

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE PRODUIT DU TERROIR AU QUÉBEC :
PORTRAIT SOCIOHISTORIQUE DE LA NÉGOCIATION POUR LA
CRÉATION D'UNE DÉFINITION

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SOCIOLOGIE

PAR

NATHALIE LACHANCE

JUIN 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Ce mémoire ne serait jamais venu au monde sans l'apport, sans la passion que certaines personnes m'ont transmise pour la gastronomie et l'alimentation. Il m'est donc impossible de ne pas les remercier de tout mon cœur d'avoir marqué si solidement et si affectueusement ma vie!

La gastronomie a croisé mon chemin le jour où j'ai posé mes coudes pour la première fois de ma vie sur la table d'un grand restaurant. Et pas n'importe lequel, le Laurie Raphaël. Je devais comprendre de façon sociologique ce qu'était la gastronomie au Québec, aller plus loin. Pour la poésie que vous mettez dans nos assiettes et l'impact sur ma vie, merci monsieur Daniel Vézina!

Suivre le cours *Gastronomie et société* donné par Jean-Pierre Lemasson (professeur associé, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal) a été le coup de barre qui a changé mon parcours universitaire. Le cours était certes extraordinaire, mais surtout monsieur Lemasson est un grand passionné, qui croit en la gastronomie québécoise de tout son cœur. Merci pour tous les autographes!

Marcel Rafie (professeur associé, Sociologie, Université du Québec à Montréal) m'a un jour apostrophée dans le corridor et m'a demandé pourquoi je n'étais pas inscrite à la maîtrise en sociologie... Eh bien, voilà, c'est de votre faute! Merci!

La gastronomie, cela commence dans le champ, quand des passionnés font pousser ce que nous retrouvons dans notre assiette. Et Stéphane Morin (éditeur de *Cultures et terroirs*, historien, et surtout, Monsieur Terroir!) a eu la générosité de me faire connaître personnellement ses producteurs de bonheur, par le biais de visites aux producteurs. Merci!

La patience, l'exactitude, mais un plaisir commun de découvrir autant la sociologie que la gastronomie... Jean-François Côté (professeur, Sociologie, directeur de mon mémoire à

l'Université du Québec à Montréal), tu m'as permis de mettre au monde ce mémoire malgré mes craintes et les embuches. Merci!

Louis Marcoux (directeur des services alimentaires, Université du Québec à Montréal, collègue étudiant), travailler le bleuet et les produits du terroir avec toi, quand tu veux! Merci!

Luna Bégin (étudiante à la maîtrise en sociologie, Université du Québec à Montréal), ton intelligence sociologique, ton approche de l'alimentation me poussent à travailler encore plus fort! Pour ton amitié surtout, merci!

Marie-Eve Perreault (collègue ainsi que *sister-in-tea*), pour l'amitié et parce qu'il y a toujours une tasse de thé à partager... Pour Zachary, Charlie et les autres à venir et pour exister dans ma vie... Merci!

Audrey-Anne et Camille Dubuc (mes filles), vous m'avez toujours encouragée, toujours donné l'espoir que je pourrais réussir. Pour votre suggestion de donner des ateliers de goût par le fromage dans votre école (ce qui a changé ma vie!), mais surtout pour être mes filles... Merci!

DÉDICACE

À mon amour,

À mon ami,

À celui qui croit en moi sans faiblir,

À toi qui remplis mes jours de bulles de bonheur

Stéphane Ratel, merci...

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements.....	iii
Liste des tableaux et schémas	iii
CHAPITRE I.....	3
CONTEXTUALISATION HISTORIQUE ET SOCIOLOGIQUE, REVUE DE LITTÉRATURE	3
1.1 Contextualisation historique et sociologique.....	3
1.2 Recension des écrits	20
1.2.1 La situation de la définition de produit du terroir en France, en Europe et au Québec.....	20
1.2.2 La situation au Québec	26
Conclusion	31
CHAPITRE II	33
PROBLÉMATIQUE, HYPOTHÈSE, MÉTHODOLOGIE ET ANALYSE	33
2.1 Mise en contexte du choix de l'objet et de sa pertinence.....	33
2.2 Problématique	34
2.3 Structure de la négociation chez Anselm Strauss et son apport à ce mémoire.....	36
2.4 Questions de recherche	44
2.4.1 Question générale	44
2.4.2 Question spécifique.....	44
2.5 Hypothèse.....	44
2.6 Méthodologie	45
2.6.1 Recherche des procès-verbaux du groupe de travail du Rapport Desjardins	46
2.6.2 Propriétés de la négociation selon Anselm Strauss	46
2.6.3 Analyse des entrevues	49
2.7 Résultats de l'analyse des entrevues	50
Conclusion	82
CHAPITRE III.....	84

RETOUR SUR LA PROBLÉMATIQUE, L'HYPOTHÈSE ET L'INTERPRÉTATION.....	84
3.1 Problématique	84
3.2 Existence réelle de la définition.....	84
3.2.1 Présentation d'une définition.....	87
3.2.3 Consultation générale sur le projet de loi n° 113 - Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées.....	90
3.2.4 Analyse des mémoires présentés lors de la consultation générale sur le projet de loi n° 113 - Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées.....	92
3.2.5 Analyse brève des procès-verbaux du groupe de travail Desjardins.....	104
3.3 Questions, hypothèse et interprétation	107
3.3.1 Questions	107
3.3.1.a Question générale	107
3.3.1.b Question spécifique.....	108
3.3.2 Hypothèse	108
3.3.3 Interprétation	112
Conclusion	114
CONCLUSION	115
Le but, la nature et l'envergure de ce mémoire	115
Les sujets traités	116
Les problèmes rencontrés.....	117
Les objectifs fixés.....	118
Les méthodes utilisées.....	119
Les recommandations et les pistes de recherches à venir sur le même sujet.....	120
GLOSSAIRE	122
ANNEXES	124
BIBLIOGRAPHIE.....	195

LISTE DES TABLEAUX ET SCHÉMAS

Tableau 1.1 : Schématisation du contexte structurel.....	15
Tableau 2.1 : Aperçu lexical et sémantique de l'analyse des entrevues	51
Tableau 2.2 : Les quatre mots définissant un produit du terroir	53
Tableau 2.3 : Les définitions des appellations réservées et des produits du terroir suggérées par le groupe de travail du Rapport Desjardins	68
Schéma 3.1 : Représentation de la définition de produit du terroir	90
Tableau 3.2 : Relation entre le mangeur, son alimentation et la situation de manger....	103
Tableau 3.3 : Analyse lexicale et sémantique des procès-verbaux du groupe Desjardins	110

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ACEF : Association coopérative d'économie familiale

ACFAS : Association francophone pour le savoir

ACIA : Agence canadienne d'inspection des aliments

AO : Appellation d'origine

AOC : Appellation d'origine contrôlée

CAAAQ : Commission sur l'avenir de l'agriculture et l'agroalimentaire québécois

CAAQ : Conseil des appellations agroalimentaires du Québec, aujourd'hui CARTV

CARTV : Conseil des appellations réservées et des termes valorisants

CIVC : Comité interprofessionnel du vin de Champagne

IGP : Indication géographique protégée

INAO : Institut national de l'origine et de la qualité (France)

ISO/CEI 17011 : Normes internationales de conformité

ISO/ CEI Guide 65 : Normes internationales de conformité

MAPAQ : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

MDERR : Ministère du Développement économique et régional et de la Recherche

ODG : Organisme de Défense et de Gestion

SAQ : Société des alcools du Québec

UPA : Union des producteurs agricoles

UQAM : Université du Québec à Montréal

RÉSUMÉ

Ce mémoire est basé sur la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants du Québec. Nous avons voulu présenter un portrait sociohistorique du processus de création de cette définition. Pour ce faire, nous avons voulu décortiquer le processus de négociation nécessaire au groupe de travail d'Anne Desjardins qui a travaillé pendant un an à la création de cette définition. Les sujets traités dans ce mémoire portent sur l'histoire des appellations réservées, le processus de création du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, et sur le concept de négociation d'Anselm Strauss. L'interaction possible entre les différents intervenants qui se sont impliqués dans la création de la définition de produit du terroir aura eu et a peut-être encore un impact sur la représentation de la définition de produit du terroir au Québec. Nous avons d'abord étendu nos recherches à une étude des textes disponibles. Comme l'alimentation et la gastronomie sont des sujets dans l'air du temps, la recension de nouveaux textes devait se faire régulièrement. Nous avons ensuite rencontré des gens du milieu de l'alimentation qui nous ont expliqué les tenants et aboutissants de cette définition. Nous présenterons une schématisation sociohistorique de la construction de la définition de produit du terroir, ainsi que le contexte structurel qui a fait de cette définition ce qu'elle est aujourd'hui.

Mots-clés : terroir, produit, Anselm Strauss, CARTV, définition, Québec.

INTRODUCTION

Un produit du terroir, en France, en Suisse, un peu partout en Europe, est un objet de fierté. Symbole d'un terroir affirmé, d'une identité claire et assumée et d'un savoir-faire nulle part égalé, le produit du terroir est un identifiant fort pour les régions qui en font leur porte-étendard.

Le Québec s'est doté d'une définition de produit du terroir en reprenant quelque peu les grandes lignes de ce que la France a fait il y a de cela bien longtemps pour son propre terroir. Recherche de sens, d'identité et de son propre territoire, le Québec a fait de cette définition une quête de son histoire et de son savoir-faire. Maintenant que cette définition existe, où sont les produits du terroir québécois?

La définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants sera l'objet d'étude de ce mémoire. Décortiquer le processus sociohistorique d'une définition n'est pas une tâche simple à exécuter; ce processus sera mis en lumière par le concept de négociation d'Anselm Strauss. Ce concept a été choisi dans le but précis de mieux comprendre les interactions entre les créateurs de la définition, mais également pour mieux visualiser ce qui a fait que l'appellation « produit du terroir » n'existe pas actuellement au Québec en tant que telle.

Le chapitre 1 de ce mémoire fera un portrait (grâce à notre revue de littérature) de la recherche sur le développement sociohistorique de l'agriculture au Québec pour en venir, par ricochet, à l'histoire de la création de la définition de produit du terroir.

Le chapitre 2, quant à lui, servira à mettre en place notre problématique et notre hypothèse sur la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV); ce qui nous permettra

également de produire un graphique sur le processus sociohistorique de la définition qui sera détaillé plus précisément par la suite. Ce chapitre présentera des entrevues effectuées avec des acteurs du milieu des appellations réservées pour avoir un point de vue plus précis de la situation du terroir au Québec. L'analyse de ces entrevues fournira une meilleure compréhension de la définition de produit du terroir.

Nous reprendrons au chapitre 3 notre questionnement de départ et vérifierons notre hypothèse grâce (en partie du moins) aux mémoires présentés dans le cadre de la consultation publique qui a fait suite aux travaux du groupe de travail Desjardins.

La conclusion de ce mémoire présentera un rapide résumé des connaissances acquises au cours du processus. Nous nous permettrons de conclure ce mémoire avec quelques suggestions en ce qui a trait aux possibilités d'avenir du produit du terroir au Québec.

*Écrire l'histoire de la table d'un peuple,
c'est broser un tableau de sa civilisation.*

Auguste Escoffier

CHAPITRE I

CONTEXTUALISATION HISTORIQUE ET SOCIOLOGIQUE, REVUE DE LITTÉRATURE

La compréhension de ce qui compose notre assiette demande une part de réflexion, mais également de recherche sur cette dite composition. Aller plus loin que le plat, que le plaisir gustatif, cela veut dire aller à la rencontre du producteur, mais aussi de l'Autre, parce que ce qui est introduit dans le plat, ce n'est pas que nourriture, mais également pensée; évolution que, par l'Autre, nous avons introduite dans cette assiette. La tomate vient d'Amérique du Sud, ainsi que la pomme de terre. Le vin nous vient d'un peu partout sur la planète. Découvrir un plat, c'est aussi découvrir un peu de l'histoire de chacun d'entre nous, mais également de son inventivité.

1.1 Contextualisation historique et sociologique

Le Québec n'a pas réellement de typicité culinaire régionale définie comme on l'entend en France, si ce n'est la tourtière du Lac-Saint-Jean (Lemasson 2009) ou encore la poutine (Théorêt 2007) qui alimente les soirées autour de la table par le débat amical sur

ses origines. L'inventivité des Québécois se fait ressentir même dans leur assiette dès les débuts de la colonie. Nous verrons cela au cours de ce chapitre.

La culture autochtone, quant à elle, a laissé quelques marques dans l'alimentation du Nouveau Monde : le sirop d'érable, le maïs, les courges, les haricots, les poissons fumés ou séchés et la venaison (Lambert 2006). Mais il n'y a pas réellement de plats ou de menu dont nous fassions l'usage dans le quotidien et dont nous puissions clairement dire qu'ils soient typiquement autochtones.

La découverte de l'Amérique, autant par l'arrivée des Autochtones il y a plus de 10 000 ans que par Christophe Colomb en 1492 en quête de la route des épices (Fumey, G. et Etcheverria, O. 2004), s'est faite dans le même but: trouver de nouvelles sources alimentaires. Les Autochtones ont suivi les grands troupeaux de bisons jusqu'aux sources des Grands Lacs après la dernière grande glaciation; ce qui a permis l'exploration de nouveaux territoires de chasse, mais également d'ajouter une plus grande diversité alimentaire pour les cueilleurs par cette nouvelle flore qu'offrait le fleuve Saint-Laurent. Il n'y a qu'à penser au « riz » sauvage, par exemple (Lambert, 2006).

Revenons aux premiers balbutiements de la colonie. Parmi les premiers arrivants se trouvaient (entre autres) des prisonniers (Lacoursière 1996), ainsi que des paysans (enfants issus de familles nombreuses) à la recherche de terres cultivables pour fonder leurs propres foyers. Faisaient également partie des premiers arrivants des coureurs des bois, qui complétaient la diversité des colons venus dans l'espoir d'une vie meilleure, de posséder leur propre lopin de terre et d'élever une famille. Quelques marchands, accompagnés de leurs proches, vinrent par la suite tenter leur chance en Nouvelle-France et rejoignirent ainsi une bourgeoisie naissante (Francoeur 2011) dans les nouvelles villes et les nouveaux villages de ce territoire plein de promesses.

La cuisine de Nouvelle-France fut un léger métissage entre la culture européenne et la culture autochtone : les premiers colons (pour s'adapter au climat rude et des premières années difficiles du défrichage) ont dû faire face aux rigueurs de l'hiver en ajoutant la chasse, la pêche et la cueillette aux tâches du quotidien pour subvenir à leurs besoins et combattre les carences en vitamines et minéraux qui mènent à différentes maladies, par exemple le scorbut (Lambert 2006). Le partage culinaire se fait dans les deux sens, puisque les Autochtones vont rapidement ajouter sel, poivre, autres épices et différentes farines ainsi que le thé à leur alimentation. Les modes de cuisson sont aussi des outils de partage puisque la cuisson dans l'argile ou le séchage s'affinent grâce aux peuples des Premières nations; en outre, les chaudrons en fonte vont ouvrir un nouveau mode de cuisson aux Autochtones (Lambert 2007).

Le savoir-faire culinaire et agricole n'a pas aisément traversé l'Atlantique. L'apprentissage s'est fait, en général, sur le terrain avec ce que les Autochtones et les communautés religieuses ont bien voulu partager de leurs propres connaissances et de leurs propres expériences. Les légumes d'autrefois dont nous entendons parler depuis quelques années proviennent, entre autres, de quelques dons offerts par des communautés religieuses aux premières épouses de colons, des échanges entre les colons et les Autochtones et de ce que les Filles du Roy (Francoeur 2011) ont sauvé de leur traversée de l'Atlantique. Peu en connaissaient l'usage, mais certaines recettes (issues de ces rencontres) ont passé l'épreuve du temps, par exemple le gratin de légumes; ou encore le plus vieux fromage d'Amérique du Nord, soit le fromage de l'Île d'Orléans dont il est fait mention déjà en 1643 sur un acte notarié en tant que mode de paiement (Dupont 1977).

La Conquête par les Britanniques a apporté une tout autre culture culinaire¹ : les viandes bouillies, différentes sauces, des épices et le pudding entre autres choses. Le pudding

¹ En fait, la plupart des seigneurs anglais sont venus au pays accompagnés d'un cuisinier français qui s'adaptait aux besoins du seigneur, mais qui intégrait quelques recettes de son répertoire; c'est ainsi que certaines recettes françaises ont survécu aux effets de la Conquête.

anglais est salé (plus près du boudin que du gâteau) il a subi une lente transformation pour en venir au dessert sucré que l'on connaît aujourd'hui.

