaisseaux de nos arbres. Uniques parce que la sève récoltée a été transformée par des techniques exclusives mises au point au Domaine Acer. Uniques parce qu'engendrés par la combinaison de ces divers éléments. Uniques produits de terroir!

L'entreprise offre en outre une large gamme de produits fins de veine bien québécoise où le beurre d'érable aux noix de Grenoble, les gelées et les chocolats belges réinventent la tradition.

Élaborés de façon artisanale, tous ces délices haut de gamme font montre d'une qualité supérieure et d'une présentation soignée. Ils donnent en quelque sorte une identité d'avenir à cette ressource naturelle bien de chez nous.

### Expansion

Depuis l'ouverture, notre production annuelle d'environ 5000 bouteilles nous fournissait l'occasion d'une étude de marché en direct. Mais à ce stade, en 1999, nous ne pouvions plus combler la demande de nos produits et les ruptures de stock freinaient notre développement. Pour contrer cet effet, l'entreprise a alors consenti des investissements majeurs. Il s'agissait de continuer notre recherche et développement pour mettre au point la production de nos boissons alcoolisées à plus gros volume, soit 30 000 bouteilles par année. Nous commercialisons ce volume seulement depuis 2004, la mise à l'échelle de la production s'étant avérée plus compliquée que nous l'imaginions. En effet, la chimie au sein de réservoirs de 200 litres est fondamentalement différente de celle de réservoirs de 2000 litres.

Je restructure alors l'ancienne cabane à sucre. Dans ce bâtiment exclusivement réservé à la transformation sont maintenant logées des salles d'embouteillage, d'étiquetage, de production, de fermentation et une chambre froide. Je renouvelle aussi complètement la boutique.

C'est en 2000 que Nathalie devient actionnaire de la compagnie, y travaillant davantage dans le secteur des ventes, des communications, du marketing et de l'agro-tourisme. À cette époque, l'entreprise adhère au réseau ÉCONOMUSÉE®. Je poursuis les constructions avec un bâtiment supplémentaire affecté au vieillissement et complète les aménagements nécessaires à notre nouvelle fonction d'ÉCONOMUSÉE®.

### L'équipe

Très soucieuse de la qualité des produits offerts, depuis 1996 l'entreprise emploie une chimiste (Bac en Sciences alimentaires) à temps plein pour veiller au contrôle de qualité ainsi qu'à la recherche et au développement de nouveaux produits. Cette expertise joue un rôle majeur dans l'obtention de produits de qualité supérieure et dans la réalisation de nouveaux produits innovateurs. Au total, actuellement, notre équipe de travail se compose de 4 personnes à temps plein (dont 3 universitaires), de 2 mi-temps (dont 1 universitaire), d'1 saisonnier et de 2 étudiants l'été. Nous devons à court terme engager un 5<sup>e</sup> temps plein. Mais il faut avouer que pareille entreprise n'aurait jamais pu se réaliser sans l'appui bénévole de mes parents et de mes amis, et ce, depuis le tout début.

Nous faisons aussi régulièrement appel à différents consultants : œnologues québécois ou français, laboratoires indépendants, universités et suivons des formations spécialisées reliées à nos projets.

### La commercialisation

L'étape de la commercialisation requiert elle aussi toute notre énergie. Nos deux productions, le sirop d'érable et les boissons alcoolisées, sont sous l'emprise de deux monopoles, la Fédération des producteurs acéricoles et la Société des alcools. Tous deux sont très contraignants et limitent fortement l'accès aux

marchés. Ainsi, la commercialisation de mes produits d'érable n'est autorisée légalement que par la vente directe aux consommateurs, sans intermédiaire, alors que celle des boissons alcoolisées est acceptée en plus dans quelques rares marchés considérés comme des extensions du lieu de production. Nos clients bénéficient également d'un service de livraison à domicile et nous avons accès aux foires et expositions à condition qu'elles soient à caractère agricole.

À titre de produit de niche, il faut sortir des mécanismes de commercialisation conçus pour la production de masse standardisée et trouver des réseaux adaptés. Nos marchés actuels sont la population régionale et provinciale, les touristes, les restaurants, cafés, auberges, gîtes, hôtels, bistros, la clientèle corporative, les marchés publics de Montréal et Québec, quelques expositions, quelques épicerie fines, les événements spéciaux (congrès, colloques...).

