

LES SAMEDI 27 ET DIMANCHE 28 OCTOBRE 2018

Alimentation

Le Québec dans l'assiette

Des fraises d'été aux citrouilles automnales en passant par tous les autres fruits et légumes, les viandes et volailles, les produits de la mer, les fromages, les charcuteries et les bières, entre autres, plus de 17 000 produits portent fièrement l'étiquette bleu et jaune. Le Québec ne donne pas sa place du côté des produits du terroir. Et avec la Politique bioalimentaire adoptée il y a six mois, qui vise notamment à augmenter la part de produits locaux consommés ici, le Québec devrait se retrouver encore plus dans nos assiettes.

Si on aime les aliments et produits d'ici, on connaît souvent bien peu ceux qui les font. En collaboration avec *Caribou*, un magazine consacré à la culture culinaire québécoise, *Le Devoir* propose une petite virée à la rencontre de producteurs passionnés, des allées colorées du marché Jean-Talon aux rangs de Granby, et jusqu'aux îles de la Madeleine.



Guide de boulangerie
et pâtisserie
sans gluten



Christiane Haché

- Connaissance des farines
- Recettes riches en protéines et fibres
- Techniques de base

À PARAÎTRE EN
DÉCEMBRE 2018

Recettes gourmandes, créatives et nutritives

Guérin 514 842-3481 • www.guerin-editeur.qc.ca

ALIMENTATION

Grandir dans les allées du marché

CATHERINE GIROUARD
Collaboration magazine Caribou

Pour Lino Birri, la vie, depuis près de 60 ans, suit le rythme des saisons et des horaires du marché Jean-Talon. En été, les chances sont grandes de voir le chaleureux Italien derrière ses kiosques extérieurs de fruits et de légumes; mais en hiver, il faut savoir où le trouver.

En poussant la porte du petit local du commerce Birri, situé dans la partie ouest du marché de la Petite-Italie, on se retrouve devant un mur tapissé de sachets de semences et tout un assortiment de pots de fleurs. Seules quelques tomates en grappes, gousses d'ail et aubergines placées sur une étagère laissent deviner qu'on est aussi — et surtout — chez un grand marchand de produits maraîchers. «L'hiver, c'est dans la cave du local que ça se passe», indique l'horticultrice qui tient boutique tout en m'escortant au sous-sol, qu'on rejoint par un grand ascenseur métallique.

Quand les portes s'ouvrent, c'est Lino Birri qui m'accueille, les mains dans les poches de sa salopette verte, devenue le signe distinctif de l'entreprise familiale. «Avant, on travaillait l'été et on se reposait l'hiver, mais maintenant que certains de nos agriculteurs cultivent dans des serres, on prépare des commandes toute l'année, surtout pour des restaurateurs», me dit le sexagénaire en souriant derrière sa large moustache grise. Près de lui, quatre employés trient des gousses d'ail, des topinambours et des endives. Une odeur de basilic frais flotte dans la pièce aux allures d'entrepôt.

«J'ai toujours aimé servir les gens. C'est gratifiant de voir des clients heureux revenir nous voir.»

Installé à la même adresse depuis 1989, Birri vend une centaine de variétés de fruits, de légumes et d'herbes fraîches l'été, et une vingtaine l'hiver. Tout est cultivé par des producteurs des environs triés sur le volet pour la qualité de leurs produits ou par des agriculteurs à qui Lino Birri a lui-même confié des semences d'Italie.

Tomber dans les légumes

C'est par accident que Lino et son frère Bruno, fondateurs de Birri, sont tombés dans les légumes. Après que leur famille eut troqué la campagne italienne encore meurtrie par la guerre pour la Petite-Italie montréalaise en 1957, leur père agriculteur s'est recyclé dans la construction, «comme tout bon agriculteur italien qui débarquait ici».

Le marché attendant à l'appartement devient vite le terrain de jeu du petit Lino. «Dans ce temps-là, le stationnement souterrain n'existait pas, il n'y avait à cet endroit que de la terre battue et des bancs de parc», raconte-t-il, ses yeux d'un bleu vif amusés par ces souvenirs.

Mais un accident de travail, qui oblige le père de Lino à rester immobile à la maison pendant deux ans, transforme le terrain de jeu en gagne-pain. «Tout le monde a mis la main à la pâte», dit-il. À huit ans, Lino commence à vendre des pommes de terre au marché avec l'agriculteur Jean-Paul Desgroseillers, dont les enfants, encore aujourd'hui, y tiennent un kiosque.

À l'époque, le marché, construit en 1933 pour le commerce en plein air, était bien différent de ce qu'il est maintenant. «Les cultivateurs reculaient les camions devant les stands, et on installait des tables de fortune avec des caisses de pommes et des planches de bois, raconte-t-il en dessinant de ses bras les étals d'autrefois. Le marché n'était ouvert que du jeudi au samedi. Et on n'avait pas de réfrigérateurs comme aujourd'hui, il fallait tout vendre dans la journée.»

Après des études en architecture et une courte incursion dans ce domaine, Lino, avec son frère, se consacre entièrement, à partir du milieu des années 1970, à la vente de légumes achetés à des fermiers. Derrière leur petit étal, les frères sont alors loin de se douter qu'ils auront besoin de 55 salopettes vertes, quelques années plus tard, pour réussir à répondre à la demande.

Offrir le goût de l'Italie

Le pari risqué qu'ils font d'offrir de nouveaux produits aux Québécois et aux restaurateurs — qui les popularisent — y est certainement pour quelque chose. Aubergines, endives, roquette, concombres amers, asperges blanches, bettes à carde et radicchios colorent peu à peu leur kiosque. «Les Italiens se moquaient de nous quand nous avons commencé à vendre des choses comme des fleurs de courgettes, raconte Lino en riant. Ils me disaient: "Pourquoi tu vends ça, j'en ai plein dans mon jardin!" Mais il n'y en avait pas dans le jardin de leurs voisins québécois...»

À voir la centaine de fiches classées dans une petite boîte où figurent les noms des restaurants montréalais réputés qui commandent chez Birri, on peut croire que les frères se démarquent encore aujourd'hui, même s'ils sont désormais loin d'avoir le «monopole» de la roquette et des aubergines. «On a établi un lien de confiance avec les restaurateurs et on s'assure que tous nos produits sont bons, comme on le fait pour chaque client.»

