

# INDUSTRIE ACÉRICOLE

## Constats et perspectives

---

*Présenté par Julie Labrecque  
Secrétaire-coordonnatrice de la Filière acéricole*

**Journées acéricoles  
2005**

# PRODUCTION

## Production mondiale

En dix ans, la production mondiale des produits de l'éable a connu une hausse de 94 %, passant de 56,9 millions de livres en 1995 à 110,1 millions de livres en 2004. En 1995, le Canada était responsable de 78,5 % de la production mondiale comparativement à 85 % en 2004. Pour leur part, les États-Unis occupaient, en 1995, 21,5 % de la part de marché, contrairement à 15,1 % en 2004.

Avec une production de 88 millions de livres en 2004, les Québécois sont de loin les principaux producteurs de sirop d'éable au Canada (93%). Les autres provinces (Ontario et Nouveau-Brunswick) génèrent 7 % de la production canadienne.

Les acériculteurs québécois ont produit, en 2004, 80 % de la production mondiale de sirop d'éable. Le Québec ne cesse d'augmenter ses parts de marché mondial. En 1995, l'industrie acéricole produisait 70 % de la production mondiale et en 2004, elle en était responsable à près de 80 %.

## Production québécoise

La récolte 2004 fut une autre année importante de production de sirop d'éable. L'industrie acéricole a enregistré un total de 88 millions de livres, soit 76 millions de livres de sirop destiné aux marchés de vrac et près de 12 millions de livres pour le détail. Le volume de production a connu une augmentation de 120 % depuis les 10 dernières années.

Depuis 1999, la quantité de sirop d'éable produite dépasse les 60 millions de livres, ce qui s'approche de la quantité mise en marché annuellement (consommation intérieure et exportations) par les acériculteurs québécois. Il est difficile de croire qu'il pourrait y avoir des récoltes sous cette barre, si on tient compte de l'augmentation du nombre d'entailles qui est de 22 % (35,5 millions d'entailles en 2004 comparativement à 29,2 millions d'entailles en 1999).

### Évolution des inventaires de sirop d'éable

Années	Production '000 livres <sup>1</sup>	Suplus '000 livres <sup>1</sup>	Cumulatif des inventaires '000 livres
1999	69 580	3 851 <sup>2</sup>	3 851
2000	91 048	18 851	22 702
2001	62 375	0	22 702
2002	71 620	7 662	30 364
2003	88 000	12 247	42 611
2004	88 000	15 000 <sup>E</sup>	57 611

E : estimation

Sources : 1. Fédération des producteurs acéricoles du Québec

2. Regroupement pour la commercialisation des produits de l'éable du Québec  
Direction des études économiques et d'appui aux filières

Le nombre d'entailles et le rendement à l'entaille contribuent grandement à l'augmentation des surplus que l'on voit s'accumuler dans les entrepôts. L'industrie enregistrait 4 millions de livres de sirop d'éable en inventaire au Regroupement pour la commercialisation des produits de

l'érable inc. (RCPEQ) en 1999 et maintenant, à l'aube de la récolte 2005, les inventaires s'élèvent à près de 60 millions de livres.

### Production américaine

En 2004, la production américaine de sirop d'érable a totalisé 16,6 M de livres, soit 20 % de plus qu'en 2003 (13,7 M de livres). Son nombre d'entailles est évalué, en 2004, à 7 millions, ce qui représente une augmentation de 2 % de plus qu'en 2003 (6,8 millions d'entailles). Enfin, les Américains enregistrent un rendement de 2,39 livres à l'entaille comparativement à 2,48 livres à l'entaille pour le Québec.

Le Vermont domine la production avec 5,5 millions de livres de sirop d'érable en 2004, une augmentation de 20 % par rapport à l'an dernier. Le Maine a augmenté sa production de 2 % par rapport à 2003, avec 3,2 millions de livres. L'État de New York occupe le troisième rang avec 2,8 millions de livres, une augmentation de 21 % par rapport à 2003.

Les producteurs du Vermont (33 %), du Maine (19 %) et de l'État de New York (17 %) demeurent les principaux producteurs acéricoles américains.

Le prix pondéré est basé sur le volume et le prix payé aux producteurs par catégorie de couleur observée dans chaque État produisant du sirop d'érable en vrac aux États-Unis.