À travers ces quelques marchés, nous essayons de multiplier les associations et les événements de visibilité et faire en sorte que l'érable soit reconnu comme un produit haut de gamme avec notre entreprise comme ambassadeur d'un tel produit raffiné et de qualité.

La législation québécoise limitant les points de vente des boissons alcoolisées artisanales et nos produits ayant, de par leur spécificité, un potentiel prometteur à l'étranger, nous envisageons l'exportation. Les touristes apportent régulièrement nos produits chez eux et c'est avec grand bonheur que le Québec se laisse boire un peu partout dans le monde.

### L'agro-tourisme

Le Domaine Acer a développé une activité agro-touristique en organisant une visite commentée de l'entreprise et des caves de vieillissement qui se clôture par une dégustation et la remise de recettes élaborées par des chefs renommés ou par Nathalie à partir de nos produits. Par cet attrait majeur sur notre territoire, l'entreprise contribue à faire rayonner notre région. En outre, cela donne de la vie à nos produits, un côté humain. Par ce biais, on entraîne les gens en amont de nos boissons alcoolisées et cela leur permet de comprendre notre univers, ce qu'il faut d'imagination, de connaissance, de savoir-faire mais surtout de travail pour en arriver là. Et c'est tout cela qui est colporté par le visiteur, un produit mais aussi une ambiance, une passion, une œuvre !

L'ouverture officielle en juin 2001 de notre ÉCONOMUSÉE® de l'érable, spécialité boissons alcoolisées, ajoute un élément novateur supplémentaire dans le secteur du tourisme culturel. Grâce à notre adhésion à ce réseau le contenu de la visite a été enrichi, les bâtiments ont amélioré leur faculté d'accueil, les objets de la collection ancienne racontent leurs histoires et les panneaux d'interprétation en français et en anglais facilitent l'interprétation de nos procédés de fabrication.

## Le rayonnement des dernières années

- **Les prix du patrimoine Bas-Saint-Laurent**  
Septembre 2002  
Lauréat dans la catégorie des prix liés à des activités d'interprétation et de diffusion du patrimoine
- **Les Grands prix du tourisme québécois 2003, région Bas-Saint-Laurent**  
Lauréat dans la catégorie « Attraction touristique de moins de 100 000 visiteurs »
- **Mérite forestier du Bas-Saint-Laurent 2003**  
2<sup>ème</sup> prix dans la catégorie « Propriétés de moins de 120 Hectares »
- **Mérite agricole 2004**  
2<sup>ème</sup> prix dans la catégorie argent
- **La sélection CHARTIER 2005, le 10 décembre 2004**  
« Cette excellente boisson est nulle autre que le **Charles-Aimé Robert**, acéritif du Domaine Acer à Auclair, Témiscouata, Bas-Saint-Laurent. Le nez est riche, profond et complexe, aux notes confites et caramélisées, comme un porto tawny, la bouche est ample, pleine, presque généreuse et ronde, aux saveurs d'érable, de sucre roux, d'épices douces, comme un porto tawny! »
- **Coupe des Nations 2007**  
Catégorie boisson aromatisée à l'érable  
*Val Ambré* : coupe or  
*Charles-Aimé Robert* : coupe argent
- **Membre**  
du réseau ÉCONOMUSÉE®  
du réseau des Agricotours  
de la route des fermentations du Bas-Saint-Laurent

## Impact financier

Du point de vue des impacts financiers de notre projet, il faut savoir que si nous vendions la production de sirop d'érable de nos 12 000 entailles sans la transformer, cela ne représenterait qu'un revenu occasionnel. Avec la transformation en boissons alcoolisées, nous sommes en mesure d'offrir du travail à l'année et de quintupler nos revenus.

## SITUATION DE LA VENTE DES BOISSONS ALCOOLISÉES

### LA LOI PERMET DE :

Les lois et les réglementations concernant les boissons alcoolisées artisanales permettent au détenteur du permis de producteur artisan de vendre :

- sur les lieux de production
- au titulaire d'un permis d'alcool (ex : bars, restaurants, auberges) en autant qu'il appose l'autocollant de la Régie sur chaque contenant vendu, autorisant la vente pour consommation sur place en suivant l'ordre numérique conformément à la loi
- aux endroits suivants considérés comme une extension du lieu de production :
  - les expositions agricoles ou agroalimentaires reconnues par le MAPAQ
  - les foires et autres événements publics destinés à promouvoir les produits agroalimentaire de façon prépondérante
  - les marchés publics : un marché public étant définis comme :  
*« un lieu public, en plein air ou couvert, où des producteurs agricoles vendent leurs produits ».*
- à la SAQ