Me raccompagnant à l'étage, Lino choisit quelques tomates bien rouges et les dépose dans un sac. «J'ai toujours aimé servir les gens, dit-il. C'est gratifiant de voir des clients heureux revenir nous voir. Je ne sais pas si on peut se tanner de ça un jour.» Durant toutes ces années passées dans les allées du marché, Lino n'a jamais songé à s'arrêter, même si depuis peu son âge lui impose de ralentir la cadence. «Il ne faut surtout pas mettre les tomates au réfrigérateur», dit-il d'un ton paternel en me tendant le sac.

Marchand un jour, marchand toujours.



Installé à la même adresse depuis 1989, Lino Birri vend une centaine de variétés de fruits, de légumes et d'herbes fraîches l'été, et une vingtaine l'hiver.

MAUDE CHAUVIN

Inter
Pares

interpares.ca

CHANGEMENT CLIMATIQUE, CRISE ALIMENTAIRE,
PESTICIDES ET POLLUTION**L'agroécologie : une
solution à portée de main**De 85% à 100%
québécois

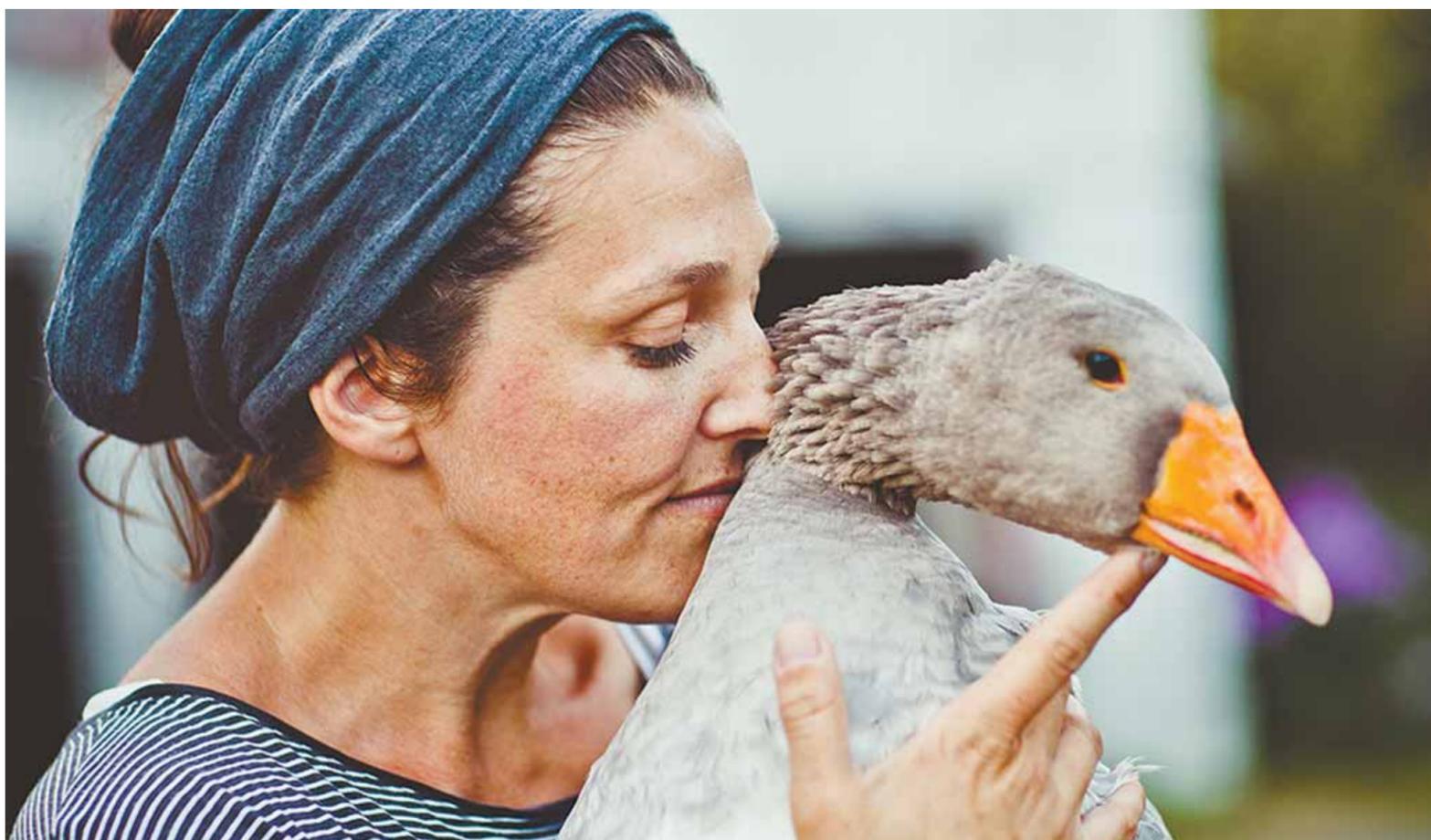
Pour être désigné comme un aliment du Québec, un produit doit être entièrement québécois ou composé d'un minimum de 85 % d'ingrédients d'origine québécoise, à condition que tous les ingrédients principaux proviennent du Québec. De plus, toutes les activités de transformation et d'emballage doivent être réalisées au Québec.

Un milliard
à coups de 30\$

Si chaque consommateur achetait pour 30 \$ de plus en produits québécois par année, on injecterait un milliard de dollars de plus dans l'économie québécoise en cinq ans.

Source : Aliments du Québec et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)

ALIMENTATION



Fernande Ouellet et son conjoint, Francis Laroche, sont des néoruraux : ils ont quitté la grande ville et se sont lancés dans l'élevage de canard.

PHOTOS MAUDE CHAUVIN

Canards des villes, canards des champs

GENEVÈVE VÉZINA-MONTPLAISIR

Collaboration magazine Caribou

Seules les oies sont arrivées à la ferme Rusé comme un canard lors de ma visite en ce jour ensoleillé de juin. Les canards, dont Fernande Ouellet et Francis Laroche font également l'élevage mais aussi le gavage, arriveront plus tard en juillet.

Les jeunes bêtes sont craintives à la vue d'une inconnue sur leur territoire — un grand champ vert tendre —, mais Fernande les rassure en leur parlant doucement. « On s'attache à chaque canard, à chaque oie qui grandit ici, confie la femme pétillante que j'ai devant moi. On rira si on veut, mais chaque fois que je pars à l'abattoir avec la remorque remplie de mes bêtes, je leur dis merci de nous avoir donné leur vie. »

Il y a huit ans, Fernande n'aurait jamais pensé se retrouver un jour sur un chemin de campagne à faire ses adieux à des bêtes à plumes. Quitter la grande ville pour s'établir en région et devenir producteurs avicoles : voilà pourtant le choix de vie qu'elle et son conjoint ont fait.