### Évolution des prix offerts aux acériculteurs (\$/livre) vrac

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Taux de change <sup>(1)</sup>	1.3846	1.4835	1.4857	1.4854	1.5489	1.5703	1.4000	1.3216
Prix pondéré au É.-U.	2.01	2.45	2.26	2.01	2.32	2.29	2.07	1.95 <sup>(2)</sup>
Prix pondéré au Québec	1.85	2.20	1.85	1.56	2.02	2.04	2.00	2.13
Écart (Québec – É.-U.)	-0.16	-0.25	-0.41	-0.44	-0.30	-0.25	-0.07	+0.18

Sources : New England Agricultural Statistics Service (NASS, USDA, 12 juin 2004)

Fédération des producteurs acéricoles du Québec

Notes: (1) Le calcul du taux de change est estimé à partir d'une moyenne simple des taux de change observés au cours des 12 derniers mois de l'année correspondante.

(2) Le prix pondéré aux États-Unis en 2004 n'étant pas encore connu, nous émettons l'hypothèse qu'il sera semblable à 2003 et cela avant de tenir compte du taux de change 2004 en équivalent dollar américain.

Aux États-Unis, le prix moyen pondéré est estimé à 1,95 \$ la livre (CAN) pour du sirop vendu en vrac, soit une diminution de 3 % depuis 2000. Comme il est mentionné dans le rapport de l'assemblée générale annuelle de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, du 4 novembre dernier, le tableau indique « un écart de 0,44 \$ livre entre les deux pays en 2000 qui s'explique par une année de production exceptionnelle et un écart élevé des taux de change entre les deux pays ». Toutefois, en « 2003 et 2004, l'écart de prix du sirop entre les deux pays a considérablement diminué en raison de la diminution du taux de change combiné à une augmentation du prix pondéré du sirop au Québec ».

En 2003, les États-Unis ont exporté 6,8 millions de livres de produits acéricoles dont 27 % de leurs exportations (1,8 million de livres) sont dirigées vers le Canada. Le Japon achète 1 million de livres de sirop et le Mexique en reçoit 858 000 livres.

# CONSOMMATION

Il est encore très difficile d'obtenir des données fiables sur la consommation du sirop d'érable au Québec et au Canada. Nous devons faire des estimations si l'on veut obtenir des informations les plus réalistes possible. À partir des données de l'enquête *Les dépenses alimentaires des Québécois* d'AC Nielsen et des ventes directes à la ferme des acériculteurs québécois, nous estimons que la consommation des produits de l'érable au Québec est de 1,60 livre par personne (12 millions de livres au total) et environ 0,54 livre par personne au niveau canadien (total de 17 millions de livres).

Les États-Unis, deuxième pays producteur de sirop d'érable, consomment 0,20 livre par personne et ailleurs dans le monde, la consommation est minime, soit 0,02 livre en France, 0,03 livre au Japon et 0,05 livre en Allemagne.

## Tendances

Les temps changent et les habitudes alimentaires suivent la cadence. Les facteurs économiques, tels que le prix des aliments et le revenu disponible, ont toujours joué un rôle important dans le choix de consommation alimentaire des ménages. Avec les années, certains critères de choix se sont ajoutés. Plusieurs consommateurs optent pour des aliments en fonction de leur faible teneur en gras, du niveau de sucre, du mode de production et de préparation. Le consommateur est de plus en plus exigeant. Il désire à la fois des produits traditionnels ou du terroir, mais il faut que les produits soient pratiques et adaptés à son mode de vie. Il veut des produits de premier choix, élaborés, sophistiqués, bons pour la santé et rapides d'utilisation. L'emballage joue un rôle très important à ce niveau.

Plusieurs consommateurs modifient leur alimentation et cherchent à réduire leur consommation de gras et de sucre. Les gens sont sensibles aux aliments fonctionnels et aux maladies qui y sont associées. Selon une étude, commandée par Agriculture et Agroalimentaire Canada, en juin 2004, la réduction de la consommation de sucre chez les Canadiens serait de 14 % par rapport à 2000.

Le souci de manger, tout en restant mince, se retrouve autant en Amérique du Nord, en Europe qu'au Japon. D'ailleurs, 40 % de nouveaux produits alimentaires sont basés sur une argumentation SANTÉ. Toutefois, même si les consommateurs sont prêts à consommer des produits diététiques et allégés, ils ne comptent pas se priver de certains plaisirs alimentaires. Ils recherchent des aliments fins ou gourmets. Ce sont généralement des produits de qualité supérieure, distinctifs ou ayant un caractère unique, dont la présentation est plus sophistiquée et qui sont distribués dans des boutiques de gourmets, magasins d'aliments naturels, confiseries, boutiques-cadeaux, etc. Les consommateurs d'aliments fins recherchent des produits innovateurs et de qualité.