L'agneau apparaît au menu, bien que ce soit plus souvent du mouton; lequel est souvent un mouton âgé, d'où sa triste réputation : le mouton, ça goûte la laine. Le vin est remplacé par la bière et le thé malgré leur présence déjà bien établie sur les tables des débuts de la colonie. Il faut également dire qu'à l'époque, les catholiques avaient de nombreux jours maigres par année (Lambert 2006). La Conquête va faire disparaître une bonne partie de ces jours maigres du calendrier catholique, ce qui va considérablement faire baisser la consommation de poisson. Puisque le catholique a moins l'obligation de manger de poisson, il prendra beaucoup de temps à renouer avec ce plat longtemps considéré comme une contrainte. Les Anglais consommaient du poisson pour leur plus grand plaisir, surtout en sauce, une sauce aux fruits de mer. Ils ont ainsi introduit au pays le *gravy* ou sauce brune. Tout reste de table risquait de terminer sa vie dans le *gravy*, par souci d'économie et d'ainsi éviter le gaspillage.

Les Écossais sont venus en partie avec les régiments, mais aussi en raison de leurs relations économiques avec la France dû à la traite des fourrures. Ils ont laissé une importante marque au déjeuner : scones, pancakes, gelées. Mais les plus grands cadeaux alimentaires de l'Écosse à la Nouvelle-France furent l'orge et l'avoine (Lambert 2006). Ces deux céréales poussant généreusement dans la vallée du Saint-Laurent cela a permis, entre autres, le brassage de la bière en terre d'Amérique française. Il ne faut pas négliger non plus l'apport important de ces céréales à la consistance des soupes qui, il faut bien le dire, manquaient quelquefois de viandes pour soutenir le paysan dans ses travaux aux champs. Notons également l'apparition du gruau écossais, qui complète le tableau du menu matinal du paysan de l'époque.

Les Irlandais ne sont pas en reste dans l'apport alimentaire: la pomme de terre, qui est l'un des produit mythique de base de leur alimentation, ajoute un élément essentiel qui

soutiendra la population dans ses tâches quotidiennes. En purée, en galette, avec du hachis, elle a contribué à agrémenter une grande partie du répertoire alimentaire québécois (Lambert 2006). On soupçonne que, peut-être, les Irlandais installés en Nouvelle-France auront éventuellement une influence quelconque sur la naissance du pâté chinois...²

Traversons maintenant vers le début du XIX^e siècle qui sera, quant à lui, marqué par un grand mouvement de population. La Conquête de l'Ouest fait rêver toute l'Europe. De grandes terres riches, la possibilité d'être propriétaire terrien entraînent les familles vers ces nouveaux territoires. La ruée vers l'or, la construction du chemin de fer sont autant de grands mouvements de population qui ont poussé les familles vers ces terres inexploitées de l'ouest.

Beaucoup de francophones vont se diriger vers les régions du Québec en développement : le Saguenay-Lac-Saint-Jean, les Laurentides, l'Outaouais, etc. Les terres étant moins riches ou encore en friche, la situation culinaire a perdu de son éclat. Moins de légumes en feuilles, moins de fines herbes, moins de bœuf, plus de porc. Une cuisine minimaliste où le pain n'était pas des plus tendres. La production agricole de l'époque était d'abord une production de survie pour la famille. S'il y avait des surplus, alors seulement on pouvait vendre des aliments produits à la ferme. Le thé, la farine, le sel, la mélasse constituaient les achats principaux chez le marchand; on se les procurait avec l'argent amassé lors de la vente de la production annuelle.

L'industrialisation contribuera aussi au mouvement des populations en amenant les familles à rejoindre les grandes villes pour travailler dans les usines. Beaucoup de francophones se retrouveront en Nouvelle-Angleterre (Lemasson 2009), par exemple. Beaucoup y demeureront, mais quelques-uns reviendront en rapportant de nouvelles

² Mais pour cela, il faut consulter le livre de monsieur Jean-Pierre Lemasson, *Le mystère insondable du pâté chinois*, pour en connaître les péripéties.

pratiques culinaires et de nouvelles recettes telles que le *sea pie* ou encore le *corned-beef* dont la mise en conserve est l'une des grandes trouvailles de l'époque. Le train, les conserves, les nouveaux arrivants, la diminution du temps alloué à la cuisine, voilà quelques uns des grands marqueurs que l'industrialisation laissera comme traces indélébiles sur les pratiques culinaires des Canadiens-français de l'époque.

Le XX^e siècle et toutes ses nouvelles inventions vont fortement marquer l'alimentation des Québécois : appareils électriques, réfrigération, stérilisation des conserves. Les aliments peuvent dorénavant être conservés plus longtemps et voyager sur de plus grandes distances (Lambert 2006). Une nouvelle mondialisation alimentaire va voir le jour grâce à ces conditions plus performantes de conservations. Des poissons en conserve, des viandes diverses vont faire leur entrée sur le marché québécois.

Une portion de plus en plus grande de la population vit en ville et travaille à l'usine, ce qui réduit le temps accordé à la préparation des repas (Lambert 2006, 486).

Les deux grandes guerres vont également pousser plus loin la production de conserves. Il faut bien nourrir les soldats, même sur le champ de bataille! Les sardines, saumon et fèves au lard seront des alliés de tranchées. Pendant ce temps, au Québec, les coupons font rage. Les gens des villes et des campagnes doivent faire l'effort de guerre par l'alimentaire. Le sucre se fait plus rare. Les fermiers ont la vie légèrement plus facile, pouvant cultiver leurs propres menus! L'agriculture de subsistance est à son âge d'or.

Les années qui suivront la Deuxième guerre mondiale offriront une alimentation légèrement plus riche et avec un menu encore assez soutenant.

L'Exposition universelle de Montréal, en 1967, sera un autre moment charnière de l'alimentation québécoise : l'ouverture au monde et à ses cuisines. Derrière chaque porte des pavillons de l'Expo se trouve une panoplie de nouveaux mets que les baby-boomers

en culotte courte vont découvrir et adopter. Des chefs cuisiniers de ces différents pavillons vont d'ailleurs demeurer au Québec suite à l'aventure Expo '67 et offrir aux Québécois la gastronomie de leur pays d'origine (Lachance, 2008). Jean-Paul Grappe en est un bel exemple; il sera d'ailleurs l'un des fondateurs de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) qui ouvrira en 1968 et contribuera à la formation de futurs chefs et cuisiniers québécois.

L'agriculture québécoise entre dans la mondialisation des marchés à la même époque. Les politiques gouvernementales encouragent les fermiers à devenir des entrepreneurs, à prendre de l'expansion (Poirier 2010). Les monocultures et les grands troupeaux laitiers apparaissent, contribuant à la disparition de deux fermes familiales par jour au Québec durant les années 1970. En 1977, la décision des usines de traitement du lait spécifiant qu'elles n'accepteront plus la livraison du lait par bidon donne le coup de grâce aux petites fermes (Aubé 1996), les obligeant à se moderniser. En même temps que ces fermes, disparaissent le savoir-faire familial, des variétés de fruits (pommes et prunes, entre autres) et de légumes (presque toutes les variétés de carottes ou de courges) et des races patrimoniales (le cheval canadien, par exemple), au nom de l'économie de marché. Cela sonnera le glas pour l'agriculture de subsistance au Québec, ainsi que pour les races développées pour ce type d'agriculture, comme la vache canadienne, par exemple. Voyons un peu ces races patrimoniales.

La vache canadienne est un amalgame de races européennes arrivées avec les colons au début de la colonie. Petite vache robuste, elle s'est très bien adaptée au climat rude et au territoire varié de la Nouvelle-France ainsi qu'à l'offre fourragère des différents terroirs que les colons lui ont offert en pâturage. Presque aux limites de l'extinction en raison de sa faible production laitière, on redécouvre la vache canadienne aujourd'hui grâce à sa phénoménale capacité de production de caséine, protéine essentielle à la production fromagère. Le CARTV (Conseil des appellations réservées et termes valorisants) est à

étudier le cahier des charges d'une appellation réservée pour un fromage de la vache canadienne au moment d'écrire ses lignes.

Après dix ans de recherche, le frère Wilfrid crée à Oka une race de poulet : le Chanteclerc. Plumes blanches, presque pas de crête, cette poule est aussi bonne pour sa chair que pour sa ponte, puisqu'elle pond en moyenne 210 œufs par année, et ce, même en hiver. Cette race devait pouvoir survivre à l'hiver tout en produisant une ponte régulière. Auparavant, beaucoup de poulets mouraient durant l'hiver suite aux engelures de leur crête ou de leurs pattes. Le poulet Chanteclerc était donc le poulet parfait pour notre climat. Alors pourquoi n'est-il pas sur nos tablettes d'épicerie? Sa quasi disparition vient du fait qu'il est trop gros pour les cages de production d'œufs et également trop long à engraisser pour être élevé pour sa chair. Ainsi, il ne répond pas aux règles du marché de la production avicole.

Le poulet Chanteclerc est reconnu depuis peu comme l'une des trois races animales patrimoniales du Québec. Des éleveurs tentent de ramener la race à ses standards, mais des recherches sur sa génétique sont encore en cours. Il n'est pas certain qu'en ce moment, le poulet Chanteclerc tel que créé par le frère Wilfrid existe encore, d'où l'importance de ces recherches génétiques.

Les producteurs, les éleveurs, les agriculteurs sont des gens passionnés qui aiment leur travail. Ce regain de popularité des races patrimoniales s'inscrit dans un certain retour aux productions locales; la création du terme *locavore* (qui consomme des aliments locaux) ainsi que l'engouement pour les produits du terroir du Québec sont des effets de ce retour à des productions à échelle humaine que certains producteurs ramènent dans les campagnes du Québec. Le nostalgique fait également partie des marqueurs de ce renouveau des races patrimoniales et des fruits et légumes anciens. Renouer avec son passé, ses origines : les producteurs n'y échappent pas, eux non plus!

Il n'est donc pas étonnant que les années 90 marquent le début d'une utilisation plus marquée de la dénomination *produit du terroir* dans le vocabulaire populaire québécois. L'agneau de Charlevoix n'est encore qu'un projet à cette époque, mais il deviendra par la suite la première appellation réservée au Québec.

Autre moment marquant des années 90 et fondateur (à notre avis) est le débat sur l'utilisation du lait cru lors de la fabrication de certains fromages au Québec. Le gouvernement fédéral désirait interdire la vente de fromages au lait cru en le désignant comme un risque pour la santé. Un tollé chez les consommateurs s'ensuivit, le gouvernement recula mais exigea un affinage de 60 jours de la part des producteurs.

Le support des consommateurs a été déterminant dans la poursuite de l'utilisation du lait cru, mais également dans ce qui allait devenir, en 2008, la *Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*. Cette loi donna naissance au Conseil des appellations réservées et termes valorisants (CARTV), créé par le gouvernement du Québec dans le but de permettre aux producteurs de protéger leur travail par des appellations réservées.

Voici ce que nous trouvons sur le site du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, à propos de sa propre création :

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) a été mis sur pied par le gouvernement du Québec le 6 novembre 2006, en vue de l'application de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants. Cette loi vise à protéger l'authenticité de produits et des désignations qui les mettent en valeur au moyen d'une certification acquise en regard de leur origine ou de leurs caractéristiques particulières liées à une méthode de production ou à une spécificité.³

³ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (2013). *Qui sommes-nous?* Récupéré de www.cartv.gouv.qc.ca/qui-sommes-nous

La naissance du CARTV découle des conclusions du Groupe de travail dont est issu le Rapport Desjardins qui demandait la création d'un tel organisme pour l'application de la *Loi sur les appellations*.

Le Conseil des appellations réservées et termes valorisants a pour mission de :

Développer et maintenir des systèmes de reconnaissance, de certification, de surveillance et d'information permettant d'une part à des regroupements d'entreprises agroalimentaires d'utiliser une appellation pour des produits se distinguant par leur origine ou leur qualité, et d'autre part d'assurer l'intégrité desdits produits en vue de gagner la confiance de ceux et celles qui les consomment.

Le CARTV est en mesure de supporter les regroupements d'entreprises agroalimentaires dans leur cheminement vers une définition de leur produit. Une telle définition que celle de produit du terroir représente un défi pour les producteurs puisqu'elle implique que ces mêmes producteurs se regroupent sous une même vision du dit produit. D'où l'importance d'une base commune de travail : la définition de produit du terroir.

En fait, il n'existe pas d'appellation *produit du terroir* chapeauté par le CARTV, et puisque la dénomination *produit du terroir* comme appellation réservée ou terme valorisant n'existe pas, aucun produit ne peut porter la mention *produit du terroir* sur son étiquette, cette dénomination n'ayant aucune existence légale en ce moment. Pour avoir une appellation au Québec (telle que l'appellation d'origine (AO) ou l'indication géographique protégée) le produit doit avoir un lien avec le terroir mais ne peut porter la désignation de produit du terroir sur son étiquette.

Un producteur (ou un ensemble de producteurs) crée un cahier de charges détaillant les différentes étapes à suivre et à respecter pour faire, par exemple, la carotte de Chambly (produit fictif). Le producteur explique dans ce cahier de charges la teneur du produit en tant que spécificité d'une région ou d'un territoire, du savoir-faire qui en découle ou

encore du terroir qu'il représente. C'est une façon de protéger un produit ou un savoir-faire d'un territoire donné. Selon la *Loi* :

54. L'accréditation confère à un organisme de certification à l'égard de l'appellation réservée reconnue ou du terme valorisant autorisé les obligations et pouvoirs suivants :

1. mener un programme de certification des produits conforme au référentiel le concernant ;
2. se garder de restreindre indûment l'accessibilité de ses services à ceux qui sont visés ou dont les activités sont contrôlées par un cahier des charges ou un règlement autorisant un terme valorisant ;
3. certifier des produits désignés par l'appellation réservée reconnue conformes au cahier des charges ou certifier des produits désignés par le terme valorisant autorisé conformes au règlement du ministre ;
4. s'assurer du respect par ceux qui sont inscrits du cahier des charges ou des normes définies par règlement du ministre ;
5. recevoir et transmettre au Conseil tout projet de modification à un cahier des charges ;
6. tenir à jour et rendre accessibles la liste de ceux qui sont inscrits de même que leurs coordonnées d'affaires ainsi que la liste des produits qu'il certifie, lesquelles ont un caractère public ;
7. imposer une contribution à ceux qui sont inscrits pour couvrir ses frais d'exploitation. 2006, c. 4, a. 54.⁴

Ce travail effectué, le producteur dépose sa demande de certification accompagnée du cahier de charges auprès du CARTV ; celui-ci l'évalue, le présente en consultation et demande parfois certaines modifications. Le cahier de charges et l'appellation seront alors approuvés, permettant ainsi au producteur de s'afficher comme une appellation contrôlée, aux consommateurs et aux chefs qui seront de ce fait en mesure d'identifier et d'acheter ce produit clairement présenté comme une appellation réservée.