Ces néoruraux, parents de deux jeunes garçons, peuvent aujourd'hui disposer sur le grand îlot de leur cuisine du foie gras au torchon, un saucisson sec de canard et des macarons au foie gras pour une petite dégustation. Tous ces produits transformés sont issus de leur ferme et arborent le joli logo de leur entreprise : le dessin d'un renard portant un bec en carton.

C'est au printemps 2011, après un hiver passé à étudier les rudiments de l'élevage des canards et des oies, que la nouvelle vie de Francis et Fernande a véritablement commencé, quand ils sont allés cher-

cher leurs premiers 150 canetons et oisons âgés d'un jour dans un des deux couvoirs de la province.

« On a décidé d'élever nos canards et nos oies à l'ancienne, comme ça se faisait en France il y a 50 ans »

Cela faisait à peine six mois que les deux citadins dans la fin trentaine — il était alors photographe et elle possédait une agence de photographes — avaient quitté Montréal sur un coup de tête pour la campagne, troquant leur appartement du Plateau Mont-Royal pour une maison, une fermette et plus de trois hectares et demi de terre situés devant la ferme laitière du frère de Francis, dans un rang de Granby.

« Enfant, j'avais eu des oies. J'avais adoré ça ! se souvient Fernande, les yeux brillants. Les canards et le foie gras, c'était l'idée de Francis, un grand amateur, tout comme moi, de bonne bouffe. On a regardé l'espace et le bâtiment qu'on venait d'acheter, puis on a envisagé de se lancer dans une production qui nous permettrait d'avoir du plaisir tout en offrant une certaine rentabilité. »

Fait à l'ancienne

Rusé comme un canard fait partie de la trentaine de fermes québécoises qui élèvent des palmipèdes de façon artisanale pour obtenir le convoité foie gras.

Evidemment, qui dit foie gras dit gavage. Il s'agit d'une pratique qui soulève la controverse, entre autres à cause des images spectaculaires qu'on trouve en quantité sur le Web, montrant des canards entassés dans

d'étroites cages individuelles, hantant bruyamment et se faisant gaver de façon cavalière.

À la ferme Rusé comme un canard, les choses se passent tout autrement. « On a décidé d'élever nos canards et nos oies à l'ancienne, comme ça se faisait en France il y a 50 ans. Ça signifie entre autres que, contrairement à ce qui se passe dans l'élevage industriel, les bêtes vont aux champs toute la journée. Elles vivent dans le plus grand espace possible, à la lumière du jour », dit Francis d'une voix posée, en saupoudrant un peu de fleur de sel sur le foie gras qu'il vient de tartiner sur un morceau de baguette, un geste impératif, selon lui, pour en faire ressortir toute la saveur. C'est lui qui est responsable du gavage des canards. Le foie gras des oies, pour sa part, est produit de façon naturelle, selon une méthode en cours de développement.

« Le gavage ne dure pas longtemps dans la vie d'un canard ; 12 ou 13 jours, juste avant l'abattage. L'animal est alors âgé de 12 à 14 semaines. Ici, on gave les canards dans des grands parcs où sont réunis de 15 à 20 volatiles à la fois. Ils ont de l'espace pour battre des ailes et ainsi exprimer leurs comportements naturels. On les gave avec du grain de maïs rond qui a trempé toute la nuit. Le premier geste que je fais avant de les gaver, c'est de tâter leur jabot [la poche élastique de l'œsophage] pour voir s'ils ont digéré. Si ce n'est pas le cas, je ne remets pas de maïs, comme on le ferait dans les productions industrielles. Si le jabot est vide, j'insère la gavageuse dans la gorge du canard pour commencer le gavage. »

La gavageuse est constituée d'un tube relié à un entonnoir, qui, lui, est relié à un petit moteur qui fait

doucement descendre la nourriture dans le jabot. « Je gave 50 canards à l'heure, alors que dans la production industrielle, où on utilise une machine à pression pneumatique, on peut en gaver 500 à l'heure », explique Francis.

Et si vous voyez les canards et les oies de Francis et de Fernande haler, comme le ferait un chien, après avoir été gavés, soyez sans crainte : « C'est qu'ils ont chaud, car ils viennent d'ingurgiter beaucoup de nourriture. Comme ils n'ont pas de glandes sudoripares, ils évacuent leur chaleur par les voies respiratoires », explique Fernande, chargée

de la transformation et de la mise en marché des produits Rusé comme un canard, qu'on trouve dans des épiceries fines et certains restaurants de la métropole.

« On vit parfaitement bien avec l'idée du gavage. Pour nous, c'est une question d'assumer ce qu'on fait, de savoir pourquoi on le fait et de l'effectuer de la meilleure façon possible », ajoute Fernande, qui peut maintenant stationner son camion et sa remorque devant l'abattoir quasiment les yeux fermés, comme elle stationnait jadis sa voiture en parallèle dans les rues du Plateau Mont-Royal.



Plus sain, le locavorisme ?

Manger des produits locaux est bon pour l'économie et pour l'environnement, mais aussi pour la santé. Entrevue sur le sujet avec Bernard Lavallée, nutritionniste, auteur et chroniqueur connu sous le nom de Nutritionniste urbain.

Que veut dire exactement « manger local » ?

Il n'y a pas de définition officielle. Certains essaient de définir une distance maximale que devraient parcourir les aliments, mais honnêtement, je ne crois pas que ce soit nécessaire. Le but est simplement de diminuer la distance de la ferme à l'assiette. Pour moi, manger des produits locaux, ça peut vouloir dire acheter directement des producteurs ou acheter des aliments du Québec. Mais on s'entend que les pêches d'Ontario, en saison, sont déjà plus près de nous que celles qui viennent d'ailleurs. Bref, c'est simplement de faire des choix

conscients pour diminuer le transport des aliments.

Au Québec, les fruits et légumes parcourent en moyenne entre 3500 et 5000 kilomètres avant d'arriver dans notre assiette. Cela peut-il avoir un impact sur la valeur nutritive des aliments ?

Dès qu'on cueille les fruits et légumes, ils commencent à perdre un peu de nutriments. Donc, plus les aliments sont frais, plus ils seront nutritifs, de façon générale. Cela étant dit, l'impact de cette perte sur la santé est négligeable. Peu importe d'où viennent les fruits et légumes, l'important est d'en manger beaucoup, tous les jours !