## Produits consommés au Québec

Au traditionnel beurre, tire et sucre d'érable, se sont ajoutés les bonbons, chocolats, sucre à la crème, caramel, barbe à papa, coulis, vinaigrette sans oublier les boissons alcoolisées et tous produits à base de sirop d'érable.

## **Produits consommés aux États-Unis**

Les Américains offrent, à la base, les mêmes produits qu'au Canada, auxquels ils ajoutent une gamme de produits acéricoles plus élaborés que la nôtre. De plus, ils sont très imaginatifs en ce qui a trait aux emballages. Les produits acéricoles sont souvent associés à des évènements tels que les graduations, les activités culturelles et sportives, etc. À titre d'exemple, il est possible de trouver un contenant en forme de hockey avec du sirop d'érable à l'intérieur, etc. Enfin, pour déculpabiliser les consommateurs, le segment des bonbons santé 100 % naturels associant la saveur d'érable se développe de plus en plus aux États-Unis.

## **Produits consommés au Japon**

Les Japonais exigent des produits sécuritaires, naturels et novateurs. Ils recherchent des produits de qualité, mais ils sont de plus en plus sensibles au rapport qualité/prix.

Les Japonais utilisent le sirop d'érable comme un produit d'accompagnement pour les pains, les gâteaux, les poudings, les crèmes glacées, les biscuits et non seulement pour les crêpes.

Culturellement, pour un Japonais, offrir du sirop d'érable à quelqu'un c'est montré son statut social puisque le sirop d'érable est un produit très dispendieux.

## **Produits consommés en France**

Le Français semble préférer un produit de couleur assez foncée. Le médium semble être la couleur la plus vendue. Les produits acéricoles ne sont généralement pas très connus et ne sont pas vraiment associés à la crêperie comme cela pourrait l'être en Bretagne. Les produits dérivés sont, pour leur part, quasiment inconnus.

La consommation industrielle, pour sa part, est encore assez faible. On en utilise très peu en raison du prix élevé du sirop d'érable. On préfère utiliser le caramel, particulièrement dans la crème glacée. Le marché du tabac en utilise un peu pour aromatiser.

Dans la restauration, l'utilisation du sirop d'érable s'est accrue depuis qu'il leur est possible d'acheter en grands contenants à des prix plus avantageux.

À l'avenir, il serait intéressant de pouvoir remplacer certaines utilisations du miel et d'autres agents sucrants dans la transformation de produits tels que la crème glacée et dans une combinaison avec les yaourts nature dont les Français sont les plus importants consommateurs mondiaux.

Enfin, tant en Europe qu'en Asie, les prix des produits acéricoles sont très élevés et liés à des standards d'un produit haut de gamme. Le sirop d'érable est d'une certaine manière la « Mercedes » des produits sucrés et s'adresse à une clientèle très sensible à la qualité. Par conséquent, il faut s'assurer d'exporter des produits d'excellente qualité, éviter la non-qualité, et offrir les produits dans des emballages attrayants.

# DISTRIBUTION

Depuis 10 ans, nos marchés d'alimentation subissent des changements très importants dans la distribution et la disposition des produits offerts dans les magasins d'alimentation.

De nouveaux produits envahissent les tablettes des épiceries. Des produits, qui étaient presque absents il y a 10 ans, occupent aujourd'hui plus d'espace dans nos marchés d'alimentation. Que l'on pense aux produits asiatiques. Auparavant, on y retrouvait de la soupe won ton, quelques variétés de nouilles, une ou deux sortes de sauce. Aujourd'hui, les épiceries nous offrent un grand échantillonnage de nouilles, de sauce, de soupe, etc. C'est la même chose en matière de légumineuses. Il est maintenant facile de trouver des fèves blanches, rouges, vertes, différentes grosseurs de fèves, des pois chiches, etc. On a maintenant de plus en plus de produits répondants à des besoins de communautés culturelles. De plus en plus, ce n'est pas rare de voir des épiceries ayant des espaces spécialisés consacrés aux mets italiens, indiens, mexicains, etc.