Ce processus étant clairement explicité, voyons maintenant la création de la définition de produit du terroir et sa relation avec l'appellation réservée. Il est important de noter que

⁴ Conseil des appellations réservées et termes valorisants. (2013). *Chapitre IV : Accréditation*. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/chapitre-iv-accreditation>

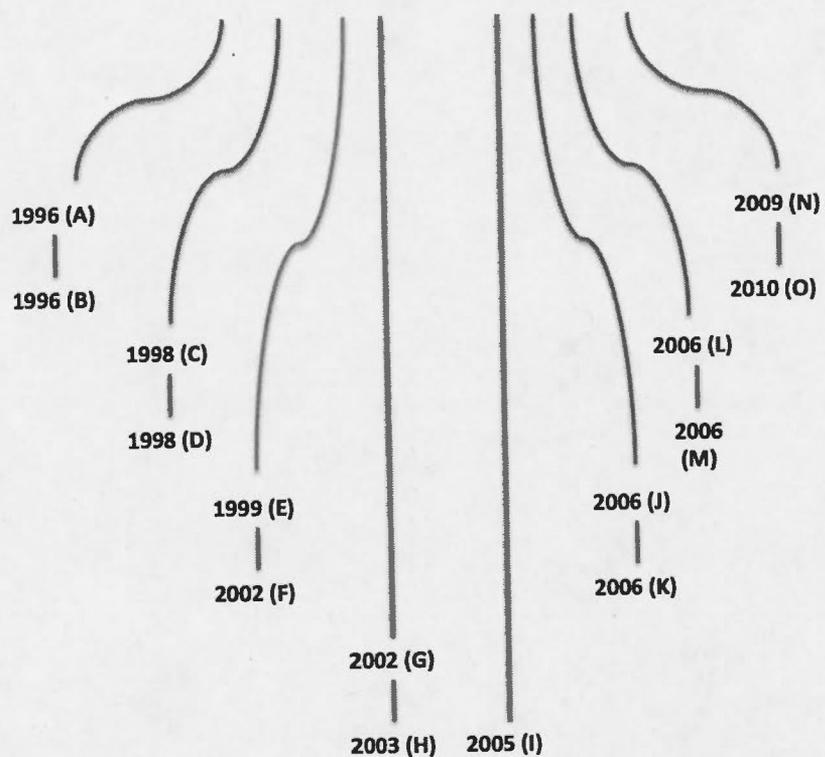
les organisations agricoles (UPA, Solidarité rurale du Québec, Union paysanne, etc.), se sont impliquées de diverses façons pour éclairer le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) sur la pluralité des facettes que devait représenter la définition de produit du terroir. Prenons le cas de Solidarité rurale du Québec, par exemple. Depuis 1999, cet organisme s'implique auprès des producteurs dans la création de produit au Québec. Solidarité rurale (qui existe depuis 1991) voit à la promotion de la ruralité et est un service-conseil auprès du gouvernement du Québec en cette matière. Il a pris part au Groupe de travail sur le Rapport Desjardins et est responsable, entre autres, du Symposium international sur l'économie des terroirs et de la publication d'un inventaire⁵ des terroirs (alimentaires ou non). La notion de terroir est particulièrement en vedette dans les revendications de ce regroupement et le bien-être du producteur est tout autant un enjeu pour la réussite et la poursuite de la survie d'un produit du terroir (Solidarité rurale du Québec 2005). L'implication de ces différentes organisations nous permettra de mettre en lumière notre cadre théorique. Le cadre théorique de ce mémoire sera essentiellement basé sur le concept de la négociation développé par Strauss dans son livre *La trame de la négociation*, que nous expliquerons plus en détails au chapitre 2.

Voyons maintenant comment, dans le temps, se détaille le contexte sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir.

⁵ « Coffret *Les Terroirs* comprenant De nature à culture: les produits du terroir, premier inventaire des produits du terroir québécois, septembre 2002, 204 pages et Mémoire des terroirs, étude pour un premier inventaire sélectif des produits du terroir... » Récupéré de <http://www.ruralite.qc.ca/fr/Achat/Livres/Coffret-Les-Terroirs-collection-Etudes-rurales>

Tableau 1.1 : Schématisation du contexte structurel

**Historique du contexte structurel de la création de la
définition de produit du terroir du CARTV**



© Nathalie Lachance

Explications :

Nous nous sommes basé en grande partie sur les dates que nous avons trouvées au cours de nos recherches, mais également sur certaines dates importantes que Solidarité rurale (entre autres) a soulignées lors de son propre processus de recherche pour la création d'une définition de produit du terroir au Québec. Voici donc les dates retenues pour le processus sociohistorique qui a mené à la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants :

- A) 1996 : Affaire du lait cru : Santé Canada veut interdire la commercialisation du fromage au lait cru au Canada. Un tollé s'ensuit; Luc Mailloux, producteur du fromage Chevalier-Mailloux, et bien d'autres, s'insurgent contre ce projet de loi. Santé Canada recule, mais à la condition que les fromages au lait cru soient affinés un minimum de 60 jours avant de rejoindre les tablettes des marchés;
- B) 1996 : *Loi sur les appellations réservées* : adoptée par le gouvernement du Québec. Le gouvernement la reprendra pour qu'elle devienne la *Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*, dix ans plus tard;
- C) 1998 (mars) : Conférence sur l'agroalimentaire à Saint-Hyacinthe : certains acteurs du milieu agroalimentaire québécois se mettent d'accord sur la nécessité de l'identification et de la traçabilité des produits alimentaires québécois;
- D) 1998 : Mesure de soutien au développement des produits du terroir : gérée par la Direction du développement des régions et de l'innovation rurale du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche (MDERR). Voyons ici à quoi a servi cette mesure, selon le rapport d'évaluation qu'a produit madame Virginie Cimon-Morin à ce sujet :

Cette mesure vise spécifiquement la sauvegarde et la pérennité des savoirs et des traditions du patrimoine local et régional. Elle constitue la seule mesure du gouvernement québécois assistant financièrement les promoteurs des milieux ruraux, qui mettent en valeur les produits agroalimentaires et agroforestiers représentatifs des terroirs locaux et régionaux du Québec. Les projets admissibles correspondent à des activités liées à l'implantation et l'expansion d'une entreprise artisanale, dans le cadre de la relance ou de la valorisation d'un produit du terroir québécois : mise en place, démarrage, expansion de la production (ou transformation) et mise en marché.⁶

⁶ Québec. Assemblée nationale. (2004, octobre). *Rapport d'évaluation de la mesure soutien au développement des produits du terroir*. (2004) Rapport déposé en octobre 2004 au Ministère du développement économique et régional et de la Recherche. Québec : Gouvernement du Québec. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs57611>

- E) 1999 : Symposium international sur l'économie des terroirs (organisé par Solidarité rurale) : revoir le terroir comme un patrimoine culturel et en faire la conservation et la promotion;
- F) 2002 : Produit par Solidarité rurale, *De nature à culture : les produits du terroir. Premier inventaire des produits du terroir québécois* (2002) est une petite tablette dans laquelle nous retrouvons des produits alimentaires, certes, mais également des savoir-faire du textile, par exemple. Cette tablette est, en quelque sorte, le premier répertoire des produits du terroir québécois;
- G) 2002 (septembre) : Début des travaux du Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir. De ce groupe sera issu le rapport présenté à la ministre Françoise Gauthier, plus communément appelé le Rapport Desjardins, du nom de sa présidente, la chef Aline Desjardins;
- H) 2003 (octobre) : Dépôt du Rapport du Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir (Rapport Desjardins);
- I) 2005 : Consultation publique sur le projet de loi 113 modifiant la *Loi sur les appellations réservées*. Une vingtaine de mémoires seront déposées, dont plusieurs par les acteurs présents lors du groupe de travail du rapport Desjardins. Suite à ces consultations, les dénominations *fermier*, *artisan* et *terroir* disparaîtront du projet de loi, les règles pour l'affichage de ces dénominations n'étant pas assez sévères au goût de certains acteurs;
- J) 2006 : *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* adoptée par le gouvernement du Québec;
-

- K) 2006 (novembre) : Mise sur pied par le gouvernement du Conseil d'appellations réservées et termes valorisants. Le CARTV est un organisme qui veille au respect de la *Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*, apporte du soutien aux producteurs lors de la création d'un cahier de charges et dépose devant le ministre les nouvelles appellations pour approbation ministérielle;
- L) 2007 : Produits québécois d'identité : Une proposition faite durant les consultations publiques du rapport Desjardins était de mettre à la disposition des producteurs d'autres types d'appellations tels que produit d'identité. Voici la présentation des possibilités d'une pareille définition par le CARTV :

...fournir aux commissaires une vision de ce que pourrait être une stratégie intégrée pour développer, reconnaître et promouvoir des produits québécois d'identité en agriculture et agroalimentaire. La mise en place d'une stratégie intégrée de reconnaissance et de promotion des produits québécois d'identité a pour objectifs de :

- Favoriser la production de produits avec identité (provenance, origine ou qualité);
- Assurer au Québec le développement de produits de qualité distinctive par rapport aux produits courants;
- Faire progresser la demande des produits québécois d'identité au Québec et à l'étranger.⁷

- M) 2009 (mars) : Première Indication géographique protégée (IGP) : Agneau de Charlevoix. Une décennie a été nécessaire aux producteurs d'agneau de Charlevoix pour en arriver à l'appellation réservée « Agneau de Charlevoix ». L'agneau de Charlevoix devient, par le fait même, la première appellation réservée au Québec et en Amérique du Nord;

⁷ Conseil des appellations réservées et termes valorisants. (2007) *La reconnaissance et la promotion des produits québécois d'identité*, Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec. Récupéré de http://www.caaag.qc.ca/userfiles/File/Annexes-memoire/Memoire_CARTV.pdf

N) 2010 : *Règlement sur les appellations réservées* : Certaines précisions ont dû être apportées à la *Loi des appellations réservées et termes valorisants*, dont nous vous présentons ici quelques articles :

4. À moins d'incompatibilité, les exigences de la norme internationale ISO/CEI 17011. Exigences générales pour les organismes d'accréditation procédant à l'accréditation d'organismes d'évaluation de la conformité, s'appliquent au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants relativement à l'accréditation des organismes de certification. Le référentiel élaboré par le conseil, pour l'évaluation des demandes d'accréditation des organismes de certification, doit correspondre à la norme internationale ISO/ CEI Guide 65 - Exigences générales relatives aux organismes procédant à la certification de produits. Lorsque l'Organisation internationale de normalisation (ISO) modifie ou remplace une norme visée au présent article, la norme modifiée ou remplacée s'applique dans les six mois qui suivent sa publication par cette organisation. Le Conseil fournit aux organismes de certification le référentiel auquel ils doivent se conformer lorsqu'ils demandent une accréditation.

5. Le présent règlement remplace le Règlement sur les appellations réservées édicté par l'arrêté A.M.1997 du ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, du 10 septembre 1997.⁸

Nous avons sélectionné ces dates dans un but précis : voir si effectivement il y avait une possibilité de subjectivation des acteurs, ce qui serait un indicateur intéressant des possibilités de négociation dans le processus de création de la définition.

Nous pouvons constater que, dans ce contexte précis, il y a eu subjectivation; tant dans le désir de créer des fromages au lait cru, par exemple, que pour donner voix aux producteurs. Nous retenons trois éléments nécessaires à la création du sujet :

1. Résistance à une forme de domination;
2. L'amour de soi;

⁸ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Règlement sur les appellations réservées*. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/reglement-sur-appellations-reservees>

3. La reconnaissance des autres comme potentiel sujet et de l'appui aux institutions qui donnent des chances au plus grand nombre de devenir sujet (Touraine 1994).

Avons-nous quelques exemples de cette subjectivation dans le contexte sociohistorique dépeint précédemment? Nous pouvons par exemple reprendre 1996 (A) avec l'affaire du lait cru où des producteurs se sont opposés à des éléments de la loi fédérale. Des producteurs se sont intéressés à la connaissance des lois et règlements pour mieux comprendre en quoi leur créativité de produits différents du marché « dérangeait » le système en place. Les producteurs ont intégré des connaissances, ont amené cette situation sur la place publique, l'ont sortie du privé pour démontrer le bien-fondé de leurs revendications. Ces actions sont des critiques, une forme de mobilisation contre l'ordre établi (produits alimentaires uniformes venant de partout, fromages produits en usine, par exemple). La subjectivation par la construction d'un produit est une démonstration simple d'une compréhension de la politique des marchés au Canada en ce qui a trait aux fromages au lait cru.

Créer un produit du terroir est plus qu'un projet de vie personnel, c'est également une construction de subjectivation, c'est un positionnement; le désir de devenir acteur de son propre projet, traversé par les interactions sociales, et de devenir plus qu'une histoire personnelle.

1.2 Recension des écrits

1.2.1 La situation de la définition de produit du terroir en France, en Europe et au Québec

Au XIX^e siècle, Brillat-Savarin met au goût du jour le besoin de parler, d'exprimer le plaisir organoleptique qu'offrent certains plats. D'autres auteurs de l'époque en seront

influencés, au point d'écrire eux-mêmes sur le plaisir de manger : Zola, Maupassant, Dumas...

Au tournant du XX^e siècle, des clubs de gastronomie mettront des mots en plus des plats en bouche de leurs membres. Ainsi, le discours gastronomique se perpétuera dans le temps et dans l'usage en France. L'utilisation du terme terroir prendra tout son sens et en perdra également dans ce périple qu'est l'histoire de l'alimentation.

Cette utilisation doit d'abord faire sens. Dans le cas de l'utilisation du mot terroir, la définition est en cause. Nous en verrons ici plusieurs versions, en France comme au Québec.

Le travail de recension des écrits a été mené durant tout le processus d'écriture de ce mémoire. L'alimentation est un domaine en évolution constante. Des articles, des livres, des reportages, des documentaires, des opinions, des blogues, des émissions, des entrevues tombent à foison dans notre boîte de recherche, et ce, à chaque jour. La sélection demande énormément de temps, bien que *produit du terroir* soit un terme qui ressorte moins souvent et moins fréquemment qu'alimentation. Comme la cuisine est très à la mode depuis quelques années et qu'on peut compter un peu plus de 160 émissions à caractère culinaire durant l'année 2013-2014 au Canada, il n'est pas surprenant que la somme de travail consacrée à la veille médiatique que nous avons mise en place demeure énorme, encore aujourd'hui. La situation de la définition de produit du terroir ne bouge pas énormément, mais la discussion est encore vive.

Au Québec, les écrits sur le sujet ne sont pas légion, mais en constante progression. Les Ateliers de l'honnête volupté à l'UQAM, par exemple, ont été créés suite à l'intérêt grandissant de certains scientifiques pour l'alimentation, mais en dehors du champ de la nutrition. Ces ateliers couvrent un large éventail de questions, que ce soit l'alimentation en Grèce antique, les produits du terroir, l'actualité alimentaire, etc. Des scientifiques de

tous horizons, des étudiants, des néophytes font partie des orateurs et des auditeurs de ces ateliers.

Nous n'avons retenu, pour cette recension, que les articles et les livres qui apportent un éclairage significatif à la compréhension de la définition de produit du terroir au Québec. Il est essentiel de comprendre la provenance de cette définition, mais aussi les enjeux qui ont entouré sa création, l'influence des acteurs de cette création, les actions qui ont été prises pour établir cette définition, les lois, les cahiers de charges, etc., mais également, ce qu'elle devient aujourd'hui ainsi que ses perspectives d'avenir.

Nous nous concentrerons donc sur certains textes qui représentent le mieux, selon nous, la situation au Québec. Commençons avec cette définition récente de Jean-Pierre Lemasson et A. Trubek :

Le mot terroir, par ses connotations culturelles et sensorielles, évoque inévitablement la France. Même si ce terme est difficile à traduire en anglais, il exprime les qualités sensorielles de la nourriture (incluant les boissons) et constitue le cadre où s'articulent, de manière dynamique et convergente, les relations entre les hommes, les lieux et les goûts. La preuve en est dans les décisions de localisation des vignes que prennent les viticulteurs, dans le choix des cépages à planter, dans les méthodes d'élaboration du vin et dans la manière de discourir sur son originalité. Ce cadre intégrateur est aussi celui où dialoguent les fermiers, les viticulteurs ou les producteurs de fromages tout comme les représentants des pouvoirs publics et les chercheurs responsables de la gestion et de la promotion de cette relation unique avec un territoire délimité. Si historiquement le terroir a émergé comme un lieu d'interface entre le travail des hommes et la nature à travers l'agriculture, actuellement le terroir est un outil qui permet d'organiser une coopération exigeante mais profonde entre les acteurs de la production — dont les fermiers, viticulteurs et fromagers — et l'État français.⁹

⁹ Jean-Pierre Lemasson et A. Trubek. «Terroir Products in North America: Dreams or Future Reality?». *Cuizine: The Journal of Canadian Food Cultures / Cuizine : revue des cultures culinaires au Canada*. 2, no 2 (2010) : 12. Récupéré de <http://www.erudit.org/revue/cuizine/2010/v2/n2/044347ar.html>

L'utilisation « de terroir » ramène au vignoble, au sens de terre, du sens organoleptique que la terre a comme influence sur le goût, qui émane du produit de terroir et que l'on retrouve fréquemment dans les écrits des chercheurs français. L'originalité d'un produit se trouve à l'intérieur du goût qu'il produit, mais également du sens qu'il donne : la production de mémoire, d'histoire. Le terroir n'est pas que terre, sol, mais également sens. Poulain et Corbeau présentent le terroir différemment, en mettant l'accent sur cette dimension référentielle, sur les plans géographique et personnel :

...les cuisines régionales ou de terroir ne peuvent l'être que pour ceux qui signifient leur appartenance en les incorporant. C'est le sens conféré par le mangeur qui décide du caractère endotique ou exotique d'un plat, de son aspect régional ou international. Pourtant, certains plats et leurs saveurs sont perçus comme de terroir par des cuisiniers et des mangeurs se trouvant à de grandes distances du lieu initial de production (...) Souvent, les références gustatives des produits que l'on dit réalisés comme avant n'existant plus, ceux-ci deviennent de véritables créations conceptualisées comme authentiques, baignant dans la mythologie.¹⁰

L'importance accordée aux produits de terroirs revient à l'utilisateur desdits produits, selon Poulain. Les producteurs, certes, sont porteurs de la fierté de leurs produits, mais n'ayant d'autres médias que les consommateurs et les restaurateurs pour en faire la promotion, l'appellation réservée devient primordiale. Le sens de terroir revient donc au mangeur, au consommateur de produit du terroir et non pas à l'industrie qui veut définir ce que le consommateur-mangeur met dans son assiette. Le pouvoir des mots prend tout son sens ici. Le consommateur doit comprendre et rechercher le produit du terroir pour qu'il existe. Mais s'il n'est pas clairement identifié comme tel?