Manger des produits locaux toute l'année est un défi en soi presque impossible à relever au Québec...

Nous avons un contexte climatique particulier au Québec. Mais le but n'est jamais de viser la perfection en alimentation. En suivant les saisons, il y a tout de même moyen de manger des aliments locaux plus fréquemment. Pendant l'été, c'est possible de consommer des fruits et légumes locaux à 100%, sans trop de

difficultés. Pendant l'hiver, on a encore des courges, des choux, des carottes, des pommes de terre, des oignons, des betteraves et des pommes qui viennent d'ici. Ça ne veut pas dire que notre menu doit être uniquement constitué de ces aliments, mais il s'agit d'une base.

Quels sont les moyens de consommer davantage de produits locaux au fil des saisons ?

Il suffit souvent de regarder, au supermarché, d'où viennent les aliments. Quand on a le choix entre des fraises du Québec et des fraises des États-Unis, c'est à nous de choisir. En saison, on visite les marchés publics. On peut également s'inscrire à des paniers de fruits et légumes, comme les Fermiers de famille d'Équiterre.

Propos recueillis par l'équipe des publications spéciales du Devoir



Bernard Lavallée

La Fruiterie Milano

Une institution montréalaise depuis 65 ans



Photo famille Zaurrini

Chaque année, de nouveaux produits sont offerts chez Milano

C'est en 1954 que la Fruiterie Milano ouvre ses portes à Montréal. Fondée par les frères Angelo et Vincenzo Zaurrini, la célèbre institution de la Petite Italie est alors le premier supermarché de spécialités italiennes à tenir une enseigne au Québec. En rachetant la fruiterie G & G pour en faire la Fruiterie Milano, les frères Zaurrini avaient une idée simple en tête : partager l'excellence culinaire de l'Italie avec leurs compatriotes montréalais. Encore aujourd'hui, c'est cette vision qui guide l'entreprise familiale.

Soixante-cinq ans plus tard, la gastronomie italienne brille encore de tous ses feux et ne montre aucun signe d'affaiblissement. Tout comme elle, la Fruiterie Milano est en pleine effervescence. En fait, depuis sa fondation, la Fruiterie Milano n'a jamais cessé de croître. Plus d'espace, plus de produits et toujours la même excellente qualité.

Lorsque la Fruiterie Milano est entrée dans la vie des Montréalais en 1954, le magasin mesurait 4,50 mètres de large et était doté pratiquement d'une seule rangée. Quatre employés y travaillaient. Aujourd'hui, la célèbre épicerie de la « Piccola Italia » est 12 fois plus grande et est devenue un magasin tout-en-un où plus de 90 employés gèrent d'innombrables produits qui viennent directement d'Italie.

« Mon père et son frère étaient les premiers à importer des rapinis, du persil italien et de la bette à carde à Montréal. Ils faisaient entrer les produits par New York à ce moment-là ! » se rappelle Mario Zaurrini, qui a pris la tête de l'entreprise familiale avec sa sœur, Celia, en 2011 au moment du décès de leur père, Vincenzo.

Le fondateur de Milano avait quitté son Italie natale à l'âge de 9 ans pour immigrer au Canada avec sa famille. Le jeune garçon avait grandi dans la ville de Celano, située dans la province d'Aquila, dans les Abruzzes durant la Grande Dépression. Sa famille, qui détenait une ferme, vendait des produits agricoles. Toute sa vie, l'entreprise que Vincenzo a fondée à Montréal l'a gardé près de ses racines.

« Mon père, c'était un visionnaire », lance Mario. À six reprises, Vincenzo et son frère ont agrandi l'épicerie. « Dès qu'il y avait un édifice à vendre à côté de la Fruiterie Milano, ils l'achetaient et ils agrandissaient le magasin. »

Et chaque fois, de nouveaux produits faisaient leur apparition dans le commerce du boulevard Saint-Laurent. Après les fruits et légumes, la Fruiterie Milano a commencé à offrir de la charcuterie, des fromages et des

pâtes. Malgré le succès de la Fruiterie Milano, Vincenzo n'a jamais songé à ouvrir une autre succursale.

Quand il était encore enfant, Mario ne manquait pas une occasion de suivre son père à l'épicerie. « Au début, le tiroir-caisse m'arrivait au niveau du nez et les employés me faisaient pousser sur les pitons. On a d'ailleurs encore la première caisse en exposition dans le magasin ! » mentionne-t-il.

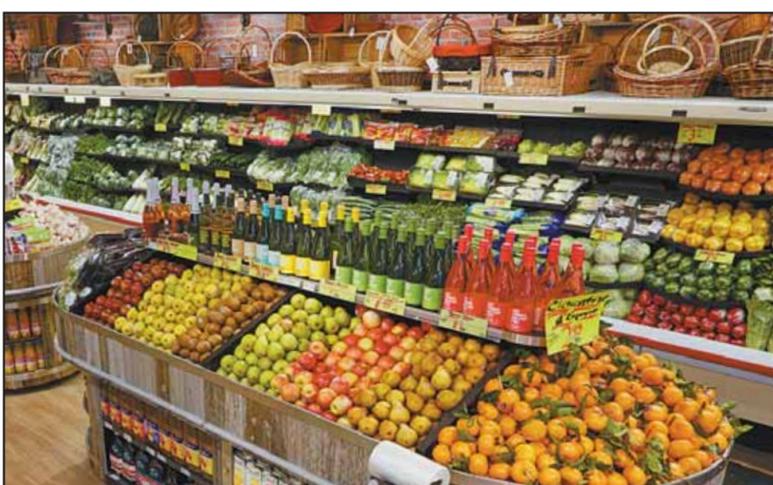
À leur adolescence, Mario et sa sœur ont commencé à travailler à l'épicerie pour servir les clients. Lorsqu'ils sont devenus propriétaires de l'entreprise familiale en 2011, Mario et Celia ont décidé de rafraîchir les lieux. « On a rénové le magasin au grand complet et on a rajouté une cuisine pour offrir aux clients des mets préparés. » Mais une chose n'a pas changé : l'étalage de produits qui va du plancher au plafond. « On a énormément de produits. Les gens nous disent qu'ils ne savent plus où regarder tellement il y a des produits partout ! »

Encore aujourd'hui, de nouveaux produits font leur apparition chez Milano chaque année. « Ma sœur et moi, on voyage à travers le monde pour trouver des produits de niche pour Milano. L'expérience des clients est donc sans cesse renouvelée. Vraiment, les clients nous disent que c'est une expérience quand ils viennent magasiner chez Milano. Je suis très fier quand j'entends ça. Les gens viennent ici pour trouver des produits qu'ils ne trouvent pas ailleurs », s'enthousiasme Mario. Le prosciutto et le parmigiano importés directement d'Italie sont sans contredit les produits les plus populaires.