### LA RÉALITÉ DES MARCHÉS PUBLICS

Depuis mai 2006, il ressort que :

- La vente dans les marchés publics doit être sous la responsabilité du titulaire du permis

Sinon :

- Le lien entre le producteur et l'employé qui vend doit être direct (sans structure juridique intermédiaire). L'employé doit être directement rémunéré par le producteur, la mise en marché se faisant ainsi par le producteur lui-même.
- La vente ne peut se faire dans un lieu possédant déjà un permis d'épicerie.
- Il est nécessaire de cloisonner pour séparer physiquement les boissons alcoolisées des produits fins. La solution trouvée au cloisonnement de

l'espace doit être approuvée par la Régie des alcools pour s'assurer de sa conformité.

Résultat :

Il nous reste seulement 2 marchés publics en fonction : « Le marché des saveurs » au marché Jean Talon à Montréal et « Les comptoirs du terroir » au marché du vieux port à Québec.

Les autres marchés publics existants n'ont pas trouvé la bonne façon de faire pour répondre à ces nouvelles exigences ou ont simplement trouvé tout cela trop lourd et trop coûteux. Il faut ajouter enfin que ces nouveaux procédés sont également plus coûteux pour les entrepreneurs producteurs.

## **LA RÉALITÉ DE LA SAQ**

La politique de la SAQ est identique pour la très grande ou la très petite entreprise, pour l'entreprise étrangère ou l'entreprise québécoise. La SAQ adopte des marges extrêmement élevées qui ont pour conséquence soit un prix trop élevé et non concurrentiel sur la tablette, soit une marge insignifiante ou inexistante pour le producteur.

Les 133 producteurs artisans québécois de boissons alcoolisées (vin, cidre, petits fruits, miel, érable) occupent une très petite part de l'ensemble du marché québécois des boissons alcoolisées. Ainsi, 1 775 000 bouteilles ont été produites par les artisans (toute matière première confondue) pour l'année fiscale 2006. Par exemple, en ce qui concerne le vin québécois, sur les 800 000 bouteilles produites, il s'est vendu 100 000 bouteilles par le réseau de la SAQ alors qu'en comparaison, durant la même période, la SAQ a commercialisé 150 millions de bouteilles de vin toute origine confondue.

Une production si petite ne peut pas nuire aux intérêts d'un monopole d'état. Au contraire ! Encouragée à progresser, elle pourrait même rapporter, comme c'est le cas en Ontario par exemple. Elle mériterait donc qu'on cesse de lui mettre des bâtons dans les roues et qu'au contraire, elle soit encouragée, au moins pour la diversification et la vitalité économiques qu'elle peut apporter à une région.

## **LE PROBLÈME MAJEUR DE LA PRODUCTION ARTISANALE DE BOISSONS ALCOOLISÉES**

La principale difficulté rencontrée par les artisans est l'accessibilité très restreinte aux marchés en ce qui a trait à la commercialisation. De plus, beaucoup de producteurs sont situés loin des grands centres, donc loin des bassins de population, ce qui limite beaucoup la vente directe. À Auclair, le Domaine Acer reçoit 5000 visiteurs par année!

## L'EXEMPLE ONTARIEN

Le gouvernement québécois pourrait probablement, s'il le voulait, trouver une solution à la mise en marché des boissons alcoolisées des artisans. Il lui faudrait pour cela faire valoir le côté artisanal et terroir de notre production, l'unicité des produits d'ici que ce soit à cause de l'exclusivité de l'érable ou des cépages spécifiques utilisés au Québec ou encore, il pourrait utiliser la clause des minimis contenue dans plusieurs accords internationaux. Il pourrait également prendre exemple sur son homologue ontarien pourtant soumis lui aussi aux mêmes accords de libre échange du GATT de 1989.

En effet, en 1990, le gouvernement ontarien a pris le ferme engagement d'amener son industrie vinicole à prospérer. Ainsi, grâce à cette volonté politique et à des décisions éclairées, la province de l'Ontario est passée entre 1985 et 2005, soit en 20 ans, de 4 % à 44 % de vins ontariens vendus dans la province ! Pour y arriver, trois actions principales ont été réalisées :

- En 1990, le gouvernement ontarien a offert une seule subvention finale de 200 millions aux artisans (versus 6 millions répartis sur 3 ans au Québec)
- Une visibilité extraordinaire a été accordée aux produits ontariens dans les succursales du monopole d'état
- Le gouvernement a modifié sa loi sur les alcools exigeant de son monopole d'état qu'il promeuve les produits ontariens

Résultat : une industrie florissante qui rapporte 260 millions par an à l'état ontarien !