Bérard et Marchenay (2004), quant à eux, ouvrent sur une valeur différente du produit du terroir, soit par le social :

¹⁰ Jean-Pierre Poulain et Jean-Pierre Corbeau. *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité.* (Toulouse : Privat, 2002), 111.

On continue de préférer une cuisine bourgeoise tout en lui attribuant une valeur esthétique. Ce qui a pour conséquence de l'éloigner d'autant de l'ordinaire des terroirs. Élever la cuisine au rang d'art, c'est lui fournir une légitimité supplémentaire (...) L'enracinement des terroirs est un remède radical aux diverses formes de déracinement économique, ethnique, humain, animal ou végétal.¹¹

La nostalgie (qui est très présente tant à la télévision que dans l'assiette) ramène le consommateur à son enfance, aux petits bonheurs oubliés. Intégrer les produits du terroir à cette nostalgie revient à leur donner un autre rôle. Représentatifs des savoir-faire français, les produits de terroir sont un facteur identitaire puissant pour les régions et les tables qui les présentent. Le produit du terroir peut être un facteur identitaire dans la mesure où ses caractéristiques rassemblent plusieurs individus par un lien. Dans le cas du produit du terroir cela peut être le rappel d'un souvenir d'enfance. Continuons avec Bérard et Marchenay (2004):

L'expression « produit de terroir » renvoie à une vaste catégorie fourre-tout, sujette en France à de nombreuses interprétations qui brouillent les pistes et rendent la situation d'autant plus difficile à analyser. Ainsi, ils sont souvent assimilés aux produits fermiers, sans autre particularité que celle d'être élaborés à l'échelle de l'exploitation agricole et à partir des matières premières qu'elle fournit. Ils peuvent comprendre, pour certains, les spécialités très répandues chez les pâtisseries et les confiseurs que l'on peut assimiler à des créations.¹²

Il semble y avoir un flou dans la définition de produit du terroir également en Europe. La nécessité de définir précisément le terroir, par contre, est manifeste. En France, le terroir vinicole est une distinction, une marque, mais également un territoire. Boire un vin de Bourgogne a une signification. La notion de terroir revient à une notion de lieu, mais également de savoir-faire. Le terroir peut être transformé, mais également dans sa forme naturelle, être un objet ou une pratique. La réputation d'un lieu est liée à sa

¹¹ Laurence Bérard et Philippe Marchenay. *Les produits du terroir : Entre culture et règlements*. (Paris : CNRS Éditions, 2004), 72.

¹² *Ibid.*

production et aux choix que les producteurs ont faits au début de l'histoire de ce produit. L'activité humaine est en cause. Elle influe sur le terroir, sur le produit et sur le consommateur en bout de ligne. Reprenons encore Bérard et Marchenay (2004):

La problématique récurrente du terroir est propre à la France. Le terme même est quasiment intraduisible dans les autres pays, y compris ceux d'Europe du Sud, pourtant culturellement et linguistiquement proches. En Espagne, on parle de « *productos de la tierra* », produits de la terre; en Italie des produits « *nostrale* » ou « *tipici* », de chez nous ou typiques. Attesté dès le début du XIII^e siècle, le « terroir » est d'abord synonyme d'espace, de terre, de territoire, dont il serait une altération. Mais si le mot garde ce sens jusqu'au XVIII^e siècle, il désigne également, dès le XIII^e siècle, la terre considérée du point de vue de ses aptitudes agricoles et plus particulièrement le sol apte à la culture de la vigne. Au milieu du XVI^e siècle, il entre dans l'expression « goût du terroir » à propos d'un vin (...) ¹³

Le langage prend également la suite de ce débat de ce que représente le produit du terroir. En Europe, le sens même de terroir peut compliquer la terminologie. Il suffit de voir cette même terminologie en Italie, où l'utilisation se divise en deux mots : *nostrale* et *tipici*. La traduction du premier ramène à une appropriation du produit, de chez nous. Porteur d'identité, de mémoire, incluant toujours ce même facteur social; alors que *tipici* ramène à la typicité du terroir, au sol, au producteur lui-même. Les deux mots sont donc porteurs de sens autant que de savoir-faire :

Aujourd'hui, l'INAO (Institut nationale des appellations d'origine) donne du terroir la définition suivante : un système au sein duquel s'établissent des interactions complexes entre un ensemble de facteurs (techniques, usages collectifs...), une production agricole et un milieu physique (territoire). Le terroir est valorisé par un produit auquel confère une originalité (typicité). ¹⁴

¹³ Laurence Bérard et Philippe Marchenay. *Les produits du terroir : Entre culture et règlements*. (Paris : CNRS Éditions, 2004), 72.

¹⁴ *Idem*.

Le terroir n'est plus seulement un sol typique. Il est technique, il est territoire, il est typicité. Nous sommes dans l'identitaire mais également dans le social puisque l'interaction entre les individus est nécessaire pour produire cette typicité, ce terroir. L'intégration de savoir-faire, la recherche de sens d'un produit par ce qu'il est, ce qu'il reproduit dans la mémoire collective en fait selon nous un facteur identitaire à observer.

1.2.2 La situation au Québec

La définition de produit du terroir au Québec prend une autre dimension que celles que nous venons de voir en France et plus largement en Europe. La jeunesse de cette recherche de sens, de définition de produit du terroir, laisse encore place à beaucoup de réflexion et d'amélioration. Mais voyons ce que nous avons trouvé à ce sujet dans la littérature québécoise.

La Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ) a mis sur pied, en mai 2006, une consultation publique qui a permis à plusieurs intervenants de se prononcer sur les différentes avenues offertes aux producteurs du Québec. Voici les objectifs que le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) lui avait fixés :

- dresser un état de situation sur les enjeux et les défis de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois;
- examiner l'efficacité des interventions publiques actuellement en place;
- établir un diagnostic;
- faire des recommandations en tenant compte des défis de la compétitivité et des revenus agricoles, des attentes sociétales et de la mise en valeur des potentiels régionaux.¹⁵

¹⁵ Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. (2008). *Accueil*. Récupéré de www.caaaq.gouv.qc.ca/index.fr.html

La Commission a visité 15 régions, les commissaires ont lu environ 720 mémoires avant de présenter le Rapport sur la situation de l'agriculture et l'agroalimentaire au Québec, le 31 janvier 2008. Cette Commission répondait, en fait, aux questionnements des Québécois sur l'environnement, sur la situation des agriculteurs, tant dans leur quotidien (subvention, organisation du travail (UPA)), que dans leurs interventions sur l'environnement (engrais chimiques, conditions de vie des animaux, etc.).

Après consultation de tous les mémoires de cette commission déposés en ligne sur le site du MAPAQ, force est de constater que le mot « terroir » n'a été utilisé que 14 fois par les intervenants, pourtant très au fait de l'actualité agricole du Québec. Nous avons consulté les quelque 720 mémoires déposés sur le site de la CAAAQ, ainsi que le rapport final. Nous avons écouté également les quelques allocutions faites dans le cadre de la Commission disponibles sur le site, pour constater la quasi absence du produit du terroir dans l'intérêt des acteurs en présence sur cette réflexion de l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire au Québec. Nous présentons ici quelques-uns des acteurs et des mémoires de cette Commission. Nous avons choisi ces acteurs en premier lieu parce qu'ils mentionnent les produits du terroir; en second lieu, ce sont des acteurs connus pour leur implication dans les différentes actions en lien avec le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants.

Solidarité rurale du Québec est l'un des principaux acteurs de cette Commission; sa mission est la suivante : « promouvoir la revitalisation et le développement du monde rural, de ses villages et des communautés. »¹⁶ Ne trouvant pas leur place au sein de l'Union des producteurs agricoles (UPA), de petits producteurs ont fondé Solidarité rurale en 1991.

¹⁶ Solidarité rurale du Québec. (2015). Récupéré de <http://www.ruralite.qc.ca/fr/SRQ>

Depuis les années 1970, le ministère de l'Agriculture a vu ses buts et projets prendre des dimensions plus industrielles et mondialistes. Solidarité rurale, devant cet état de fait, prône entre autres, le choix du producteur de travailler à une échelle plus humaine tout en ayant droit, tout de même, aux subventions que le Ministère propose à un producteur de type plus industriel. Comme la plupart des intervenants de cette Commission, Solidarité rurale n'a pas réellement présenté une définition de produit du terroir, mais plutôt une opportunité de faire découvrir aux Québécois et au marché international le potentiel qu'offre la production de tels produits sur le territoire québécois.

Agrobiopole, quant à lui, est un organisme qui soutient les entreprises voulant développer un produit ou une pratique innovante en agroalimentaire ou en agriculture et, surtout, les producteurs désirant développer un produit du terroir. Agrobiopole¹⁷ a également présenté un mémoire à la Commission. Agrobiopole identifie le terroir de la façon suivante :

Une des caractéristiques du Québec rural est la production d'une large gamme de produits de spécialités, notamment dans les domaines de l'agroalimentaire et de l'agroforesterie. Souvent, ces produits sont associés au terroir et au patrimoine particuliers d'une collectivité, aux caractéristiques géographiques, climatiques ou géologiques du territoire, ou au savoir-faire et à l'ingéniosité des concepteurs.¹⁸

Associé au monde rural, le produit du terroir a, dans cette présentation, une spécificité (non seulement de ruralité) mais également de territoire et de savoir-faire; faisant partie d'une collectivité, d'une société qui en une de ces caractéristiques de cohésion entre les membres de cette même collectivité.

¹⁷ Connue sous l'appellation Agrobiopole – BSL, cet organisme s'appuie sur l'établissement d'un système productif basé sur l'implantation d'éléments structurants, permettant de compléter le volet académique et institutionnel existant.

¹⁸ Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. (2007). *Innover ou s'estomper*. Récupéré de <http://www.caaaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Memoire2/01-22-P-Agrobiopole.pdf>

Nous revenons sur le travail que le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants a dû abattre pour en venir aux appellations réservées. Mais tout d'abord, il faut souligner que le CARTV est issu d'un groupe de travail dont le rapport suggérait la création d'un tel organisme gouvernemental qui chapeauterait les appellations réservées et les termes valorisants au Québec. Ce groupe de travail présidé par Anne Desjardins a également donné le ton à la loi sur ces mêmes appellations. De ce groupe de travail est issue la définition suivante :

Un produit du terroir est un produit qui provient (ou dont les principales composantes proviennent) d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ces caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnel ou émergent, et de ses habitants.¹⁹

La présentation d'un territoire, d'un savoir-faire et de la représentation identitaire qu'offre l'imaginaire d'un produit du terroir est démontrée par cette définition; une définition englobante puisqu'il y est autant question des savoirs, savoir-faire et d'identité.

La recherche de définition de produit du terroir se perçoit également dans les journaux. Marie Allard, dans son article *Peu d'aliments québécois dans nos assiettes*²⁰, nous présente une action que le MAPAQ a posée pour l'industrie agroalimentaire québécoise avec sa campagne *Mettez le Québec dans votre assiette*, action qui est en marche depuis 2008. Madame Allard nous décrit les produits du Québec, les différentes appellations réservées, mais ne fait nulle part mention de « produits du terroir ».

¹⁹Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Questions autour du terroir*. Récupéré de <http://cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir>

²⁰ Allard, M. (2011, 25 juin). Peu d'aliments québécois dans nos assiettes. *La Presse*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/actualites/national/201106/24/01-4412402-peu-daliments-quebecois-dans-nos-assiettes.php>

Au cours de la recension des écrits, nous avons trouvé une autre appellation intéressante : celle de patrimoine gastronomique, davantage utilisée en littérature et en histoire. Le patrimoine gastronomique se définit différemment, selon l'auteur qui l'emploie.

Marie-Noëlle Aubertin dédie son projet de thèse au doctorat en littérature à la définition de ce qu'est le patrimoine gastronomique québécois. Elle aborde la gastronomie québécoise dans un article qui résume les lignes de pensées du colloque de l'ACFAS des 10 et 11 mai 2012 à Sherbrooke : *Lectures du patrimoine alimentaire : Pour une étude de la gastronomie québécoise*. Elle commence par définir la gastronomie comme étant « ...l'ensemble des pratiques, des règles et des prescriptions partagées par une population à propos de l'acte alimentaire-production, transformation ou consommation de la nourriture. »²¹

Définition intéressante puisque cette définition de gastronomie se prend dans un sens très large, ce qui revient à dire que tout est gastronomie, du moment où quelques-uns statuent que ce qu'ils sont en train de faire est de la gastronomie. Aubertin (2011) présente finalement cette définition du terroir :

Il réfère bien sûr à un lieu possédant certaines aptitudes agricoles. Dans l'imaginaire collectif, le terroir devient un lien physique entre notre époque et des pratiques qu'on suppose issues du passé. Il semble advenir symboliquement lorsque l'authenticité et l'artisanat d'une pratique permettent à un producteur de s'inscrire en héritier de ceux qui, comme lui, ont transformé ou cultivé les aliments de manière semblable.²²

²¹ Aubertin, M-N. (2011). Ingrédients de base pour un patrimoine gastronomique. *Continuité*, 130, 19

²² *Ibid.*

Le retour à la nostalgie par le terroir est un des sujets qui reviennent fréquemment dans la recherche de définition de produit du terroir au Québec. Le Québec n'ayant qu'un peu plus de 400 ans, il est normal que son inventaire de produits du terroir soit un peu moins riche que celui de la France, par exemple.

Conclusion

La structuration d'une définition demande une certaine recherche pour en arriver à un résultat probant. Le gouvernement du Québec a fait ses devoirs, a observé ce qui se faisait ailleurs, a cherché un moyen de protéger les produits qui se démarquent et qui offrent une possibilité d'attachement au terroir. Les différents textes présentés reviennent à une forme de nostalgie de l'identité, de retour à la terre, peu importe que ce soit un produit récent ou vieux de 300 ans.

L'histoire du Québec s'est bâtie en grande partie sur la recherche d'une alimentation d'abord de subsistance; vint ensuite la création de soi par l'affirmation d'une identité alimentaire francophone québécoise mais teintée de la découverte de l'Autre, notamment par l'omniprésence de produits anglais.

L'esprit de découverte des années 1960-1970 et la mondialisation plus forte des marchés ont ouvert la porte à une redécouverte de l'aliment comme partie de soi. Ce retour à soi a pris de l'ampleur à un point où il devenait essentiel de retrouver au Québec des produits locaux, des produits du terroir. Certains producteurs agroalimentaires (les producteurs de fromages, entre autres) ont voulu revenir non pas à une agriculture de subsistance, mais plutôt à une production alimentaire plus humaine, plus près de certaines valeurs. Il devenait alors inévitable qu'une forme de subjectivation politique

apparaisse; l'affirmation de soi par une production différente dans un contexte agricole différent.

La création d'une définition est devenue importante, au point de donner naissance à un groupe de travail qui a produit un rapport sur la question. La réponse est là, dans cette subjectivation nécessaire pour en venir à une négociation prolifique. La recherche de sens formé de compréhension du contexte étant maintenant établie, voyons maintenant le questionnement que cette recherche a créé.

CHAPITRE II

PROBLÉMATIQUE, HYPOTHÈSE, MÉTHODOLOGIE ET ANALYSE

Comment tout cela devient-il une définition? Quelles sont les embuches, les écarts, les problèmes que les acteurs de cette recherche de sens rencontrent lors de la création d'une définition? L'impact de ces acteurs est un des aspects des interrogations de ce présent chapitre : comment la négociation entre individus d'univers différents peut-elle mener à la création d'une définition unique et utile?