Au début de l'histoire de Milano, la majorité des clients étaient d'origine italienne. Aujourd'hui, ce sont des Montréalais de toutes origines qui viennent faire le plein d'huile d'olive, de pâtes fraîches ou de biscuits artisanaux dans la célèbre épicerie.

En mai dernier, la Fruiterie Milano s'est lancée dans le commerce en ligne. « Ma plus grande fierté, c'est que l'épicerie n'a jamais cessé d'évoluer, souligne Mario. C'est très gratifiant de voir que notre épicerie est devenue une véritable institution montréalaise. »

Tout comme son père qui a travaillé à la fruiterie jusqu'à la toute fin de sa vie, Mario ne voit pas le jour où il cessera de venir 7 jours sur 7 chez Milano. « Dans notre famille, la retraite, on ne sait pas ce que ça veut dire. Ce n'est juste pas dans notre vocabulaire ! » s'exclame-t-il, toujours aussi passionné par son travail.



ALIMENTATION



Les terres agricoles font saliver les investisseurs

JEAN-FRANÇOIS VENNE

Collaboration spéciale

Depuis quelques années, les fonds d'investissement et les promoteurs immobiliers jettent leur dévolu sur les terres agricoles au Québec. La rareté de ces terres et la croissance constante de la demande alimentaire mondiale, notamment, en font d'alléchants objets de spéculation.

Depuis 2009, les dix entreprises les plus actives ont consacré plus de 68 millions de dollars à 136 acquisitions de terres agricoles, rapporte l'Union des producteurs agricoles (UPA). À eux deux, les Immeubles Maval inc. et les Immeubles Renaud ont effectué 40 transactions d'une valeur totale de 28,7 millions de dollars.

Mais la locomotive reste Pangea, avec 44 transactions d'une valeur de plus de 28 millions. Elle détient 6000 hectares de terres agricoles, toutes consacrées à des cultures céréalières. En avril 2017, la Caisse de dépôt et placement du Québec (CDPQ) investissait 10 millions dans Pangea, un geste défendu alors par Christian Dubé, ex-premier vice-président de la section Québec de la CDPQ, devenu la semaine dernière président du Conseil du trésor.

L'agriculteur locataire

Le modèle d'affaires de Pangea est simple. Le fonds acquiert des lots de 1000 hectares, qu'il loue par la suite à un producteur. La taille moyenne d'une terre agricole est de 100 hectares au Québec, ce modèle remplace donc dix producteurs par un seul. « L'agriculteur loue la terre, il ne peut donc plus l'utiliser pour obtenir du financement, afin d'investir dans sa production, déplore Marcel Groleau, président général de l'UPA. Pangea fixe un loyer élevé, afin de récupérer son investissement. Le producteur redevient celui qui travaille sur les terres du seigneur ou du propriétaire. »

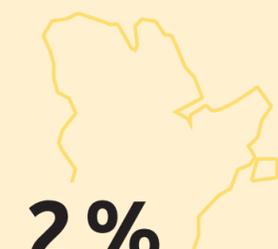
Ce n'est pas sa seule inquiétude. Cette demande accrue fait aussi monter les prix, puisqu'ils ne sont plus liés au rendement agronomique de la terre, mais à sa valeur spéculative. Il devient donc difficile pour un agriculteur d'acheter la terre de son voisin pour s'agrandir et pour la relève de s'acheter une première terre. La valeur moyenne des terres québécoises en culture aurait plus que triplé de 2007 à 2017.

L'UPA souhaite que le gouvernement québécois interdise aux fonds d'investissement d'acheter des terres agricoles et encadre strictement les activités des promoteurs immobiliers dans ce domaine. Les ventes de terres se feraient donc entre agriculteurs, en fonction de leur valeur agricole. L'UPA souhaite aussi que l'État encadre les promoteurs immobiliers, mais surtout qu'il mette du capital patient à la disposition des jeunes agriculteurs. En ce moment, les jeunes peinent à financer l'achat d'une terre.

Par ailleurs, le projet de loi 172 qui devait pérenniser la politique bioalimentaire lancée en avril dernier n'a pas été adopté avant le déclenchement des élections. L'UPA souhaite que le nouveau gouvernement maintienne cette politique, malgré quelques bémols. « Nous apprécions les cibles ambitieuses de croissance du marché intérieur et extérieur des produits bios, malgré des moyens insuffisants, explique M. Groleau. Nous croyons que 300 millions sur cinq ans, c'est peu pour atteindre ces objectifs, mais cette politique demeure un outil important pour développer le secteur bioalimentaire. »

Depuis 2009, les dix entreprises les plus actives ont consacré plus de 68 millions de dollars à 136 acquisitions de terres agricoles.

SHAUN COWARD UNSPLASH



2%

C'est la superficie de la province qu'occupe le garde-manger des Québécois.

Aux États-Unis, le territoire consacré à l'agriculture compte pour 45% de la superficie totale du pays et en France, c'est 58%.



42 000

C'est le nombre de Québécois qui font de l'agriculture leur métier.



29 000

C'est nombre d'entreprises agricoles établies au Québec.

Source: UPA

Ce cahier spécial a été produit par l'équipe des publications spéciales du *Devoir*, grâce au soutien des annonceurs qui y figurent. Ces derniers n'ont cependant pas de droit de regard sur les textes.

Pour toute information sur le contenu, vous pouvez contacter Catherine Girouard, chargée de projet des publications spéciales, à cgirouard@ledevoir.com.

Pour vos projets de cahier ou toute autre information au sujet de la publicité, contacter iDmedia@ledevoir.com.

ALIMENTATION

Comme une odeur de boucane

GENEVIÈVE VÉZINA-MONTPLAISIR

Collaboration magazine Caribou

On m'avait prévenue: « Si tu vas aux Îles, il faut absolument que tu rencontres Ben à Ben. C'est tout un personnage! » La rumeur disait vrai. Benoit Arseneau est plus grand que nature. Un homme comme il ne s'en fait plus. Le gaillard de six pieds et quatre pouces semble avoir été sculpté dans le roc. Doté d'une barbe rousse, il a des airs de Viking. Ben à Ben possède de grandes pattes d'ours qui vous empoignent fermement la main pour faire connaissance, un large sourire, une paire d'yeux brillants et un rire contagieux. Et dans son sillage, toujours cette légère odeur de boucane...