## DEMANDE EN MATIÈRE DE COMMERCIALISATION DES BOISSONS ALCOOLISÉES ARTISANALES

Notre demande est très simple et se résume de la façon suivante :

Nous voulons **l'accessibilité sans restriction aux marchés québécois** pour les boissons alcoolisées des artisans, ce qui impliquera une réforme de la loi des alcools au Québec. Sans rejeter l'accès au réseau de la SAQ, nous voulons l'accès au marché dans son ensemble pour pouvoir vendre sans majoration.

On pourrait rêver que le gouvernement québécois prenne le ferme engagement d'amener son industrie des producteurs artisans québécois de boissons alcoolisées à prospérer. Une volonté politique et des décisions éclairées ont permis à d'autres provinces canadiennes de le faire. De plus, l'érable a un caractère très spécialisé qui faciliterait le contournement d'accords internationaux qui ne le concernent pas.

## **SITUATION DE LA VENTE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE**

### **ACQUIS DU DOMAINE ACER**

Après 5 ans de recherche et de développement pour mettre au point de nouveaux produits issus de l'érable, j'ai acheté l'érablière de mon père en 1996. Depuis, je produis, je transforme et je commercialise l'ensemble de ma production.

Pour y parvenir, je suis passé par beaucoup d'étapes :

- Faire de la recherche et développement
- Mettre en place un laboratoire pour assurer le contrôle de la qualité de mon sirop et de mes produits transformés
- Faire de la mise au point de produits
- Créer une image pour mes produits par un marketing créatif
- Faire de la publicité pour mes produits
- Investir pour la conception et la création d'équipements, la construction de bâtiments adaptés aux besoins de la transformation sur les lieux
- Développer une activité agro-touristique pour amener les visiteurs sur le site de production et de transformation
- M'associer à divers réseaux (ÉCONOMUSÉE®, Agricotours, ATR...) pour mieux faire connaître mon entreprise et mes produits et faciliter leur commercialisation.

J'ai assumé toutes les responsabilités d'une entreprise agricole. J'ai donc toujours payé ma cotisation à l'UPA, mon permis de transformateur au MAPAQ et j'ai une assurance responsabilité civile pour l'entreprise.

Petit à petit, l'entreprise fait son bout de chemin et sa crédibilité et sa notoriété sont de plus en plus reconnues.

Jusqu'en 2003, très occupé par le développement de mon entreprise, je ne me sentais pas vraiment concerné par la Fédération des producteurs acéricoles et ce, d'autant plus que je commercialisais l'ensemble de ma production.

### **UNE STRUCTURE MONOPOLISTIQUE S'INSTALLE**

En 2003, je reçois de la documentation m'informant de l'obligation de faire une demande de contingentement à la Fédération. Après lecture du document et consultation auprès d'un avocat, je réalise que je ne suis pas soumis à cette réglementation si je commercialise directement auprès des consommateurs. Quelle est donc la valeur d'une entreprise sans contingent ? Deux choix s'offrent à moi :

### Choix n°1 : Je n'adhère pas à la Fédération

Si j'opte pour ce choix, je ne suis pas soumis aux règlements de la Fédération MAIS je suis limité à la vente directe aux consommateurs ET je n'ai pas de contingent.

### Choix n°2 : J'adhère à la Fédération

Si j'opte pour cette solution, je suis soumis aux mêmes règlements que l'ensemble des producteurs visés par le plan conjoint de la Fédération et dont le produit visé est le sirop en vrac. À ce titre, je dois considérer que le sirop que j'ai produit et dont j'ai assumé les coûts de production, appartient à la Fédération. Et dans ce cas, la Fédération devient mon agent de vente exclusif, je dois lui racheter mon propre sirop pour me permettre de le transformer!

De plus, le sirop doit être classé par la Fédération (et non par mon laboratoire au fur et à mesure de la production avant la fermeture de chaque baril), ce qui implique la réouverture de tous les barils et leur reconditionnement par la suite, pour éviter les contaminations microbiologiques. Car comme je transforme toute l'année, le sirop doit pouvoir se conserver sans problème jusqu'au moment de la transformation.