Nous y verrons la problématique, l'hypothèse ainsi que la méthodologie que nous avons utilisées pour bien comprendre le processus de négociation de la construction sociohistorique de la définition de produit du terroir du Conseil d'appellations réservées et termes valorisants du Québec (CARTV).

2.1 Mise en contexte du choix de l'objet et de sa pertinence

Nous verrons tout d'abord ce qui nous a influencée pour en venir au sujet de recherche de ce mémoire.

Nous avons complété le Certificat en gestion et pratiques socioculturelles de la gastronomie de l'UQAM pour mieux comprendre notre objet d'études. Ce certificat permet aux personnes impliquées dans le milieu de la gastronomie de pousser leurs réflexions un peu plus loin, de comprendre et d'approfondir certains des enjeux de la gastronomie : l'environnement, l'agriculture, la société, les pratiques alimentaires, la nutrition, la culture, etc. Cette approche multidisciplinaire nous a permis d'avoir une vision globale de la question de la gastronomie au Québec, mais également de la

production de terroir. Certains de ces cours étaient donnés à l'époque par Jean-Pierre Lemasson, fondateur et directeur (à l'époque) du certificat. Un cours était entièrement consacré à la question du produit du terroir au Québec. C'est ce cours (Terroir et gastronomie (EUT 5503)) qui est à l'origine de ce mémoire.

C'est ainsi que le questionnement sur la définition de produit du terroir au Québec a germé et est devenu l'objet de cette recherche. Il est alors apparu évident que la définition de produit du terroir avait un rôle, était un facteur possiblement identitaire en matière alimentaire au Québec. L'identité, la subjectivation, la négociation, l'interaction des mondes sociaux, tout se mettait en place pour constituer ce qui nous semblait un objet de recherche sociologique.

2.2 Problématique

La production d'un produit du terroir permet au producteur de se réaliser en tant que tel; de penser, de refaire le geste appris et transmis durant des décennies, voire des siècles. Or, en permettant tout autant à une société de se reconnaître des savoir-faire, des artisans, ainsi que du patrimoine qui passe l'épreuve du temps, le produit du terroir acquiert une valeur sociale, susceptible de refléter la culture de toute une communauté, d'une région ou même d'un pays.

Ainsi, le produit du terroir devient une originalité d'un producteur, d'une région et que le consommateur reconnaît comme un produit du terroir, à travers un savoir, un savoir-faire, voire du savoir-être. Ou mieux encore un territoire, un savoir-faire et de l'identitaire.

En effet, le consommateur de produits du terroir pourrait voir ceux-ci comme un retour à ses racines, à des valeurs anciennes. C'est pourquoi il y a possibilité que sa propre

définition de *produit du terroir* soit en lien avec la mémoire, les affiliations, les normes sociales. Corbeau et Poulain (2002) avancent ceci :

La dernière constatation concerne la quête, par nos locuteurs, de filiations donnant du sens et une valeur à leurs nourritures, plutôt que l'acceptation passive des normes qui prétendraient présider à leur alimentation. Cela prend plusieurs formes... D'abord on cherche, à travers l'incorporation alimentaire, à se reconstruire une identité, à renouer avec un paysage plus ou moins mythifié, à affirmer une appartenance géographique et culturelle plus ou moins diluée par l'urbanisation. On cherche aussi à créer un climat émotionnel permettant, sinon des régressions, au moins des évocations affectives sécurisantes, des madeleines chargeant l'aliment de symboliques familiales... Manger, c'est rajeunir !²³

Nous avons supposé que le *produit du terroir* était un marqueur social. Nous ne ferons pas ici l'analyse psychologique du consommateur de produits du terroir, mais il demeurerait intéressant de s'interroger sur le potentiel que représente l'alimentation comme marqueur social, sur le fait qu'elle puisse être porteuse d'évocations du passé, de l'imaginaire et, possiblement, de lien identitaire.²⁴

Fischler (2001), dans *L'Homnivore*, présente l'acte de manger, surtout lors du choix alimentaire (par exemple, produits du terroir) du consommateur, mais il y voit aussi un enjeu plus large qui passe par les classifications officielles, issues non pas directement des consommateurs, mais bien des instances de reconnaissance institutionnelles dans la société :

²³ Jean-Pierre Poulain et Jean-Pierre Corbeau. *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*. (Toulouse : Privat), 38

²⁴ Il n'y a qu'à penser aux interdits alimentaires, par exemple, qui sont des marqueurs sociaux. Ou encore à la manière de prendre ses repas, comme en Chine où pour seuls ustensiles, on n'utilise que la cuillère et les baguettes, ou en Afrique, où certaines populations se servent de leurs doigts et d'une cuillère pour s'alimenter. Manger à table, assis sur une chaise, n'est pas la position qu'adoptent la totalité des habitants de la planète pour se nourrir. En fait, il y a plus de gens qui se sustennent assis sur un banc, face à une table basse, qu'assis sur une chaise face à une table de hauteur moyenne. Plus que de simples manières à table, ce sont là des marqueurs qui font la différence dans l'identité.

Les classifications, les pratiques et les représentations qui caractérisent une cuisine incorporent l'individu au groupe, situent l'ensemble par rapport à l'univers et l'y incorporent à son tour : elles possèdent donc une dimension fondamentalement et proprement religieuse au sens étymologique du terme, au sens de re-ligare, relier. Elles participent en effet, dans les représentations des hommes, du lien fondamental entre moi et monde, individu et société, microcosme et macrocosme.²⁵

Le contexte dans lequel s'est construite la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants génère une série de questions quant à la structure sur laquelle s'est fondée cette entreprise de création de définition. En effet, le milieu agroalimentaire québécois a été le lieu d'un débat sur la construction d'une définition de produit du terroir qui a mené à la création du CARTV et à la *Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*. Voyons maintenant si le processus de négociation a fait partie du tableau de cette création.

2.3 Structure de la négociation chez Anselm Strauss et son apport à ce mémoire

Le cadre théorique de ce mémoire sera essentiellement basé sur le concept de la négociation développé par Strauss dans son livre *La trame de la négociation*. La recherche d'une définition est une cause commune qui relève de négociations entre différents acteurs qui doivent se mettre d'accord sur la représentation d'un produit, afin qu'il soit en accord avec cette même définition : « La négociation, on l'a dit, est un des moyens "pour obtenir que les choses se fassent" ». ²⁶

La création d'une définition et la négociation sont des processus essentiels à connaître pour comprendre le dénouement de cette définition. Qui sont les acteurs en présence,

²⁵ Claude Fischler. *L'Homnivore*. (Paris : Éditions Odile Jacob, 2001), 69

²⁶ Anselm Strauss. *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. (Paris : Éditions L'Harmattan, 1992), 252

quelles sont leurs attentes, leurs besoins? Quels buts les différents groupes qu'ils représentent leur ont-ils donnés en vue de la production d'une définition?

Mais revenons à la négociation selon Strauss. Il nous amène à une réflexion essentielle pour le présent mémoire :

Une attention soutenue au contexte structurel ainsi qu'au contexte de négociation et à leurs propriétés respectives accroît la probabilité de situer précisément l'analyse des déroulements particuliers de négociation à l'intérieur de la structure sociale plus large. (...) Le contexte structurel est plus large, plus englobant que le contexte de négociations mais ils exercent l'un sur l'autre des influences réciproques. Autrement dit, un changement du premier peut retentir sur le second et vice versa. Les résultats de la négociation elle-même, nous le verrons peuvent contribuer aux changements des contextes de négociations, changements significatifs pour de futures négociations. Ils sont en revanche, moins susceptibles d'affecter le contexte structurel (les propriétés structurelles), sauf s'ils viennent à se répéter ou à se combiner avec d'autres négociations et avec d'autres modes d'action, ayant peut-être ainsi un effet cumulatif. Les applications du paradigme devraient mettre en évidence ces potentialités ou ces réalités.²⁷

Le contexte structurel est, en quelque sorte, ce qui entoure, ce qui construit la négociation. D'où l'importance que nous avons accordée dans le chapitre précédent au contexte sociohistorique de l'alimentation au Québec pour en venir à la création du groupe de travail de Anne Desjardins.

Chacun des acteurs de cette négociation apporte sa propre vision du contexte dans lequel se vit cette négociation. Chacun des acteurs présente une idée, une façon de faire qui lui semble appropriée pour envisager la négociation. Il y a également un ordre social à respecter, ce qui ajoute un élément de coordination au contexte structurel.

²⁷ Anselm Strauss. *Op. cit.*, 261-262

Le contexte de négociation est la source même de la négociation. Il intègre les conflits, les relations ou le manque de relations entre les acteurs, les contraintes, les permissions. Le système de récompense ou de discipline est également en cause dans le contexte de la négociation.

Les propriétés (soit du contexte structurel, soit du contexte de la négociation) sont relatives à chacun des acteurs. Les propriétés du contexte structurel sont les éléments qui sont nécessaires pour en comprendre les tenants et les aboutissants, telles que les questions du *qui*, *quand* et *à propos de quoi* qui construisent et définissent le contexte structurel.

La négociation, telle que nous l'observons pour notre propre objet, pourrait se définir comme suit :

Le traitement d'une relation entre différents individus pour obtenir le règlement d'une situation, soit par le dialogue, le compromis, la menace ou l'appel à une autorité supérieure.

La négociation dans un contexte de création d'une définition (dans le cadre d'un groupe de travail tel que celui que nous étudions ici) permettrait de comprendre les différents rouages de l'industrie de l'alimentation, plus précisément de l'industrie des appellations réservées en développement au Québec. Connaître la position des acteurs de ce domaine donnerait un portrait des enjeux mais également des lignes directrices que ces acteurs veulent donner aux différents paliers de gouvernements en ce qui a trait aux produits d'appellations réservées. Il était donc logique de passer par la négociation comme cadre théorique pour comprendre ce contexte.

Anselm Strauss a étudié la négociation en milieu hospitalier à travers la relation entre les employés, les dirigeants et les patients. Les études actuelles portent en grande partie sur les conflits, les difficultés, les mouvements sociaux; il n'est donc pas étonnant d'en

arriver à ce concept de négociation. Strauss décortique les différentes étapes de la négociation, peu importe que ce soit dans un contexte hospitalier ou familial. Strauss les décline en huit commandements :

1. Peu importe le contexte, il y a une ou des négociations à entreprendre.
2. Selon Strauss, il existe des conditions essentielles à connaître pour qu'existe une négociation : qui sont les acteurs de la négociation, quand aura-t-elle lieu et quelles en sont les raisons?
3. La négociation a des effets dans le temps : les acteurs lui donnent une durée de vie, les résultats sont conditionnés par l'évaluation et les retombées sur la vie des acteurs sont revues et reconditionnées selon les besoins.
4. Les résultats de la négociation ont des impacts qui sont restructurés selon le retour entrepris sur la négociation pour en arriver à d'autres solutions plus adaptées à la réalité des acteurs.
5. Tout accord passé peut prendre le pas sur une entente passée. Tout est dans l'accord entre les parties.
6. Une renégociation est toujours possible dès l'apparition d'éléments dans le contexte social ou technologique des acteurs. Ainsi, la négociation n'est jamais réellement terminée.
7. Deux processus sont essentiels à la réussite de cette négociation, soit la négociation au quotidien ainsi qu'un processus d'évaluation périodique. La valeur de l'un comme de l'autre permet l'évolution de la négociation vers un consensus plus près de la réalité des différents acteurs.
8. Toujours se poser la question suivante lors de la lecture des rapports de ces négociations : « Comment négociation et évaluation jouent-elles l'une sur l'autre et sur les règles, les politiques et les éléments plus stables de l'ordre social? »²⁸

²⁸ Anselm Strauss. *Op. cit.*, 251

La négociation permet d'avoir un portrait détaillé de l'interaction des acteurs, des coalitions, des positions des acteurs et également des impacts d'une définition de produit du terroir dans leurs champs respectifs. Nul n'est plus à même de définir, de décortiquer et de prévoir approximativement ces impacts sur le milieu des producteurs que les acteurs eux-mêmes. La création de l'appellation contrôlée du champagne en France (par exemple) a demandé de nombreuses années de négociations.²⁹

Aujourd'hui, personne ne peut prétendre faire du champagne s'il ne demeure pas dans la région de Champagne, sinon il devra faire face à de sérieuses poursuites judiciaires. La protection de l'appellation est primordiale, mais cette protection demande beaucoup aux producteurs. Les conditions structurelles d'une telle appellation suggèrent un travail colossal de négociations; la définition d'une telle appellation fait en sorte que le champagne est aujourd'hui respecté à travers le monde.

Mais revenons à la négociation. Chacun des acteurs y va de ses valeurs, de ce qu'il croit le plus près de la réalité. Et c'est là que la négociation commence et prend son sens. Car tous n'ont pas les mêmes valeurs, ni les mêmes réalités, encore moins les mêmes opinions sur ce que doit être la définition de produit du terroir, supposons-nous.

Nous aborderons également deux processus que Strauss met de l'avant dans son livre *La trame de la négociation* : entrecroisement et segmentation. Lors de négociation, des alliances se créent, des chevauchements entre les différentes réalités se font et se défont. Des

²⁹ « ...l'histoire de la Champagne et de la défense de son nom à travers son terroir ont été parcourues d'écueils à tel point que c'est pour cela que le CIVC (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne) a été créé en 1942. Encore aujourd'hui, il dépense des fortunes en procès de tous genres contre des marques de shampoings, de bougies ou de croquettes pour chiens qui emploient le terme Champagne parce qu'il fait vendre! Ce n'est qu'en 1927 que la Champagne délimita dans un premier temps ses limites de territoire (ou de terroir) et ce n'est que le 29 juin 1936 que la Champagne devint une AOC. Depuis, vigneron et maisons regroupées en plusieurs associations et comités sont solidaires pour défendre leur terroir d'environ 35 000 hectares. » Revel, Guénael. *L'appellation contrôlée en Champagne*. Entrevue Facebook, 1^{er} avril 2014.

acteurs qui ont travaillé pour plusieurs des organismes en présence seraient donc des entrecroisements. Les outils partagés peuvent être aussi des entrecroisements, ainsi que les savoir-faire.

Le deuxième processus est la segmentation. Prenons l'exemple d'une organisation qui serait née de la scission d'une autre organisation. Un syndicat qui émergerait suite à des divergences d'opinions à l'intérieur d'un syndicat-mère, par exemple. Ce qui nous permet ici de présenter les micro-mondes de Strauss : le monde social est composé de micro-mondes où évoluent des acteurs qui ont des pensées, des technologies différentes ou qui les rassemblent entre eux pour créer d'autres micro-mondes.

Voyons maintenant comment tout cela s'intègre dans la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants.

En 2001, le gouvernement du Québec se penchait sur la création d'une politique sur l'agriculture et sur la transformation alimentaire. Le développement du marché artisan, du producteur local a été un des éléments déclencheurs du processus de réflexion sur la recherche d'authenticité du consommateur; le besoin de légiférer sur l'authenticité des produits par une définition claire et une loi adaptée devenait pressant, d'où l'importance de créer un groupe de travail. Ce groupe de travail qui a mené au Rapport Desjardins a œuvré pendant 13 mois pour en venir à la définition de produit du terroir telle qu'on la connaît aujourd'hui.

Reprenons la liste des différents acteurs de ce groupe de travail pour nous permettre de comprendre plus précisément le contexte structurel de la négociation qui a donné lieu à la définition de produit du terroir :

- Présidente : Anne Desjardins, chef-proprétaire de l'Hôtel-restaurant L'Eau à la Bouche, Ste-Adèle; pendant plus de 30 ans chef d'un restaurant qui mettait les produits locaux à l'honneur sur son menu.
- Secrétaire : Jean-Pierre Mailhot, directeur de la qualité et des services à la clientèle, MAPAQ; il est spécialisé en administration publique et gestion.
- Guylaine Couture, agente de commercialisation, Direction de la commercialisation de l'UPA; employée par l'Union des producteurs agricoles.
- Charles-Henri De Coussergues, viticulteur et propriétaire du Vignoble de l'Orpailleur, Dunham; impliqué dans le développement de l'industrie vinicole au Québec.
- Lucie Dumas, conseillère régionale, secteur Transformation et marketing de la direction régionale de Québec, MAPAQ.
- Lyne Gagné, directrice générale du Conseil de promotion de l'agroalimentaire québécois, Aliments du Québec, Longueuil; Aliments du Québec dont la mission est la promotion des produits agroalimentaires (85% du produit doit avoir une provenance québécoise).
- Bernard Genest, conseiller en ethnologie, Direction du patrimoine, Ministère de la Culture et des Communications; spécialisé dans le patrimoine.
- Claude Lambert, président-directeur général Conseil de l'industrie laitière du Québec Inc., Montréal; agronome de formation. Les membres du Conseil de l'industrie laitière du Québec (aujourd'hui Conseil des industriels laitiers du Québec inc.) peuvent également faire partie de l'Union des producteurs agricoles.
- Mario Lecompte, vice-président Gestion de la qualité et relations internationales, Société des alcools du Québec, Montréal;
- Stéphane Paré, directeur général du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière, Joliette;
- Gaston Plante, analyste-conseil du Secrétariat de l'innovation rurale, Ministère du Développement économique et régional, Québec;

-Marie-Anne Rainville, secrétaire général, Solidarité rurale du Québec, Nicolet; a déjà travaillé pour l'Union des producteurs agricoles (UPA) ainsi que pour Solidarité rurale. Elle a contribué également au premier inventaire des produits du terroir du Québec.