Ben à Ben est propriétaire, avec ses frères Daniel et Louis, du Fumoir d'Antan, situé à Havre-aux-Maisons, aux îles de la Madeleine. Dans l'archipel, on désigne les gens par leur prénom, mais aussi par celui d'un de leurs parents, d'où le surnom « Ben à Ben ».

La famille fait revivre depuis 1996 l'art du boucanage du hareng, qui fut pendant des générations largement pratiqué aux Îles, mais qui aurait probablement disparu à jamais sans la détermination du grand Ben à Ben.

C'est au XIX^e siècle que cette méthode de conservation du hareng est introduite aux Îles par des marchands de la côte du Maine et des Provinces maritimes. D'abord salé, le poisson est ensuite séché de deux à trois mois par la fumée que produit la combustion de bois d'érable et de bran de scie (le boucan). Cela lui confère un fort goût de boucane.

Le boucanage dans l'ADN des Îles

L'histoire du boucanage aux Îles est très bien expliquée à l'Economusée, voisin de la boucanerie et de l'espace boutique du Fumoir d'Antan, mais c'est une toute autre expérience que de se la faire raconter par Ben à Ben, un conteur-né.

« Notre histoire, on va vous la raconter avec le plus grand des plaisirs et avec notre plus bel accent! m'assure-t-il de sa voix grave, confortablement assis derrière son bureau. Ma famille est aux Îles depuis neuf générations, et on boucane depuis trois générations. Quand j'étais mousse, il y avait sur le territoire plus de 40 boucaneries, et 10 millions de livres de harengs étaient boucanées chaque année. Plus de 2000 personnes vivaient de ça. Mais entre 1965 et 1970, les Européens et les Américains sont venus avec leurs bateaux-usines siphonner la mer sans vergogne. Ils ont tué l'industrie du boucanage. »

La mine sympathique de Ben à Ben est maintenant renfrognée, son sourire, évanoui.

« En 1975, c'a été la dernière année où on a produit du hareng boucané et c'a été la première fois où j'ai vu mon père pleurer. J'avais 11 ans et je me suis dit: "Un jour, on va les repartir, les boucaneries." »

Ben à Ben aura été tour à tour matelot, pêcheur de homard et journalier à la mine de sel des Îles, avant de rendre aux Madelinots l'odeur singulière du hareng boucané en 1996. Après que le petit poisson a recommencé

à se pointer le bout de la queue autour des Îles, lui et ses frères ont retapé les anciens bâtiments familiaux laissés à l'abandon afin d'accueillir à nouveau la boucanerie, l'espace de transformation du poisson et la boutique.

« La première année où on a eu notre permis de vente au Fumoir, on a tout vendu. Quand on dit que l'argent n'a pas d'odeur, c'est pas vrai! »

Après plus de 20 ans, Ben à Ben a toujours autant de plaisir à entrer dans la boucanerie aux allures de grange, et à la faire découvrir de l'intérieur à quelques chanceux. Les autres — ils sont entre 35 000 et 40 000 touristes à s'arrêter annuellement au Fumoir d'Antan — doivent se contenter de voir « le show de boucane » de l'extérieur, par une petite porte coulissante qu'on ouvre et qu'on referme rapidement. C'est qu'un grand coup de vent pourrait réduire la bâtisse de bois en fumée.

« La première année où on a eu notre permis de vente au Fumoir, on a tout vendu. Quand on dit que l'argent n'a pas d'odeur, c'est pas vrai! »

Se retrouver à l'intérieur de la boucanerie constitue une expérience unique. Des milliers de petits poissons dorés sont suspendus au plafond, alignés sur de minces baguettes de bois, alors que des dizaines de tas de braises rougeoyantes se consomment sur le sol de terre et éclairent la vaste pièce.

Ben à Ben étire le bras au-dessus de sa tête et « cueille » un hareng, le tâte et le goûte pour évaluer la progression du boucanage. « Le hareng est prêt; la semaine prochaine, on va le descendre. Il faut pas qu'on passe tout drette, car si on le déshydrate trop, il est pas mangeable tellement il est salé. »

Quelque 40 000 livres de hareng sont boucanées chaque année au Fumoir d'Antan, qui compte une douzaine d'employés et plus de 50 points de vente sur le continent. Le hareng utilisé provient dorénavant du Nouveau-Brunswick, où il est également saumuré. Car même si ce poisson est revenu en masse frayer dans les eaux des Îles au début des années 2000, sa population a de nouveau disparu à cause de la surpêche, au grand dam de Ben à Ben.

Outre son traditionnel hareng boucané et son populaire hareng boucané mariné, le Fumoir d'Antan propose plusieurs produits: maquereau, saumon et pétoncles fumés dans un fumoir mécanique acquis en 2004 pour diversifier l'offre. La technique est complètement différente du boucanage, car on fume les aliments seulement quelques heures, et on contrôle tous les paramètres de la machine pour obtenir un goût plus subtil.

À 52 ans, Ben à Ben n'est pas près de prendre sa retraite, et il ne s'inquiète pas pour l'avenir du boucanage aux Îles. Son fils montre des signes d'intérêt, et son neveu est déjà bien impliqué dans l'affaire familiale. « J'aurais pu faire n'importe quoi d'autre, dans le fond, mais j'ai boucané pour garder la tradition vivante et pour faire sourire mon père à nouveau... »

Ben à Ben est propriétaire, avec ses frères Daniel et Louis, du Fumoir d'Antan, situé à Havre-aux-Maisons, aux îles de la Madeleine.

YOANIS MENGE

WEBINAIRE



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

L'Union des producteurs agricoles



SE FORMER
EN SAVOIR PLUS

Dans le cadre du 40^e anniversaire de la Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles, un webinaire animé par Errol Duchaine nous permettra de réfléchir ensemble sur la question de la protection du territoire agricole et de l'importance de la Loi, son rôle au cours des 40 dernières années, mais aussi dans les années à venir, considérant les pressions grandissantes que connaît cette ressource si stratégique et fragile.

