

CONTEXTE HISTORIQUE

Le sirop d'érable, une véritable histoire d'amour. Selon plusieurs sources historiques, on sait qu'entre 1536 et 1542, Jacques Cartier et ses compagnons, intrigués par un arbre qu'ils croyaient être un gros noyer, le coupèrent et de l'eau en jailli en bonne quantité. En buvant de ce nectar, ils trouvèrent qu'il avait un goût de bon vin. Il s'agissait en fait d'un érable à sucre. Au cours des siècles suivants, les vertus du sucre et du sirop d'érable ont été intégrées à nos coutumes alimentaires. La plus connue elle celle du traditionnel repas à la cabane à sucre, toujours tant apprécié, des Québécois. Pourtant, le potentiel des produits de l'érable ne s'arrête pas là, au contraire. Les producteurs acéricoles ont des ambitions et sont conscients d'avoir entre les mains un produit unique, qui ne demande qu'à optimiser son plein potentiel.

Les difficultés s'accumulent. À partir des années 80, le secteur des produits de l'érable est en pleine expansion. Les producteurs acéricoles investissent et modernisent leur entreprise. L'offre de sirop d'érable est abondante sur les marchés. À la fin des années 90, la consommation subit une baisse importante, le secteur de l'érable n'arrive plus à concurrencer l'industrie des autres produits sucrants. Sans recherche et sans promotion, la demande pour le « sucre de chez nous » est vouée au déclin. De plus, les producteurs font face à plusieurs problèmes. Entre autres, la surproduction du secteur, l'instabilité et la faiblesse des prix et les possibilités de marché étant limitées, menacent la viabilité des entreprises.

LA SOLUTION : SE REGROUPER

Dès le début des années 90, les producteurs acéricoles ont jugé qu'il était essentiel de se regrouper pour faire face ensemble aux multiples défis de leur secteur. Ils ont alors utilisé les **outils légaux** à leur disposition pour améliorer leurs conditions de mise en marché, organiser plus efficacement la production et développer leur marché. Au fil des années, les producteurs ont décidé, démocratiquement, de mettre en place un système de vente centralisé pour le sirop en vrac afin de contrôler la qualité du produit et de coordonner la mise en marché avec les plus gros acheteurs. L'arrivée de cette agence n'a aucunement empêché la poursuite de la vente à la ferme et les circuits courts de commercialisation. Grâce à l'entrepôt, une réserve stratégique a été créée afin de favoriser une stabilité de l'approvisionnement et des prix. Aussi, des quotas de productions ont été instaurés afin de mieux équilibrer l'offre et la demande du produit en fonction des besoins du marché. Finalement, les producteurs acéricoles ont développé de nouveaux marchés à l'étranger et ont investi en promotion et en recherche afin, entre autres, de mettre en valeur les attributs nutritifs du sirop d'érable et de favoriser la diversification du produit.

LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR

Au cours des dernières années, la production acéricole a connu un essor sans précédent. En somme, les mesures mises en place par les producteurs acéricoles ont permis de maintenir le maximum d'entreprises en activité et de retirer un meilleur revenu du marché, tout en minimisant les interventions gouvernementales. Aujourd'hui, les acériculteurs québécois sont de loin les principaux producteurs de sirop d'érable au Canada et au monde. Ils sont d'ailleurs présents dans plus de 52 pays et continuent à innover (mise en vente de sirop d'érable biologique certifié, commercialisation de l'eau d'érable, etc.).