-Stéphane Ricci, directeur exécutif de la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal;

-Daniel St-Pierre, président de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec, Montréal.

Ce groupe de travail était donc composé de chefs, de représentants d'organismes du milieu agroalimentaire, d'un syndicat agricole, d'un producteur et de fonctionnaires du gouvernement. Notons qu'il y avait 5 fonctionnaires et 7 organismes, alors qu'il n'y avait qu'un seul producteur et deux chefs... Les représentants de ce que nous appellerons « le terrain », soit producteurs et chefs, sont sous-représentés dans ce groupe; ce qui est pour le moins intrigant puisque ces acteurs sont les plus à même d'illustrer les besoins et utilisations futures d'une définition de produit du terroir.

Extrait d'une des entrevues que nous avons effectuées :

... Ça, les définitions, produits artisanaux, produits fermiers, produits du terroir, c'est drôle parce que la commande est arrivée comme par après, parce qu'au départ, c'était un comité qui se réunissait pour les appellations réservées. Puis qu'est-ce qui est arrivé, dans... comment le mettre plus en valeur? Comment faire pour que les producteurs s'en servent plus? Comment faire, comment plus rejoindre le consommateur avec cette notion d'appellation réservée? Et au fur et à mesure des discussions, là arrivait sur la table : est-ce que le produit est fermier? Est-ce qu'il est artisanal? Est-ce qu'il est du terroir? Et là, là, c'est là qu'on s'enfargeait dans les fleurs du tapis, parce que c'était... bon là, est-ce que... est-ce que le terroir, est-ce que ça veut dire une... juste une localisation géographique? Est-ce que c'est aussi un savoir-faire?³⁰

³⁰Entrevue A.

Selon ce que nous avons pu comprendre du processus de négociation de la définition de produit du terroir du CARTV, il semble que le comité de travail avait d'abord pour mission de statuer sur les appellations réservées. Finalement, la définition de produit du terroir est devenue nécessaire au cours du processus de travail : « Les gens ne s'entendaient pas sur ce que c'était, non. Ça, c'est sûr, il y a eu de nombreuses... bien, des conflits peut-être pas, mais de nombreuses discussions. »³¹

La pertinence de cette recherche avec le concept de négociation de Strauss étant maintenant établie, reprenons la démarche que nous avons effectuée en fonction de notre hypothèse générale.

2.4 Questions de recherche

2.4.1 Question générale

Pouvons-nous dresser un portrait du contexte sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir au Québec?

2.4.2 Question spécifique

Quelles sont les interactions possibles, durant les négociations, entre les différents intervenants du groupe de travail Desjardins qui ont amené à la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants?

2.5 Hypothèse

Notre hypothèse est la suivante :

³¹ *Ibid.*

L'interaction possible entre les différents intervenants qui se sont impliqués dans la création de la définition de produit du terroir aura eu et a peut-être encore un impact sur la représentation de la définition de produit du terroir donnée par chacun de ses acteurs, dans l'industrie comme auprès du public.

2.6 Méthodologie

Nous avons tout d'abord étendu nos recherches à une étude des textes disponibles. Comme l'alimentation et la gastronomie sont des sujets dans l'air du temps, la recension de nouveaux textes devait se faire régulièrement. Nous avons ensuite rencontré des gens du milieu de l'alimentation, dont un conseiller du Conseil des appellations réservées et termes valorisants, qui nous a expliqué les tenants et aboutissants de cette définition en relation avec les producteurs. Nous avons également rencontré un spécialiste des produits du terroir québécois.

Nous présentons une schématisation sociohistorique de la construction de la définition de produit du terroir. Ce visuel présente le contexte structurel qui a fait de cette définition ce qu'elle est aujourd'hui pour le CARTV, pour les producteurs ainsi que pour les consommateurs; il permet d'aborder le contexte de notre explication de façon plus précise.

Notre recherche est basée sur l'interaction entre les différents intervenants sur la définition de produit du terroir et sur le développement sociohistorique de cette définition. C'est ce qui nous permettra de voir comment ces acteurs ont positionné leur définition pour en faire le modèle présenté par le CARTV : quelles en étaient les contraintes, quels mécanismes en ont découlé, quel processus a permis d'en venir à la définition telle qu'on la connaît? Nous aurons ainsi un bref aperçu du contexte structurel de la construction de la définition de produit du terroir établie par le CARTV.

2.6.1 Recherche des procès-verbaux du groupe de travail du Rapport Desjardins

Nous avons tenté de retracer les procès-verbaux du groupe de travail à plusieurs reprises, mais en vain jusqu'à tout récemment. Bien que le Rapport Desjardins mentionne que les procès-verbaux avaient été remis en même temps que le rapport à la ministre Françoise Gauthier, nos démarches auprès du CARTV, du MAPAQ, des Archives nationales et des Archives de l'Assemblée nationale sont demeurées vaines jusqu'au 24 avril 2015 (nous étions alors en correction du présent mémoire, le dépôt ayant déjà été effectué). L'annexe 2 présente les démarches effectuées dans la recherche des procès-verbaux du groupe de travail du Rapport Desjardins, les procès-verbaux eux-mêmes sont produits en annexe 3.

2.6.2 Propriétés de la négociation selon Anselm Strauss

Pour ce faire et pour être à même de mieux construire tout de même un schéma de cette structure de la négociation, nous mettrons Anselm Strauss à contribution, en utilisant les propriétés de la négociation vues précédemment, que nous adapterons à la situation qui nous occupe, soit la création de la définition de produit du terroir du CARTV :

1. Le nombre de personnes rencontrées en entrevue

Nous avons rencontré trois personnes, toutes liées de près ou de loin au CARTV et à la création et/ou à l'utilisation de la définition de produit du terroir du CARTV. Nous avons respecté leur désir de conserver l'anonymat.

2. Le rythme des rencontres

Chaque rencontre se déroulait en une seule fois, avec possibilité d'enrichir les entrevues par téléphone ou par courriel. L'entrevue téléphonique se faisait après une première prise de contact permettant de convenir des modalités de la rencontre téléphonique : jour,

heure, possibilité d'enregistrer l'entrevue, de se recontacter si le besoin se faisait sentir, etc.

3. La nature des enjeux respectifs

La personne interrogée a un intérêt certain pour la définition du terroir, quel est-il? Et quel est le but visé par cette personne en s'impliquant dans la création de la définition et/ou l'utilisation d'une telle définition dans un cadre législatif?

4. La visibilité des transactions pour les autres, c'est-à-dire leur caractère public ou privé

Le Rapport Desjardins a été présenté à la ministre du MAPAQ de l'époque, madame Françoise Gauthier. Qui pouvait s'exprimer sur la pertinence de la définition que présentait le Rapport Desjardins? A-t-on eu accès aux minutes des procès-verbaux de ces rencontres?

5. Le nombre et la complexité des définitions proposées et rejetées

La nature des définitions rejetées, leurs provenances, ce qu'elles comportaient comme contraintes, comme facilitants; qui a proposé des définitions?

6. L'évidence et la légitimité des définitions retenues

Comment les propriétés des définitions retenues ont-elles permis de faire un découpage entre ce qui est un produit du terroir et ce qui ne l'est pas? Le découpage territorial a-t-il été abordé lors des débats en tant qu'objet de la définition? Qui a tranché et selon quels critères?

7. Les options permettant d'éviter ou de rejeter la définition, c'est-à-dire les modes d'actions alternatifs et disponibles.³²

Quelles sont les stratégies utilisées par le groupe pour en venir à une définition? Quels étaient les critères de sélection de cette définition? Qui a pris la direction de ces actions? Le tout dans un ensemble d'entrevues semi-dirigées.³³

Nous avons codifié l'ensemble des données accumulées durant ces entrevues en utilisant le logiciel Sphinx Quali. Le cadre de codification a été divisé en deux grands thèmes, soit définition et négociation. Ce choix de thèmes se basait sur l'importance de la définition et sur le cadre des négociations de la création de la définition (ambiance, contexte, etc.). Nous souhaitons ainsi faire ressortir l'impact des mondes sociaux dans la négociation.

Nous avons exploré les mémoires présentés lors de la consultation publique qui a eu lieu à l'automne 2005 sur la loi 113, loi modifiant la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*. Nous avons ainsi obtenu le point de vue d'acteurs autres que ceux du groupe de travail, quant à la situation réelle du produit du terroir au Québec.

Au vu des recherches, des textes lus et annotés dans le chapitre 1 de ce présent mémoire, ainsi que des rencontres avec les intervenants, nous croyons être en mesure de rassembler les différentes propriétés de cette négociation et de mettre en place le schéma de la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et termes valorisants du Québec.

³² Anselm Strauss. *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. (Paris : Éditions L'Harmattan, 1992), p. 260.

³³ Par téléphone, une première entrevue effectuée avec le questionnaire en annexe 1 et si nécessaire une deuxième avec un complément de questions.

2.6.3 Analyse des entrevues

Nous avons construit et présenté, au chapitre 1, un graphique décrivant le contexte sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, pour une représentation visuelle de ce contexte. Cela étant fait, nous pouvons maintenant revenir sur le processus de cette création : la négociation. Pour ce faire, nous devons, entre autre, consulter des acteurs de cette négociation, ou du moins, des gens qui connaissaient les approches nécessaires à une telle opération.

Les acteurs choisis pour ces entrevues sont des personnes qui ont œuvré ou œuvrent encore avec le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Elles ont travaillé dans le contexte de cette définition du CARTV. Pour cette recherche, les acteurs nous ont demandé de conserver l'anonymat et nous avons respecté leur choix.

La première entrevue s'est faite avec une personne (A) qui s'est beaucoup impliquée dans le milieu alimentaire, auprès des producteurs et des consommateurs. Elle a œuvré au sein du Groupe de travail sur les appellations réservées.

La deuxième entrevue a été effectuée auprès d'une personne (B) du milieu des appellations réservées du Québec.

La dernière entrevue a été faite auprès d'une personne (C) qui a beaucoup travaillé à la promotion des produits du terroir du Québec et a enseigné sur le sujet.

Nous n'avons retenu que quelques-unes des questions posées en entrevue. La pertinence des questions mais surtout des réponses a primé sur le choix des données qui seront analysées.

Le choix des questions mais surtout des réponses a été plus clairement établi lors de la codification de l'analyse de discours. Nous avons analysé les entrevues dans le logiciel Sphinx Quali et nous nous sommes concentré sur le cadre de la négociation proposé par Strauss. Nous avons tenté par le fait même de mettre en relief deux thèmes principaux, soit la négociation et la définition.

2.7 Résultats de l'analyse des entrevues

Nous avons détaillé chacune des étapes qui ont mené à la création de la définition, ce qui nous a menée par la suite à inclure des entrevues pour compléter notre compréhension de la situation qui prévalait lors de cette création. Nous avons repris quelques-unes des réponses qui nous semblaient les plus pertinentes, dans lesquelles les gens interrogés révélaient ce que représentait pour eux cette définition de produit du terroir au Québec. Mais nous avons également porté attention à la trame de fond, soit l'implication des acteurs par leur travail dans la négociation sur la création de la définition de produit du terroir du CARTV.

La schématisation du contexte structurel de cette définition, que nous avons vue au chapitre 1, nous a permis d'avoir une vue d'ensemble de ce contexte, de mieux comprendre ce dernier et d'être à même d'analyser la création de cette définition.

Lors de la codification des données, nous avons divisé notre substrat en deux grands thèmes : définition et négociation. La définition étant le premier thème, nous l'avons déclinée avec les mots suivants : produit, artisan, fermier, local, valorisant, identitaire, local, savoir-faire, imaginaire, tradition et émotion. Cette codification devait permettre de faire ressortir la compréhension de ces éléments comme étant des facteurs de définition de produit du terroir.

C'est la présence forte de mots tels que *savoir-faire*, *petit*, *Québécois* et *terroir* qui induit une démarcation pour une possible définition se rapprochant de la définition du Rapport Desjardins.

La première question, bien qu'évidente, nous semblait essentielle pour asseoir la définition sur laquelle notre interlocuteur se prononçait en tant que spécialiste du produit du terroir.

Selon vous, quelle est la définition de produit du terroir?

...les gens, il y a une identification. Il y a vraiment une part de rêve, là. Il y a vraiment... les gens, ils mangent quelque chose qui vient d'ici, produit par des gens d'ici. Tu sais, le mot, là, ici, ici et maintenant, et ici, on est capable de faire ça, et ici c'est un beau produit, c'est... Ça, c'est une grande... je dirais que c'est une notion, même, d'orgueil, de fierté.³⁴

...elle est un petit peu utilisée quelquefois pour, bon, produits locaux, produit régional, produit de niche, produit fermier, produit... tout ce qui n'est pas industriel, on peut dire, des fois. Alors, en opposition, hein.³⁵

...un produit du terroir avait trois grandes caractéristiques : c'était un produit qui était lié à un territoire, un produit qui mobilisait des savoir-faire partagés, et un produit qui avait une charge affective et identitaire pour la communauté.³⁶

Le produit du terroir, selon nos acteurs, est donc à la base un produit à saveur territoriale, identitaire, objet de fierté. Il est surtout de fabrication artisanale, loin de la production de masse ou industrielle. La charge émotive, identitaire du produit se démarque dans l'approche de la définition de produit du terroir. La nostalgie n'est jamais très loin. Ces visions de ce qu'est la définition de produit du terroir sont donc bien ancrées autour de trois axes : territoire, savoir-faire et identité. Le consommateur a-t-il la

³⁴ Entrevue A.

³⁵ Entrevue B.

³⁶ Entrevue C.

même définition? Peu de recherches se sont penchées cette question. Dumas *et al.* (2006) ont fait une enquête en ce sens.

Nous pouvons remarquer, dans le tableau qui suit, que le consommateur retient surtout le côté régional d'un produit du terroir, sa qualité et finalement, son goût; tandis que le producteur y voit un produit artisan et ensuite de région. Dans les deux cas, le savoir-faire vient au quatrième rang des choix.

Tableau 2.2 : Les quatre mots définissant un produit du terroir³⁷

Acteur	Ordre de citation			
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	4 ^e choix
Consommateur/Touriste	Région	Qualité et goût	Biologique	Savoir-faire
Restaurateur	Région	Qualité Production limitée	Authenticité Reconnaissance	Savoir-faire
Producteur	Artisanal	Région	Tradition	Savoir-faire

Source : Données recueillies par les auteurs.

Le consommateur a donc intégré que le produit du terroir est un produit de région, qui a une qualité et un goût qui lui sont propres. Le savoir-faire vient loin derrière. Nous supposons que le consommateur achète ses produits du terroir dans les grands centres et ne se rend pas, sauf exception, chez le producteur pour prendre connaissance du type de savoir-faire déployé pour créer le produit dont il se délecte, ce qui expliquerait que le savoir-faire soit en quatrième position dans ce tableau.

³⁷ Léonard Dumas, William Menvielle, Jocelyn D. Perreault et Denis Pettigrew. « Terroirs, agrotourismes et marketing : le cas des fromages québécois. » *TÉOROS*, Printemps 2006. Récupéré de <http://teoros.revues.org/1317>

Pour changer la donne, Aliments Québec a entrepris une campagne de promotion des produits d'ici afin d'offrir une plus grande visibilité aux produits québécois sur les tablettes des grands supermarchés. Le logo d'Aliments Québec étant bien visible et d'une couleur bleue facilement reconnaissable, le consommateur est en mesure de faire un choix rapide et efficace s'il désire favoriser des achats locaux.