➔ OUVERT À TOUS

➔ 9 novembre de 10 h à 12 h

➔ INSCRIPTION SUR uplus.upa.qc.ca/webinaires

40 ans

DE PROTECTION
DU TERRITOIRE
ET DES ACTIVITÉS AGRICOLES

Nourrir le Québec
hier | aujourd'hui | demain

ANIMATEUR

PANÉLISTES



ERROL DUCHAINE
Journaliste conférencier



NATHALIE DION
Présidente de L'Ordre
des architectes du
Québec



MARCEL GROLEAU
Président général
de l'Union des
producteurs agricoles



MASSIMO IEZZONI
Directeur général
de la Communauté
métropolitaine de
Montréal



PIERRE LEGAULT
Avocat de La
Commission de
protection du territoire
agricole du Québec
de 1979 à 2017



GENEVIÈVE PARENT
Professeur titulaire
de la Chaire de
recherche en droit
sur la diversité et la
sécurité alimentaires,
Université Laval



ALIMENTATION

Une transition agroalimentaire s'impose

Alors que la population mondiale ne cesse de croître et que, corrélativement, les ressources naturelles s'amenuisent, le défi de la sécurité alimentaire s'intensifie à l'échelle planétaire. Face à cette conjoncture, de nombreuses organisations s'efforcent de promouvoir des modes de production et d'alimentation qui conjuguent performances économiques, environnementales et sociales et qui tiennent compte des impacts sur les milieux de vie. Cas de figure du Sénégal, en Afrique de l'Ouest, où cette démarche est étroitement liée à la lutte pour la sauvegarde des ressources foncières et à celle de la valorisation des produits locaux.

EMILIE CORRIVEAU
Collaboration spéciale

Comme c'est le cas dans de nombreux pays africains, l'insécurité alimentaire menace une part importante de la population du Sénégal. D'après l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, à l'heure actuelle, près de 750 000 Sénégalais seraient touchés par cette situation.

Il faut savoir que la population de ce pays d'Afrique de l'Ouest vit en majorité en milieu rural (53,5% selon l'Agence nationale de la statistique et de la démographie) et qu'elle œuvre principalement dans le milieu agricole.

« Si on n'accélère pas cette transition, nous sacrifierons tout un continent et toute une génération future »

Or, le Sénégal connaît actuellement un important problème de dégradation des sols. D'après des études réalisées par le Comité inter-Etats de lutte contre la sécheresse au Sahel, sur les 3 800 000 hectares de terres arables dont dispose le Sénégal, 2 400 000 sont fortement dégradés.

Cela s'explique notamment par l'utilisation soutenue d'engrais chimiques, l'intensification des cultures industrielles et la réduction du couvert végétal, laquelle est due à la déforestation et aux nombreuses sécheresses qui ont affecté le pays depuis les années 1970.

L'accapement des terres

Parallèlement, l'accès aux terres est de plus en plus difficile au pays. Actuellement, la loi sur le domaine national met la terre à la disposition des communautés de base, mais sans droits juridiques; elle ne prévoit ni la transmissibilité, ni l'aliénabilité, ni la cessibilité des terres.

Ce que cela signifie concrètement, c'est que tant que les populations cultivent ces terres, elles peuvent techniquement les considérer comme leurs. Cependant, sur le plan juridique, elles ne leur appartiennent pas.

En vertu de la loi, l'État du Sénégal peut donc octroyer des terres à des investisseurs privés et spolier les agriculteurs de leurs parcelles s'il juge la transaction opportune pour des raisons d'utilité publique.

« L'accès au foncier est un problème qui s'accroît depuis la crise mondiale de 2008 », indique M^{me} Mariam Sow, présidente du conseil

d'administration d'ENDA tiers-monde, une organisation internationale œuvrant à la promotion d'une société plus juste et plus équitable par le changement politique, économique et social.

En effet, de plus en plus d'investisseurs étrangers convoitent les terres du Sénégal. Il s'agit tantôt d'États désireux d'assurer la sécurité alimentaire de leurs citoyens, tantôt d'acquéreurs intéressés par les retombées financières que leur exploitation peut rapporter.

« C'est très inquiétant, parce qu'ils récupèrent nos ressources foncières pour faire de grandes cultures, souvent destinées à l'exportation, qui engendrent une dégradation [des sols] encore plus forte pour les populations locales et qui contribuent à créer une insécurité alimentaire encore plus grande », souligne M^{me} Sow.

Sous la pression de la société civile, après son élection en 2012, le président Macky Sall a mis en place une commission nationale de réforme foncière chargée de proposer un texte de politique foncière. Ce dernier a bel et bien été élaboré et soumis aux plus hautes autorités, mais est demeuré sans suites après la dissolution de la commission.

« Nous attendons impatiemment l'adoption d'une réforme foncière, confie M^{me} Sow. La société civile, et ENDA en particulier, a développé une bataille très forte par rapport à ces multinationales. Mais ce qui est difficile, c'est qu'il y a une pression importante de l'international qui cherche toujours à garder une mainmise autour des ressources africaines. »

Pour une agriculture écologique et locale

Pour répondre au défi de la sécurité alimentaire, plusieurs estiment que le milieu agricole sénégalais doit effectuer une transition vers une agriculture plus écologique et plus durable.

Avec le soutien d'organisations comme ENDA, plusieurs agriculteurs ont amorcé un changement de pratiques, notamment en diversifiant leurs cultures, en adoptant des méthodes biologiques et en évitant de recourir aux produits chimiques, mais ceux-ci restent encore insuffisamment nombreux.

« Si on n'accélère pas cette transition, nous sacrifierons tout un continent et toute une génération future, juge la militante d'ENDA tiers-monde. Il y a beaucoup de soutiens à mettre en place pour soutenir cette transition. Il faut se doter

d'une vision politique plus claire et instaurer des mécanismes de financement d'une agriculture plus durable. [...] Il faut aussi se mettre à former des jeunes qui vont devenir des paysans intellectuels qui travaillent en connaissance de cause. »

La valorisation des produits locaux figure également au palmarès des priorités. Considérant que les besoins alimentaires des Sénégalais sont aujourd'hui couverts à près de 70% par des importations, principalement de riz, de blé et de maïs, le défi s'annonce de taille.

De passage au Canada

M^{me} Sow entame ces jours-ci un séjour au Canada. Le 30 octobre, aux côtés de l'organisation canadienne Inter Pares, elle prendra la parole à Ottawa lors du lancement officiel du plus récent rapport de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO).

Elle participera également à l'événement la Tablee des idées, le 10^e forum du Réseau pour une alimentation durable, lequel aura lieu du 1^{er} au 4 novembre. Elle y discutera de l'impact de l'agriculture industrielle et du besoin urgent d'une transition vers l'agriculture écologique en Afrique.