Bien sûr, avec le choix de cette option, je dois payer les cotisations à la Fédération pour assumer les frais de l'administration du plan conjoint, de développement de marchés, de la gestion des surplus, du contrôle de la qualité...

Et puis, si j'ai un contingent, je suis soumis au règlement de contingentement, ce qui sous-entend que j'ai à respecter la production des quantités de sirop définies par mon quota. Je dois aussi supporter toute la lourdeur administrative associée à ces règlements.

Finalement, la réglementation entourant ce dossier est très complexe et il est difficile de maîtriser tous les paramètres pour pouvoir prendre des décisions éclairées. Une petite entreprise comme la nôtre ne possède pas le temps et les ressources humaines nécessaires pour démystifier et contrôler toutes les initiatives de la Fédération!

Après réflexion, j'ai décidé de m'en tenir à la première option, soit de commercialiser directement aux consommateurs, au moins le temps de bien comprendre la réglementation et toutes les conséquences qu'elle implique.

## **LE PROBLÈME MAJEUR DE LA VENTE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE**

Le problème majeur de cette production est, encore une fois, le fait que je sois limité à vendre directement aux consommateurs. Donc, je n'ai pas accès à l'ensemble des marchés. Et mon entreprise est située dans une région isolée, loin des grands centres et loin de la masse touristique.

Où est la reconnaissance pour ceux qui, un jour, ont cru au potentiel de l'érable?  
Où est la reconnaissance pour ceux qui, un jour, ont créé un produit original et unique à forte valeur ajoutée?

Où est la reconnaissance pour ceux qui, un jour, ont développé leur entreprise et commercialisé toute leur production eux-mêmes au prix de nombreux efforts?  
Où est la reconnaissance pour ceux qui n'ont jamais fait supporter leur production par l'ensemble des producteurs ?

Je suis en accord avec le fait que les producteurs engagés dans une même production se regroupent pour mettre en marché un produit commun, cela leur procure une force. MAIS ce système-là ne devrait pas enlever les droits des producteurs-transformateurs qui ont, eux-mêmes, organisés leur propre mise en marché!

## **DEMANDES EN MATIÈRE DE VENTE DE PRODUITS DE L'ÉRABLE**

Le plan conjoint englobe tous les producteurs mais s'occupe seulement de la commercialisation du sirop en vrac. Il faut restreindre la gestion de l'offre aux ventes de sirop en vrac et autoriser la vente libre à la ferme ou au détail hors quota et hors agence pour favoriser la production et la transformation de sirop et de produits dérivés de grande qualité et de spécialité, ce qui pourrait aboutir à la création d'appellation.

Il faut simplifier les structures de mise en marché. Elles sont beaucoup trop compliquées et deviennent un terrain de jeu pour avocats!

On ne devrait pas admettre l'établissement d'un monopole.

## **CONCLUSION**

L'avenir d'une petite entreprise telle que la nôtre est compromis par l'existence des deux monopoles entourant l'érable et les boissons alcoolisées. Nous avons besoin de l'assouplissement des structures monopolistiques comme celles de la Société des alcools du Québec et de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec en vue de permettre l'accessibilité, sans restriction, des produits québécois au marché québécois.

Il faut trouver des solutions logiques qui nous permettront de concilier aspirations professionnelles et projet de vie. Il est naturel que, non seulement on permette, mais aussi qu'on favorise le développement de produits de spécialité. Tout comme il est naturel que s'en suivent des marchés non restrictifs pour leur commercialisation. Il faut reconnaître et valoriser les producteurs-transformateurs pour faire naître, par l'intermédiaire des produits de créneau, une identité de terroir. L'émergence des produits de terroir, c'est une façon saine et dynamique de favoriser la diversification des régions et des économies régionales ! La fierté ressentie au constat de la vitalité d'une nouvelle expertise née du Québec, c'est aussi un renforcement des liens entre tous !

De plus, dans un contexte de mondialisation et face à la standardisation des produits de consommation courants, nous avons la conviction que notre avenir passe obligatoirement par l'avantage comparatif d'un savoir-faire particulier et d'une ressource naturelle unique.

Produits de niche très spécialisés, nos 4 boissons alcoolisées sont la raison d'être du Domaine Acer mais certainement pas une raison pour l'empêcher d'innover encore. Et c'est bien là que résident nos seules chances de succès, la créativité et l'innovation !