Il n'en demeure pas moins que le produit du terroir est reconnu par le consommateur d'un point de vue régional, ce qui dénote une compréhension de base du produit du terroir. Peut-on en déduire pour autant que le consommateur sait, en définitive, ce qu'est un produit du terroir?

D'où est venue l'importance d'une telle définition?

La définition présentée par le CARTV laisse sous-entendre qu'il y a une part de rêve du consommateur lors de l'achat de produits du terroir, une part de nostalgie, de souvenir, même une part d'attachement au producteur et à son produit. Il demeure que le produit est issu d'une production à petite échelle, voir manuelle : « ...cette définition, elle est un petit peu utilisée quelquefois pour, bon, produits locaux, produit régional, produit de niche, produit fermier, produit... tout ce qui n'est pas industriel, on peut dire, des fois. »³⁸

La définition de produit du terroir n'est pas encore très claire. Ce flou est perceptible dans ce diagnostic que présente l'acteur interrogé :

...un produit du terroir avait trois grandes caractéristiques : c'était un produit qui était lié à un territoire, un produit qui mobilisait des savoir-faire partagés, et un produit qui avait une charge affective et identitaire pour la communauté. Et d'une certaine façon, c'est celle qui va le plus au cœur, on pourrait dire, des enjeux territoriaux et identitaires.³⁹

³⁸ Entrevue B.

³⁹ Entrevue C.

Cet extrait nous fait encore une fois la démonstration de l'aspect émotif, de l'identité et du lien avec la communauté que permet le produit du terroir. La clarté d'une définition de produit du terroir pour le consommateur serait donc essentielle pour avoir un lien identitaire avec le produit, mais aussi pour que son existence soit réelle. Pourtant, la définition du CARTV semble simple; pourquoi alors n'est-elle pas utilisée par les producteurs pour créer une telle dénomination?

Dans quelles circonstances est né le désir de créer une définition de produit du terroir? Comment a pris forme cette définition, dans quel contexte?

Nous avons vu au chapitre I tout le contexte de cette création. Nous désirions y revenir avec les acteurs, d'abord pour avoir confirmation de ces données, mais également pour voir si certains détails avaient pu nous échapper. La réalité de la définition n'est pas nécessairement la même selon les différents acteurs.

...il y a 30 ans quand j'ai ouvert le restaurant il y avait absolument rien, c'était le vide total, c'était... je dirais pas la grande noirceur mais je veux dire au point de vue agroalimentaire c'était d'une grande tristesse (...) qu'il y avait pas grand-chose, alors pour avoir accès à certains produits, carrément ils continuaient de faire affaires avec des fournisseurs européens. Tout ce qu'il y avait, si on peut dire, au Québec, il y avait des produits qui venaient des États-Unis, mais... des produits de luxe qui venaient d'Europe, mais au point de vue québécois le seul luxe qu'on retrouvait c'était le sirop d'érable, qui était traditionnel. Il y avait des fermes apicoles, oui, il y avait du miel, il y avait de la récolte de petits fruits en saison, il y avait des arrivages de la Gaspésie, des fruits de mer en saison mais il y avait rien à part ça.⁴⁰

L'importance de se démarquer sur le marché agroalimentaire québécois est revenue en force dans les années 1980-90, selon l'acteur A. Trouver des produits d'ici semblait compliqué, voire impossible. Mais il y avait tout de même un désir de la part des producteurs de s'imposer. La fromagerie l'Ancêtre, par exemple, désirait produire un

⁴⁰ Entrevue A.

fromage au lait cru alors que le gouvernement fédéral désirait éliminer le lait cru de la production fromagère; c'est de là que l'appui du consommateur dans le débat des produits du terroir a pris de l'ampleur et a démontré toute sa force face au gouvernement fédéral :

Le gouvernement fédéral veut interdire la commercialisation de fromages au lait cru au Canada, arguant que ces produits représentent un risque pour la santé. Les Québécois sont outrés et dénoncent vivement l'aseptisation de leur alimentation. Le Bloc québécois mène la charge au Parlement, suivi de près par des députés libéraux qui critiquent leur propre gouvernement. Après quelques mois de tirs groupés, Ottawa recule et permet la distribution de fromages au lait cru à condition qu'ils soient affinés pendant au moins 60 jours.⁴¹

Se démarquer des provinces voisines, des produits du terroir de France (qui ont une présence forte sur les tables et dans les esprits français et québécois), voilà ce qui marque l'imaginaire des producteurs québécois et qui leur donne envie de prendre leur place en créant la définition de produit du terroir, en collaboration avec le gouvernement du Québec. Un exemple parfait de la subjectivation de l'acteur qui se questionne, s'informe et développe des savoirs pour comprendre et débattre de ce qui devient un objet public. La définition de produit du terroir n'est pas qu'une définition, mais un objet de compréhension des conditions sociales que connaissent les producteurs de produits du terroir au Québec. Le monde agricole se rapproche ainsi du monde urbain, par la compréhension du terroir, de sa définition.

⁴¹ Annie Morin. « L'industrie du fromage au lait cru en crise d'adolescence. » *Le Soleil* (Québec), 16 janvier, 2009. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/agro-alimentaire/200901/15/01-818059-lindustrie-du-fromage-au-lait-cru-en-crise-dadolescence.php>

Qui a demandé une définition de produit du terroir?

Un marché existe pour les produits du terroir, mais la législation est floue. De ce flou naît le besoin pour les producteurs et les consommateurs de créer des appellations plus précises (comme en France) pour protéger les produits du terroir, mais également pour protéger le consommateur en lui fournissant des indicateurs de ce qui constitue un produit du terroir québécois.

Solidarité rurale a travaillé à la production d'une définition de produit du terroir au Québec. Elle a proposé quelques définitions, mais a surtout demandé au gouvernement du Québec de légiférer en ce sens. Nous reprenons ici Strauss (2006) sur le relatif équilibre du pouvoir des propriétés structurelles de la négociation. Solidarité rurale ouvrirait ainsi la porte au gouvernement en lui permettant d'installer une législation englobante qui encadrerait tous les producteurs. Déjà, en 1998, Solidarité rurale travaillait en collaboration avec des pays tels que la France, l'Italie ou encore la Suisse pour définir le plus adéquatement possible le produit du terroir :

...les définitions, produits artisanaux, produits fermiers, produits du terroir, c'est drôle parce que la commande est arrivée comme par après, parce qu'au départ, c'était un comité qui se réunissait pour les appellations réservées. Puis qu'est-ce qui est arrivé, dans... comment le mettre plus en valeur? Comment faire pour que les producteurs s'en servent plus? Comment faire, comment plus rejoindre le consommateur avec cette notion d'appellation réservée? Et au fur et à mesure des discussions, là arrivait sur la table : est-ce que le produit est fermier? Est-ce qu'il est artisanal? Est-ce qu'il est du terroir? Et là, là, c'est là qu'on s'enfargeait dans les fleurs du tapis, parce que c'était... bon là, est-ce que... est-ce que le terroir, est-ce que ça veut dire une... juste une localisation géographique? Est-ce que c'est aussi un savoir-faire?⁴²

⁴² Entrevue A.

Au fédéral, la question du produit du terroir ou encore local (pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)) se pose; bien que la définition de produit du terroir ait été adoptée à Québec, Ottawa vient ajouter à la confusion :

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) exigeait que le terme local soit réservé aux aliments vendus dans la municipalité où ils étaient fabriqués, dans une ville adjacente ou dans un rayon de 50 km... selon la politique provisoire qui vient d'être adoptée, tout aliment produit dans la province où il est vendu - ou dans un rayon de 50 km de sa province d'origine - est désormais local.⁴³

Ainsi, un produit du terroir pourrait porter une appellation réservée sans nécessairement être un produit local. Prenons l'exemple du verger du Témiscamingue. Supposons que les propriétaires du verger décident de produire un cidre de glace et réussissent à se tailler une place dans l'appellation réservée du cidre de glace; malgré leur bonne volonté et leurs efforts, leur produit ne pourra pas être considéré comme un produit local, puisque son marché se trouve à plus de 50 km de son point de production. Il ne pourra donc pas bénéficier de certaines subventions fédérales à l'exportation, par exemple. Alors, pourquoi travailler sur une appellation pour les producteurs de cidre de glace hors de la vallée du Saint-Laurent?

Une définition de produit du terroir a-t-elle alors une importance quelconque pour les producteurs et les consommateurs?

Cette question comporte deux volets, consommateurs et producteurs. Reprenons tout d'abord cette réponse de l'acteur A :

⁴³ Marie Allard. « Tout aliment produit au Québec est désormais local. » *La Presse* (Montréal), 22 mai, 2013. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/vivre/gourmand/cuisine/en-vrac/201305/22/01-4653088-tout-aliment-produit-au-quebec-est-desormais-local.php>

La plus grande lacune, pour toutes les définitions : fermier, artisanale, terroir, c'est qu'il n'y [en] a pas dans l'imaginaire des gens. C'est pas dans le concret. Les gens ne savent pas ce que ça veut dire. Ils n'ont pas, il y avait toute une histoire en Europe, les Compagnons artisans. Ça existait, ça, les gens faisaient un endroit un hôte, le maître-artisan, le maître d'œuvre signait, tu gagnais si on peut dire tes galons après 4-5 ans que tu te promenais à travers la France. Tu arrivais chez des Compagnons qui montraient leur savoir-faire.⁴⁴

La fierté du producteur français, la spécificité de son produit et son savoir-faire sont mis en valeur en France. Le producteur québécois rêve probablement de ce genre de reconnaissance ici même.⁴⁵ Mais serait-ce suffisant? Créer un produit n'est pas qu'une production personnelle de savoir, c'est une construction du sujet et un positionnement. Le producteur a le désir de devenir l'acteur de son propre projet, traversé par les interactions sociales et son projet deviendra plus qu'une histoire personnelle.

Pour ce qui est du consommateur, le gouvernement du Québec tente d'implanter une nouvelle stratégie : la souveraineté alimentaire. Le gouvernement s'est déjà doté d'une appellation pour ce type d'identification : Aliments Québec est un identifiant déjà reconnu dans les marchés et épiceries de la province. Tout cela dans le but ultime que le consommateur comprenne mieux? La clarté passe difficilement par la complexification et la multiplication des définitions pour le consommateur.

Les consommateurs en alimentation ont repris un peu l'identifiant *produit d'ici* en utilisant la voie des gastronomes. Ou, pour utiliser une dénomination plus récente : les « foodies ».⁴⁶ C'est ce qui expliquerait ce retour en force dans plusieurs restaurants des

⁴⁴ Entrevue A.

⁴⁵ Pensons notamment à l'Ordre national du mérite agricole, une distinction remise annuellement par le gouvernement du Québec et qui vise à récompenser le savoir-faire agricole et à encourager le dynamisme et l'innovation. Ou encore, à l'Ordre national du Québec, qui permet au premier ministre du Québec de souligner l'œuvre et l'implication d'un individu dans la communauté et le rayonnement qui en découle pour le Québec.

⁴⁶ Ce sont des individus qui recherchent le « produit du terroir », le dernier ingrédient à la mode, ou tout simplement un aliment de leur enfance.

plats typiquement familiaux revisités : le Mac'n cheese, par exemple, ou encore le pâté chinois, dont la version *remasterisée* au confit de canard est présentement très en vogue.⁴⁷

Sans nécessairement retrouver le goût d'autrefois, le gastronome entraîne la cuisine et la gastronomie vers un modèle évolutif, tout en gardant un œil sur l'histoire et sur le patrimoine alimentaire du Québec. Le consommateur, mine de rien, met un peu de pression sur l'industrie et par ricochet, sur le gouvernement du Québec pour intégrer le savoir-faire alimentaire et l'identité par l'alimentaire dans l'actualité.

La définition de produit du terroir est-elle issue d'une demande des consommateurs, des producteurs ou de l'industrie?

Comment le produit du terroir ou local est-il devenu un acteur dans le panier d'épicerie des consommateurs? Comment une demande de produits dans l'industrie se crée-t-elle? Laure Waridel, dans son livre *L'envers de l'assiette et quelques idées pour la remettre à l'endroit*, développe justement sur la philosophie des *foodies*, de l'alimentation locale et responsable, et de l'importance de la découverte du terroir québécois par les aliments oubliés d'autrefois :

J'achète des produits de ma région, le plus près possible d'où j'habite... Je me régale de produits du terroir... Je prends part ou j'appuie des mouvements comme l'Union paysanne, Environnement Jeunesse, Slow Food, Équiterre et le Programme semencier du patrimoine qui militent pour une agriculture locale, écologique et à dimension humaine.⁴⁸

L'alimentation ne répond plus seulement au besoin de se nourrir, elle devient un objet économique, un objet politique d'influence sur le marché de l'alimentation. Waridel

⁴⁷ Dans sa version traditionnelle, le pâté chinois est même l'une des vedettes de l'émission *La Petite vie* qui en a fait son emblème, tant son caractère identitaire est fort dans la société québécoise.

⁴⁸ Laure Waridel. *L'envers de l'assiette et quelques idées pour la remettre à l'endroit*. (Montréal : Éditions Écosociété, 2003), 51-52

incite le lecteur à l'achat de produits du terroir et elle présente des mouvements qui encouragent ce type de production. Le lecteur est invité à devenir responsable (devenir sujet), à faire des achats qui influencent le marché; on l'incite à découvrir le terroir québécois. Mais il n'existe pas de produits portant l'appellation produit du terroir au Québec au moment où Waridel écrit ses lignes. Alors comment le lecteur peut-il, même en se renseignant auprès des mouvements énumérés par l'auteure, trouver des produits du terroir?

Ce livre est paru la même année que le Rapport Desjardins. Le consommateur a un moyen de pression, c'est ce que Waridel nous démontre, mais était-il assez puissant pour entraîner le groupe de travail du rapport Desjardins vers une réflexion, vers une définition de produit du terroir? Nous avons là un bel exemple de possibilité de subjectivation de l'acteur avec sa capacité de découvrir et comprendre une situation et d'en devenir le sujet.

Revenons au processus de création du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants pour mieux comprendre. Le gouvernement du Québec a créé un groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir sous la présidence d'Anne Desjardins, chef du restaurant L'Eau à la Bouche de Sainte-Adèle. Dans un esprit de clarté, reprenons encore une fois cette citation qui affirme que le groupe a pour but de :

...proposer à la ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation un référentiel qui, au regard de la Loi sur les appellations réservées, comprendrait des normes et des critères selon lesquels seraient évaluées les demandes de reconnaissance des appellations produit du terroir et produit fermier.⁴⁹

⁴⁹ Québec. Assemblée nationale. (2003). *Rapport présenté à la ministre de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation madame Françoise Gauthier*. [Document PDF]. Rapport déposé en octobre 2003. Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs44634>

Tel que nous l'avons vu précédemment, le rapport Desjardins a également mené à la création du Conseil des appellations réservées et termes valorisants, le CARTV. Le mandat du groupe était donc de fournir une définition, d'élaborer des normes et de proposer un système de certification, le tout offert par la suite en consultation publique pour intégrer certains ajustements à la législation ou encore aux normes des cahiers de charges qui pourraient s'avérer être nécessaires. Ce type d'élaboration permettrait ainsi aux consommateurs d'être assurés de faire des achats éclairés grâce aux appellations et certifications approuvées par le CARTV.

La demande pour des produits du terroir par les consommateurs québécois est antérieure à cette date, si nous nous référons aux événements du lait cru et au soutien du public à la production de fromage de lait cru de la fromagerie L'Ancêtre, qui date de 1996; ou encore à l'Agneau de Charlevoix.

Quel a été le processus pour en venir à cette définition? Et quelles sont les personnes qui ont été impliquées dans le processus?

Le but de cette question était de reprendre les étapes du processus de la négociation selon Strauss dans la création de la définition de produit du terroir du groupe de travail; mais également de connaître les acteurs en place qui allaient donner leurs avis sur la question, leurs stratégies sur ce que pourrait être, selon leur propre vécu, une définition du terroir portant la marque distinctive du Québec pour les années à venir.