Mariam Sow, présidente du conseil d'administration d'ENDA tiers-monde
ENDA PRONATX

CONTENU PARTENAIRE

LES MARCHÉS PUBLICS DE MONTRÉAL

La ville et la campagne au même endroit

Les marchés publics permettent d'éliminer les intermédiaires

Il y a tout d'abord ces odeurs de fraîcheur qui nous enveloppent dès notre arrivée, puis ces éclats de saveur qui gagnent peu à peu notre palais et enfin ces rencontres si savoureuses qui nous charment et qui font des marchés publics un lieu d'émerveillement des sens. En offrant une mise en marché directe de produits locaux, les marchés publics de Montréal permettent une mise en œuvre toute naturelle de la Politique bioalimentaire québécoise.

Les marchés publics, c'est avant tout un lieu de rencontre entre la ville et la campagne. Là où producteurs et consommateurs peuvent échanger, apprendre et partager leurs connaissances. « C'est ce qui rend l'expérience d'un marché public unique. On ne retrouve pas ce type d'interactions en épicerie », souligne Maude Roy, gestionnaire des communications Web pour la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal (CGMPM).

« C'est vraiment un outil de démocratisation du savoir culinaire », poursuit-elle, soulignant que, face à un étal, les consommateurs n'hésitent pas à demander conseil aux producteurs sur la manière d'appréter un produit.

Des produits calqués sur les besoins des consommateurs

Il n'est d'ailleurs pas rare de croiser un grand chef dans l'un ou l'autre des marchés publics de Montréal. « Ça leur permet de rencontrer les producteurs et autres professionnels de l'industrie, afin de s'enquérir des nouveaux produits et de se renseigner sur les prochains arrivages », mentionne Nicolas Fabien-Ouellet, responsable du développement à la CGMPM.

Critiques culinaires, *foodies* et familles s'y donnent également rendez-vous. « Au-delà de la rencontre, il faut voir le stand d'un producteur comme l'extension de sa ferme, l'extension de sa salle d'affinage, l'extension de son érablière, etc. », fait valoir M. Fabien-Ouellet. Celui-ci souligne d'ailleurs que l'un des premiers critères invoqués par les producteurs pour expliquer leur présence dans les marchés publics est le contact direct qui peut être créé avec le consommateur.

Un lien privilégié qui permet d'obtenir une rétroaction directe quant aux produits qui sont appréciés ou encore ceux que les consommateurs aimeraient découvrir. « Dans les marchés publics, on peut répondre beaucoup plus rapidement aux besoins changeants des consommateurs comparativement aux grandes surfaces », souligne M. Fabien-Ouellet.

Bien souvent, avant que de nouveaux produits fassent leur apparition sur les tablettes des épiceries, ceux-ci bourgeonnent dans les marchés publics. « Nos marchés sont des incubateurs des nouvelles tendances alimentaires », illustre Mme Roy.

Ainsi, des tomates noires, des framboises jaunes et des radis offerts dans une ribambelle de couleurs ont fait leur apparition, ces dernières années, dans les étals des marchands. De nouveaux produits qui charment tant les consommateurs à la recherche d'une petite touche d'originalité permettant de rehausser leurs plats préférés que ceux à la recherche de nouvelles recettes et de nouvelles tendances culinaires.



Photo courtoisie

Une vitalité pour les producteurs

Plusieurs entrepreneurs du bioalimentaire voient les marchés publics comme un outil leur permettant d'innover. Les entreprises peuvent y tester certaines idées sans s'engager dans une aventure à trop grande échelle qui pourrait entraîner de lourdes pertes financières en cas d'échec. « Dans les grandes chaînes, les volumes de production doivent être importants et les produits uniformisés. Ici, dans les marchés publics de Montréal, on offre un lieu de commercialisation peu risqué, qui est à la fois un incubateur et un tremplin », rappelle M. Fabien-Ouellet.

Des producteurs parviennent ainsi à commercialiser leurs produits dans les marchés publics dès la phase de démarrage de l'entreprise, ce qui favorise la vitalité économique du milieu agricole. « On leur offre un espace pour se lancer ou pour grandir, selon l'étape à laquelle leur entreprise est rendue : les barrières à l'entrée sont basses, l'achalandage est grand », souligne M. Fabien-Ouellet.

Le tout fait en sorte qu'au rythme des saisons, été comme hiver, des produits du terroir québécois peuvent y être dénichés dans une gamme très variée de prix. En tout, quelque 250 producteurs québécois offrent leurs produits dans les marchés publics de Montréal — les marchés Atwater, Jean-Talton, Maisonneuve, Lachine —, et dans les marchés de quartier et aux fleurs. Aux côtés des producteurs maraîchers, bouchers et poissonniers se trouvent des fleuristes, horticulteurs, acériculteurs, apiculteurs, fromageries, épicerie fines, restaurateurs, boulangeries et autres entreprises de transformation alimentaire.

Un outil pour mettre en œuvre la Politique bioalimentaire

Puissants moteurs de développement économique, culturel et social, les marchés publics permettent d'atteindre tout naturellement plusieurs objectifs consignés dans la nouvelle Politique bioalimentaire québécoise. « On offre une réponse à pratiquement chacune des quatre grandes orientations qui y sont listées, surtout la première et la quatrième », note M. Fabien-Ouellet.

Effectivement, les marchés publics incarnent merveilleusement

bien la première orientation, qui suggère d'accroître l'offre de produits répondant aux besoins des consommateurs en haussant les connaissances alimentaires et le dialogue avec les consommateurs et en valorisant les produits bioalimentaires d'ici.

Les marchés publics sont également un outil de choix pour atteindre la quatrième orientation, qui propose de bonifier le dynamisme des territoires contribuant à la prospérité du bioalimentaire, en mettant en valeur et en pérennisant les terres agricoles pour les générations futures.

Lieux de rencontre et de partage, lieux de saveurs et d'odeurs, mais aussi lieux de dynamisme économique, les marchés publics permettent de sentir, de goûter et de savourer tout ce qu'une culture a à offrir à ceux et celles qui prennent le temps de butiner d'un étal à l'autre.

Les marchés publics de Montréal souhaitent créer une grande chaîne d'histoires liées à l'expérience unique que les Montréalais y vivent. Par l'entremise de la campagne « On a tous des saveurs à raconter. Venez nous rencontrer au marché », les marchés publics invitent les Montréalais à partager leur propre histoire liée à leur expérience dans les marchés publics sur les réseaux sociaux grâce au mot-clic #RaconteTonMarché.

Pour rester à l'affût de l'actualité de votre marché public préféré : @mpmontreal @mpatw @mjeantalton et @marchemaisonneuve

Notre site Web : marchespublics-mtl.com