L'arrivée de ces nouveaux produits a toutefois tassé des produits traditionnels qui doivent maintenant partager l'espace tablette. Regardons spécifiquement pour les produits sucrants. Anciennement, la mélasse et le sirop de maïs prenaient plus de places, contrairement à aujourd'hui. Ces deux produits sont généralement confinés à une ou deux rangées seulement. Les produits sucrants ont vu leur espace tablette diminué et doivent en plus subir un réaménagement et une redistribution de l'espace. La mélasse et le sirop de maïs se sont vus confiner à un espace restreint. Le sirop de table est maintenant plus diversifié et le sirop d'érable, pour sa part, n'est pas toujours présent à l'année dans les espaces consacrés aux agents sucrants. Pour plusieurs épiceries, on préfère encore consacrer un espace spécifique pour les produits acériques pendant la saison et presque rien pour le reste de l'année.

## **Distribution du sirop d'érable au Québec**

Au Québec, le sirop d'érable vendu au détail peut passer par deux réseaux de distribution. Une partie, 75 %, est vendue par le producteur directement aux consommateurs, soit à la cabane à sucre, par un réseau de connaissances ou aux marchés publics.

L'autre partie, 25 %, se ventile de la façon suivante : selon nos estimations à partir des dépenses alimentaires d'AC Nielsen, il y aurait près de 2 millions de livres de sirop d'érable distribué dans les marchés d'alimentation et un peu plus de 1 million de livres de sirop qui seraient distribués via les boutiques spécialisées, les marchés, les épiceries d'aliments naturels, les boutiques-cadeaux, etc.

## ***Distribution en Europe et Asie***

En Europe, comme en Asie, les produits acériques sont vendus presque exclusivement sous forme de sirop d'érable, et ce, par le biais de réseaux de distribution. Il y a très peu de produits transformés.

Pour le peu d'information recueillie à cet effet, le sirop d'érable est surtout vendu dans les boutiques spécialisées. Toutefois, il est possible d'obtenir du sirop d'érable dans les grands marchés d'alimentation des villes importantes. Il se retrouve habituellement dans les rayons des confitures ou, à l'occasion, dans les rayons de produits diététiques.

# MARCHÉS

En 1995, la demande mondiale pour les produits de l'érable était estimée à près de 75 millions de livres de sirop. Pour l'année 2003, nous pouvons faire une estimation mondiale à partir des chiffres de la production mondiale, des exportations et de la consommation, qui s'élève à près de 95 millions de livres. Cette demande se ventile comme suit :

- Canada<sup>1</sup> 17 millions de livres
- États-Unis<sup>2</sup> 58,6 millions de livres
- Ailleurs<sup>3</sup> 19,5 millions de livres

1. *Au Québec, les intervenants du secteur acéricole s'attendent à ce que la demande se situe à près de 12 millions de livres annuellement. Pour le Canada, nous estimons que la production acéricole des autres provinces (5 à 6 millions de livres) est consommée en très grande partie à l'intérieur de chacune d'elle.*
2. *Pour les États-Unis, nous avons pris les importations américaines, ajoutées à leur production, moins leurs exportations.*
3. *Pour le reste de la planète, nous avons additionné les importations de produits acéricoles en provenance du Canada et des États-Unis.*

## Marchés d'exportation

Le faible pourcentage de consommation de notre production acéricole sur les marchés intérieurs nous oblige de maintenir et même d'accroître le volume des produits de l'érable pouvant être écoulés sur les marchés d'exportation, situation qui fait de l'industrie acéricole un secteur d'exportation.

Le Québec, premier producteur mondial de sirop d'érable, a exporté en 2003, près de 75 % de sa production annuelle. Dans le secteur végétal, seules les frites congelées surpassent les exportations de sirop d'érable.

### Évolution des exportations canadiennes, 1994-2003

Année	Quantité des exportations '000 livres	Valeur des exportations '000\$
1994	41 901	64 410
1005	42 892	80 404
1996	44 544	96 918
1997	50 293	104 495
1998	51 354	113 003
1999	52 804	110 507
2000	56 134	105 906
2001	61 090	128 604
2002	66 687	153 963
2003	65 977	147 118

Sources : Statistiques Canada  
Direction des études économiques et d'appui aux filières, MAPAQ

Le tableau illustre qu'en 10 ans, la quantité de sirop d'érable exporté a connu une hausse de 57,5 %, passant de 41,9 millions de livres en 1994 à 66 millions de livres en 2003. La comparaison des performances de la production par rapport aux marchés démontre que la production s'est développée beaucoup plus rapidement que les marchés, créant ainsi un

déséquilibre entre l'offre et la demande. En 1994, l'écart entre l'offre et les exportations était de 12,5 millions de livres et en 2003, cet écart s'est accru à 22 millions de livres.

Pour sa part, la valeur des exportations a plus que doublé, soit une augmentation de 139 %, passant de 64,4 millions \$ en 1994 à 147 millions \$ en 2003. La hausse est constante à l'exception des années 1999 et 2000 où on note une baisse respective de la valeur de 3 et 4 %. En 2002, les exportations canadiennes ont atteint un sommet de 153 millions de dollars, soit 20 % de plus qu'en 2001. Toutefois, en 2003, les exportations canadiennes enregistrent, par rapport à 2002, une baisse de 4,5 %.

En comparant les 9 premiers mois de 2004 à ceux de 2003, on constate que le volume des exportations acéricoles canadiennes a augmenté de 3,9 % comparativement à une hausse de 9,6 % pour la valeur.

## **Pays importateurs**

### **Pays importateurs de sirop d'érable, 2003**

<b>Pays acheteurs</b>	<b>Quantités de sirop vendues (livres)</b>
États-Unis	51 477 937
Japon	3 384 041
Allemagne	4 106 363
Royaume-Uni	1 054 434
France	1 414 330
Australie	977 590
Autres	3 557 305
<b>TOTAL</b>	<b>65 972 000</b>

Sources : Statistiques Canada  
Direction des études économiques et d'appui aux filières

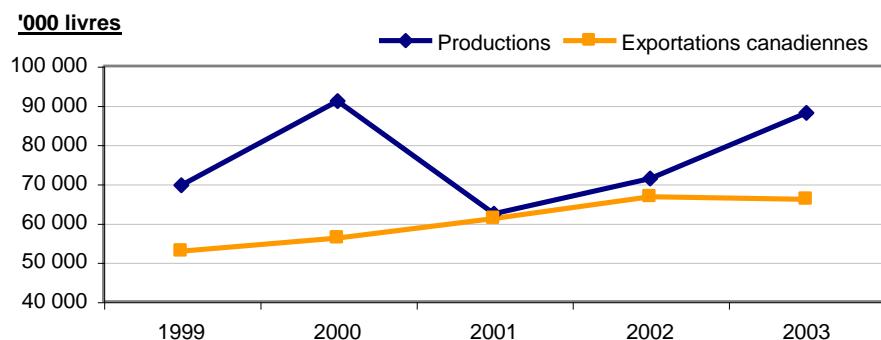
En 2003, l'industrie acéricole du Québec a exporté ses produits dans près de 40 pays. Depuis toujours, les États-Unis sont le principal pays importateur de produits acéricoles. Ils achètent 78 % du total des exportations canadiennes. Les autres marchés représentent 22 % des exportations canadiennes. L'Allemagne (6,2 %), le Japon (5,1 %) et la France (2,1 %) dominent.

Toujours en 2003, les pays du bloc européen ont acheté 14,5 % du sirop d'érable canadien, soit une hausse de 37 % par rapport à 1999. L'Allemagne, le Royaume-Uni et la France sont les principaux pays acheteurs. C'est l'Allemagne qui a connu la plus forte hausse, soit 119 % pour la même période.

Le bloc asiatique, pour sa part, est responsable de 5,6 % des achats de sirop d'érable du Canada, soit une hausse de 131 % par rapport à 1999. Le Japon, la Corée du Sud, la Corée du Nord et Taïwan sont les principaux pays acheteurs.

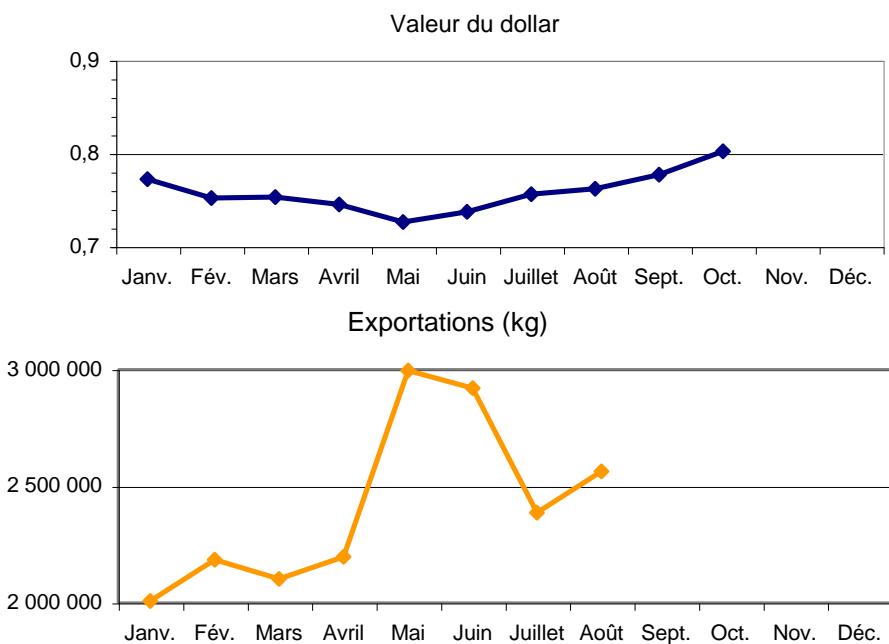
## Production/exports

### Évolution de la production acéricole par rapport aux exportations (Québec)



Depuis quelques années, le développement de nouveaux marchés se fait lentement comparativement à une production qui ne cesse de croître. La quantité de sirop d'érable produit annuellement est toujours supérieure au volume des exportations acéricoles. Par conséquent, le secteur acéricole, à l'exception de 2001, a toujours cumulé des surplus qui accentuent le déséquilibre entre l'offre et la demande.

### Influence de la valeur du \$ canadien/au \$ américain



Lorsqu'une industrie exporte plus de 75 % de sa production, elle est très sensible à certains facteurs favorisant les marchés d'exportation. À cet effet, la valeur du dollar canadien à la baisse a longtemps favorisé les exportations. Depuis 2003, le dollar canadien connaît une montée soutenue par rapport à la devise américaine. De plus, selon certains spécialistes, plusieurs indices laissent croire que son ascension repose sur des assises solides.

Selon le Bioclips, volume 12, numéro 33, la situation peut s'expliquer comme suit : « *Comme le Canada est un exportateur net de ressources naturelles, l'augmentation du prix des matières premières et du pétrole, en raison de la forte croissance économique mondiale stimulée par la Chine, pourrait diriger le dollar canadien vers des sommets. La demande accrue pour la devise canadienne sur le marché des changes tient aussi au fait que les taux d'intérêt en vigueur au pays sont plus élevés qu'aux États-Unis. Cette situation s'explique par certains facteurs fondamentaux, notamment la réduction de la dette, les surplus budgétaires et le contexte des affaires très concurrentiel au Canada. Les déficits budgétaires et commerciaux américains contribuent également à la force du huard, les investisseurs préférant se tourner vers d'autres pays comme le Canada. Des analystes prévoient même que le dollar canadien pourra s'échanger jusqu'à 0,85 \$ US en 2005. »*

## **Exportateurs québécois**

En 2004, plus de 100 acheteurs/transformateurs sont inscrits à la Convention de mise en marché. Selon la banque d'information du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) et la base de données des entreprises et des partenaires du secteur bioalimentaire québécois du MAPAQ, une trentaine de ces acheteurs/transformateurs exporteraient des produits acériques.

Selon différentes sources d'information telles que le répertoire des entreprises canadiennes sur le site WEB d'Industrie Canada, quatre entreprises seraient responsables annuellement de près de 75 % des exportations canadiennes de produits acériques.

Citadelle-coopérative de producteurs de sirop d'érable et ses filiales est sans contredit le plus important joueur au Québec en matière de transformation et d'exportation de produits acériques. Cette entreprise exporte dans plus de 30 pays et elle est responsable, à elle seule, de 85 % des exportations acériques au Japon. Suivent Les Produits de l'Érable Bolduc, Les Produits alimentaires Jacques et Fils (Maple Grove of Vermont) et Les Industries Bernard et Fils.

## **Marchés sur la scène mondiale**

Sur la scène mondiale, près de 75 % du sirop d'érable est commercialisé de la façon suivante.

- Spring Tree Corporation (USA) est l'un des plus importants fournisseurs de produits acériques au monde (20 – 25 %). Cette entreprise appartenant à Safeway (distributeur alimentaire) se spécialise dans les marques privées pour les supermarchés, les boutiques d'aliments naturels. Elle vend en grands contenants de verre ou de plastique.
- Citadelle et ses filiales suivent de près en mettant en marché près de 20 % des produits acériques.
- Maple Grove of Vermont (USA) est le troisième joueur en importance (environ 15 %) en matière de mise en marché de produits acériques. L'entreprise appartient à B & G Foods, propriété du Groupe BRS inc, de New York qui est une compagnie manufacturière et distributrice de produits alimentaires. Les Produits alimentaires Jacques et Fils est une succursale de Maple Grove au Québec.
- Enfin suivent les entreprises Les Produits de l'Érable Bolduc et Fils de Saint-Victor et Les Industries Bernard et Fils de Saint-Victor également.

# TRANSFORMATION

Les informations que vous retrouverez dans ce texte ont été extraites du «*Profil de l'industrie manufacturière québécoise des produits de l'érable*» et de la *Monographie de l'industrie acéricole au Québec*. Ces deux publications se retrouvent sur le site Internet du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec : <http://www.agr.gouv.qc.ca/>.

En l'absence d'information disponible chez Statistique Canada, il est possible toutefois de tracer un profil de l'industrie québécoise de la transformation à partir des données de la banque d'informations du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) et la base de données des entreprises et des partenaires du secteur bioalimentaire québécois au MAPAQ.

## **Portrait de l'industrie québécoise de transformation**

L'industrie de la transformation acéricole se caractérise à la fois par un plus grand nombre d'entreprises de petite taille et d'un petit nombre d'entreprises industrielles.

En ce qui a trait aux entreprises de petite taille, on y retrouve, premièrement, l'entreprise familiale qui regroupe généralement les producteurs acéricoles possédant moins de 3 000 entailles et fabriquant des produits dérivés sur une base saisonnière pour une clientèle locale. Deuxièmement, l'entreprise artisanale est celle qui transforme des produits de l'érable sur une base annuelle pour une clientèle locale et régionale.

Pour leur part, les entreprises industrielles regroupent celles qui ont comme activité le conditionnement du sirop d'érable et les entreprises spécialisées dans la fabrication de produits dérivés de sirop d'érable.

## **Structure de l'industrie de la transformation de produits acéricoles**

Outre les nombreux producteurs acéricoles qui mettent en marché des produits dérivés et de conditionnement de sirop d'érable, on dénombre, selon les deux sources d'information mentionnées précédemment, une soixantaine de manufacturiers de produits de l'érable. De ce nombre, on en compte une douzaine qui est principalement des conditionneurs-embouteilleurs.

Ces 60 entreprises manufacturières de produits de l'érable sont responsables d'environ 460 emplois directs répartis à travers le Québec. Toutefois, 5 régions se démarquent, soit par des entreprises de plus grande importance, soit par un plus grand nombre d'emplois reliés à l'acériculture.

## Répartition des emplois par région administrative

Région administrative	Nombre d'entreprises	Nombre d'emplois
Chaudière-Appalaches	15	156
Bas-saint-Laurent	11	55
Montérégie	8	8
Estrie	8	51
Centre-du-Québec	7	78

## Livraisons

Actuellement, 100 % du sirop d'érable vendu, par nos exportateurs, en Asie est livré embouteillé. C'est similaire pour l'Europe. Toutefois, il semblerait qu'une certaine quantité de sirop d'érable se vend également en grands contenants dans certains pays d'Europe. L'industrie devra se montrer vigilante afin que cela ne se généralise pas. La vente en vrac nous fait perdre la traçabilité du produit, l'assurance du maintien de sa qualité et sans oublier une perte d'emplois au Québec, puisque la valeur ajoutée se fait à l'extérieur de nos frontières.

Aux États-Unis, il y a encore près de 35 % du sirop d'érable du Québec qui est livré en grands contenants. En 2003, ça correspondait à 14,6 M de livres de sirop sur un total de 41,9 millions de livres de sirop d'érable livré aux États-Unis. De plus, la vente en vrac à l'exportation occasionne une perte de traçabilité du produit, une perte d'assurance de la qualité et une perte de la valeur ajoutée. Ce 35 % de sirop d'érable vendu en vrac pourrait être conditionné ou transformé au Québec créant par conséquent des emplois dans nos régions

Faute de données officielles sur les livraisons, on estime qu'en 2003, le total des livraisons des produits acéricoles transformés par les entreprises québécoises répertoriées se situait à près de 41,9 millions de livres de sirop. Il est également estimé selon le *Profil de l'industrie manufacturière québécoise des produits de l'érable* que près de 4 % de cette quantité est constituée de produits dérivés (tire, beurre, gelée, etc.), le reste étant du sirop embouteillé ou vendu en petits contenants, ce qui équivaut à 49 % de la production totale.

## Exportations des produits transformés

Selon le document cité précédemment, 55 % des 60 entreprises actives dans la transformation des produits de l'érable, soit 33 s'inscrivent comme des entreprises exportatrices.

## Principaux facteurs de réussite en transformation

- Le prix de la matière première doit être raisonnable. Une augmentation de prix du sirop d'érable supérieure au taux d'inflation, comme c'est le cas à titre indicatif pour la période des 5 dernières années, peut nuire au développement de la transformation des produits acéricoles. Dans un tel contexte, les transformateurs peuvent difficilement transférer systématiquement ces hausses à leur clientèle sans risquer de perdre des parts de marché au profit d'autres agents sucrants. Pour compenser cette hausse, ils peuvent toutefois diminuer leur marge de profit net, mais ils seront freinés dans leur développement.

De plus, les transformateurs ne peuvent pas hausser les prix facilement, car ils doivent concurrencer les transformateurs américains qui ne sont pas affectés, de la même façon que nous, par la dévaluation de notre devise face au dollar américain.

- La gestion de la qualité : elle est un souci constant des entreprises de transformation alimentaire (inspection, notamment à la réception des approvisionnements pour s'assurer que leur qualité convient à la fabrication de produits visés).
- L'innovation est la principale clé de développement. Pour croître, les entreprises doivent développer constamment de nouveaux produits répondant aux goûts changeants des consommateurs et s'adaptant à l'évolution de leur style de vie.
- Recherche et développement : pour pouvoir progresser, il faut favoriser la recherche. Il faut penser à la recherche dans la mise au point des procédés, le choix des tests d'analyse, le design des emballages et leur conception ainsi que l'amélioration de la productivité en usine.
- Stratégies de positionnement : l'emballage est également un élément important dans la mise en marché réussie. La compétition est forte dans le domaine de l'alimentation. Il faut donc mettre continuellement l'accent sur le marketing, la publicité et les activités de promotion. Les emballages doivent être invitants afin de retenir l'attention des consommateurs et les inciter à la dégustation.
- Si l'on veut créer des produits de luxe, il faut s'assurer de respecter toutes les caractéristiques qui s'y rattachent.
- Respecter la connotation «PUR».

### **Acheteurs autorisés**

Pour la récolte 2004, l'Agence de vente dénombre 70 acheteurs autorisés dont 4 ont leur siège social à l'extérieur : Danemark, Colombie-Britannique, Ontario et États-Unis. Tous ont cependant des entrepôts au Québec afin de recevoir le sirop d'érable des acériculteurs québécois.

## **CONCLUSION**

À l'aube de la production de sirop d'érable 2005, l'industrie acéricole affiche encore un déséquilibre entre l'offre et la demande. Elle se doit de réagir et diminuer incessamment ses surplus, chiffrés à près de 60 millions de livres, l'équivalent d'une petite année de production.

Pour diminuer les inventaires, il faut développer les marchés. Pour y arriver, l'industrie acéricole doit se doter d'une stratégie concertée de commercialisation où seront identifiées des actions concertées nécessaires pour créer des programmes de promotion internationale et développer de nouveaux marchés. Actions qui doivent apporter des bénéfices à chacun des maillons de cette industrie.

Comme il est dit dans la Monographie de l'industrie acéricole au Québec, « *Cela représente un grand défi, soit l'établissement d'une réelle confiance mutuelle et le partage des responsabilités qui s'avèrent des préalables* ». « *Le secteur dispose d'un outil privilégié pour coordonner, à partir d'une vision commune, ses actions en vue de favoriser le développement des marchés et du secteur. Il s'agit de la Filière acéricole. Il n'en tient maintenant qu'à ses membres d'y créer le climat de confiance nécessaire afin d'en tirer le maximum de bénéfices* ».