...il y avait tous les enjeux naissants de l'agriculture biologique, à la fois de récupérer tout ce qui était, donc... et qui mobilisait le plus les gens à l'époque, parce qu'ils disaient sinon, il y avait plus de producteurs, donc la production biologique, mais qui mobilisait aussi les gens sur des enjeux associés plus au territoire, à l'identité, donc aux appellations contrôlées, aux indications géographiques et puis aux manières de faire, quoi. Donc... le processus en a été un vraiment où il y a eu une volonté du milieu, des syndicats paysans, pas tout à fait de la même façon, mais avec les deux syndicats paysans qui, sur bien des points, étaient en désaccord, quand même se rejoignaient sur la finalité. Et donc les consensus sociaux et politiques se sont construits dans tout ce processus de commission parlementaire et de consultations publiques.⁵⁰

Reprenons la trame de la négociation selon Strauss. Nous voyons ici ce que Strauss déclare comme une mission, un ensemble de valeurs. Cette mission prend place « ... dans le contexte d'une lutte pour la reconnaissance et l'obtention d'un statut institutionnel. »⁵¹ Chaque acteur du groupe de travail intervenait probablement selon le système de valeurs du groupe social qu'il représentait lors de la création de la définition. D'où l'importance ici d'en faire une étude plus approfondie. Quelles personnes étaient présentes sur le groupe, d'où venaient-elles? Quelle était leur situation professionnelle dans leur propre groupe social? Représentaient-elles des idéologies particulières? Lesquelles?

Nous avons pu trouver quelques informations au sujet des membres du groupe. Le comité du rapport Desjardins était composé de membres de l'UPA, du MAPAQ, de la SAQ, du Conseil de promotion de l'agroalimentaire québécois Aliments du Québec, du Conseil de l'industrie laitière du Québec (maintenant appelé le Conseil des industriels laitiers du Québec Inc.), du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière, du ministère du Développement économique et régional du Québec, de Solidarité rurale du Québec, de la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal, de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec, de Charles-Henri De Coussergues, viticulteur et

⁵⁰ Entrevue B.

⁵¹ Anselm Strauss. *Op. cit.*, 70

propriétaire du Vignoble de l'Orpailleur et d'Anne Desjardins, présidente du comité, et qui était propriétaire de l'Hôtel-restaurant L'Eau à la Bouche de Sainte-Adèle.

Cette composition révèle, entre autres choses, le poids des organismes en présence. Ils connaissent bien le milieu mais également les enjeux de la création de la définition de produit du terroir au Québec. Mais l'absence du consommateur dans ce comité soulève des questionnements. Il ne manque pourtant pas d'associations de consommateurs qui auraient pu faire partie de ce groupe pour apporter un éclairage différent sur la définition de produit du terroir et qui, par la suite, auraient pu rendre cette définition plus accessible au public.

Revenons aux acteurs en présence. L'Union des producteurs agricole est un syndicat qui est depuis longtemps le seul représentant du milieu agricole face au gouvernement du Québec. D'autres associations de producteurs, tels que le Conseil de l'industrie laitière du Québec, sont de gros joueurs à la table pour définir ce qu'est un produit du terroir au Québec.

Ils devaient décrire ce qu'était un produit du terroir et un produit fermier et artisanal, en définir les normes, interroger les producteurs sur les types de produits pouvant entrer dans ces définitions et proposer des appellations réservées. Impliqués surtout auprès de producteurs de monocultures ou de monoproductions, leur impact sur la vision d'une définition de produit du terroir a peut-être teinté la négociation de la création de la définition.

Ces différents mondes sociaux (comme les décrit Strauss) sont sujets à des plaidoyers que les différents acteurs ont probablement mis en place au cours du processus. Ces pénétrations qui ont eu un impact sur la définition ont définitivement marqué cette même définition. Ce travail d'articulation se traduit ici par une parenté singulière avec la définition française. Mais nous ne pouvons aller plus loin sur ce sujet en regard du peu

d'informations que nous détenons sur les réunions du groupe de travail. Voici donc la proposition du rapport Desjardins pour la définition de produit du terroir :

Produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposant sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, de ses habitants.⁵²

Et voici la définition que nous retrouvons sur le site du CARTV, qui en parle comme étant issue d'un groupe de travail :

Un produit du terroir est un produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposant sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, et de ses habitants.⁵³

Même définition que la définition française, si ce n'est le ET devant *de ses habitants* du final de la définition du CARTV. Ce *et* a un impact différent selon la définition consultée et demande une réflexion quant à son utilisation. Plus inclusif, ce *et* implique une étude non seulement du produit, mais également des gens qui s'impliquent dans la création de ce produit. Ce *et* n'est donc pas anodin.

Cette définition de produit du terroir sur laquelle nous nous penchons offre surtout une possibilité d'avenir aux producteurs. Elle ouvre la porte à de nombreuses possibilités de

⁵² Entrevue B.

⁵³ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Questions autour de la notion de terroir*. Récupéré de www.cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir

créations, d'innovations, de nouveaux savoir-faire ainsi que du renouvellement de ce qu'est un produit du terroir. Choulze et Lambert (2007) en font une fine analyse :

... de nombreux produits dits « du terroir québécois » sont récents et ne peuvent faire valoir un ancrage territorial ancien. (C'est le cas des fromages en particulier). Il suggère en second lieu d'utiliser cette définition pour créer une nouvelle appellation : l'appellation « Produits de terroir » puisque celle-ci est déjà largement utilisée pour la commercialisation des produits d'origine et que les consommateurs la connaissent. Cette appellation serait associée à un logo et ne pourrait plus être utilisée en dehors du cadre de la loi sur les appellations réservées. Toute autre utilisation serait illégale.⁵⁴

Il suffit de revenir au cidre, par exemple, pour constater qu'au Québec sont apparus de nouveaux types de cidres et de nouvelles formes d'alcool à base de cidre : cidres effervescents, cidres de glace, cidres de feu, etc. Et le consommateur encourage ce type d'innovations par ses achats en force de ces nouveaux produits, qui tendent à rester dans les normes de la définition de produit du terroir sans vraiment en faire partie.

Différentes appellations et définitions figuraient également sur la table de travail du groupe de madame Desjardins : produit du terroir, bien sûr, mais également produit fermier, produit artisanal et produit de région ou d'identité. Tout comme produit du terroir, ces définitions n'ont d'autre utilité que de définir. Aucun produit ne porte ces appellations en ce moment sur le marché, mais il existera peut-être bientôt des certifications. Par exemple, une certification Terroir Charlevoix est en voie d'être offerte au public, sous la supervision de l'organisme Écocert⁵⁵.

Peut-on supposer la difficulté de rationalisation de tels produits sur le marché? Un travail d'articulation du groupe de travail sur le sujet semble avoir été fait, puisque les

⁵⁴ Choulze, C. et Lambert, R. (2007). L'émergence des appellations d'origine au Québec. Naissance d'une nouvelle convention de qualité. *Économie rurale*, Mai 2007, 27.

⁵⁵ Écocert est un organisme de certification et de contrôle. Il est un acteur important dans les certifications, mais également dans les appellations réservées et les termes valorisants comme le biologique, par exemple.

définitions de ces produits existent bel et bien, tant dans le rapport Desjardins que sur le site internet du CARTV. Nous espérons pouvoir consulter lors de notre analyse les procès-verbaux du groupe de travail de madame Desjardins.

Nos recherches auprès de l'Assemblée nationale et de ses archivistes, de la Grande bibliothèque et de ses archives, du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, ainsi que du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, sont longtemps restées vaines. Ces organismes ne possédaient pas de copies de ces procès-verbaux.

En dernier recours, nous avons tenté une demande d'accès aux documents des organismes publics, en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Au moment de la correction de ce mémoire, nous avons finalement reçu du MAPAQ une copie des procès-verbaux du groupe de travail. Compte tenu que nous n'avons eu accès à ces documents qu'après avoir déposé ce mémoire, nous ne pouvons en faire l'analyse complète.

Mais revenons à la définition de produit du terroir ainsi que de ses cousins, produit artisanal, produit fermier et produit d'identité, dans le tableau suivant :

Tableau 2.3 : Les définitions des appellations réservées et des produits du terroir suggérées par le groupe de travail du rapport Desjardins

Les définitions des appellations réservées et des produits du terroir	
Terme	Description
Produit du terroir	Produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire, ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnel ou émergent, de ses habitants.
Produit fermier	Produit cultivé, élevé et transformé dans une exploitation agricole, à partir des matières premières qui en proviennent, par son ou ses exploitants, qui gardent le contrôle de sa mise en marché.
Produit artisanal	Produit résultant d'un mode de production non industrialisé, fabriqué par une personne de métier qui travaille à son compte, aidée ou non par une équipe restreinte, et qui transforme des matières premières, qu'elles soient végétales, animales ou minérales. Notons qu'une distinction s'impose dans le cas des produits alcoolisés.
Produit avec mention de lieu, de territoire ou de région	Produit auquel une mention de lieu, de territoire ou de région est associée et qui doit être issu (produit ou produit et transformé) du lieu, du territoire ou de la région à laquelle se réfère la mention.

Source : Rapport Desjardins, 2003 : 10-12.

Tiré du site : <http://teoros.revues.org/1317?file=1> p. 36

La définition de produit du terroir que le CARTV a mise en place suite au dépôt du rapport Desjardins permet à un ensemble de producteurs d'offrir un produit du terroir à l'histoire récente, issu d'un savoir-faire récent et d'une technologie de pointe, tout en demeurant tout de même un produit du terroir. Les producteurs ont bien compris cette notion d'historicité, ce besoin de retour aux sources, de découverte de sa propre histoire, de son identité. D'où la mention sur certains produits du nombre d'années de production, de la recherche faite sur l'histoire de la ferme, du nom des producteurs ou encore du produit, etc.

La définition de produit du terroir est née, mais n'a pas d'existence en dehors du site Internet du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Les tablettes des

supermarchés québécois et même des épiceries fines ne présentent pas, à ce jour, de produits québécois dont l'étiquette porterait la mention « produit du terroir ». Sur le site du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, une page portant sur les *Questions autour de la notion de terroir* apporte un éclairage sur cette absence d'appellation de produit du terroir :

La notion de terroir renvoie en particulier aux appellations AO et IGP pour lesquelles le produit possède des caractéristiques liées à sa région (son terroir). Les autres catégories d'appellation, même si elles sont parfois perçues comme des produits de terroir, ne font pas référence à une spécificité géographique, par conséquent à un terroir, mais à une tradition, à une méthode d'obtention ou à un mode de production. Les produits biologiques, par exemple, ne sont pas tous des produits du terroir. Ils mettent de l'avant une autre caractéristique, à savoir un mode de production plus respectueux de l'environnement.⁵⁶

Les appellations sont considérées comme du terroir, mais si elles ne sont pas reliées à une situation géographique ou un territoire elles ne sont pas un produit du terroir. En définitive, le savoir-faire et l'identité ne sont pas des caractéristiques du terroir. La définition tirée du rapport Desjardins intègre la culture, l'histoire, le savoir et le savoir-faire comme facteurs de définition du terroir québécois.

Reprenons la page du site internet du CARTV ; nous y retrouvons une question bien singulière et une réponse... pour le moins complexe :

⁵⁶ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Questions autour de la notion de terroir*. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir>

La notion de terroir est-elle parfois un outil marketing trompeur, un argument de vente efficace? La notion de terroir est certainement parfois galvaudée ou exagérée. Comme nous venons de le voir, le problème au Québec est que le terroir n'est pas protégé et réfère souvent aux produits de niche ou régionaux. Ainsi, cette notion est souvent utilisée pour valoriser leur production et le consommateur s'y perd parfois. La notion de provenance d'un produit est également confondue parfois avec celle du terroir. Lorsqu'un produit provient d'une région particulière (les Laurentides par exemple), il ne possède pas forcément les caractéristiques particulières du terroir de cette région!⁵⁷

En France, l'INAO offre explication d'un autre calibre. Le Guide du demandeur d'une appellation d'origine de l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité)⁵⁸ offre une définition et des éclaircissements :

La reconnaissance d'une appellation d'origine consacre l'existence d'un produit, dont la qualité et les caractéristiques sont liées à une origine géographique, et celle d'un nom jouissant d'une notoriété établie. Elle suppose donc des liens étroits entre le milieu géographique (qui comprend les facteurs naturels et humains) et les caractéristiques du produit. Le produit AOC présente une typicité liée à son terroir (cf. définitions page 24). L'appellation d'origine constitue un patrimoine collectif, et ne peut donc pas être la propriété d'opérateurs économiques à titre privatif, contrairement à une marque par exemple. Tout producteur, situé dans l'aire géographique et respectant les conditions fixées par le cahier des charges de l'appellation peut en revendiquer le bénéfice. La démarche en appellation d'origine est obligatoirement portée par une structure collective : l'Organisme de Défense et de Gestion (ODG), qui réunit l'ensemble des opérateurs de la filière concernée et est l'interlocuteur officiel de l'INAO.⁵⁹

⁵⁷ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Questions autour de la notion de terroir*. Récupéré de

<http://www.cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir>

⁵⁸ Cet institut est le pendant français du CARTV.

⁵⁹ Paris. Institut national de l'origine et de la qualité. (2009, 30 mars). *Guide du demandeur d'une appellation d'origine (A.O.C./A.O.P.)*. (Document PDF). Document déposé le 30 mars 2009 à l'Institut national de l'origine et de la qualité. Paris : INAO. Récupéré le 23 avril 2015 de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Projects/voyageEtude/Guide_du_demandeur_AOC-AOP.pdf

Le consommateur comprend le produit, a confiance en ce qui lui est proposé, ce qui lui est vendu. Il semble que le consommateur québécois n'ait pas la capacité de faire la distinction et de comprendre ce qui lui serait offert en matière de produits du terroir. Est-ce une raison suffisante pour repousser une appellation de produit du terroir portant sur son étiquette cette dénomination ? Le consommateur n'a-t-il pas ces notions de base pour intégrer une définition telle que celle du terroir ?

La définition de produit du terroir a-t-elle des lacunes ?

Aucune définition n'est parfaite. Nous tentons de créer des définitions qui nous faciliteront la vie pour la compréhension, l'intégration d'un concept. Mais aussi peaufinée soit-elle, une définition comporte des lacunes qui en rendent parfois l'usage complexe. Ce que nous constatons, à l'écoute de nos acteurs, c'est qu'une des lacunes notables de la définition de produit du terroir est la notion de territoire.

Qu'est-ce qu'un produit du terroir ? Un produit local... Mais quelles en sont les limites ? Le village, la région, la province ? Il y a là un flou que la définition actuelle ne permet pas d'éclaircir, selon un de nos acteurs :

...on risque de reconnaître le cidre de glace, une indication d'origine géographique, et on risque de se retrouver avec quasiment la moitié du Québec dans le territoire de l'origine géographique, ce qui, à mon avis, est un détournement, en tout cas, de cette notion d'origine géographique, parce qu'il faut, pour que ça ait du sens, il faut que... une certaine cohérence géologique, climatique, hydrologique enfin bon etc. Et pour moi, par exemple, le cidre de glace d'Estrie ne peut pas avoir les mêmes qualités organoleptiques que du cidre de glace, je sais pas, de l'Île d'Orléans ou de Saint-Eustache. Et malheureusement, on risque d'être dans une situation, il y a rien d'officiel, mais dans plusieurs cas, on risque d'être tenté par vouloir être inclusif au Québec, donc sur des territoires qui sont tellement énormes qu'au fond, la notion de territoire, avec ce que ça veut dire de limites géographiques et de caractéristiques particulières à un territoire, risque d'être dissoute de l'intérieur et de perdre sa pertinence. Donc moi, j'ai peur de ce genre de choses, et je pense pas que la définition qui est celle du groupe Desjardins pouvait empêcher ça, mais c'est certainement une des limites, à l'heure actuelle, de cette définition qui n'est peut-

être pas allée assez loin, assez précisément, ou qui n'a pas été accompagnée, je dirais de critères permettant d'opérationnaliser certains aspects de la définition dont s'approchent totalement les grandes lignes...⁶⁰

La définition de produit du terroir a-t-elle des lacunes? Revenons au développement du cidre de glace pour illustrer notre propos. Effectivement, on trouve maintenant du cidre de glace un peu partout sur la planète. Et le meilleur, selon les grands concours internationaux sur les alcools (qui semblent le confirmer), est québécois. Mais doit-on considérer que le territoire au complet du Québec est producteur d'un EXCELLENT cidre de glace? Est-ce que le terroir est le même que ce soit en Estrie, en Montérégie ou encore sur l'Île d'Orléans? Protéger l'appellation pour le territoire québécois est une chose, mais est-ce que l'on ne perd pas un peu la notion de terroir en couvrant tous les producteurs de cette protection? Est-ce que le produit en sera édulcoré? Le fromage Roquefort ne se fait que dans la région de Roquefort, il ne se fabrique pas à la grandeur du territoire français. Le gouvernement du Québec devra peut-être envisager des appellations cidre de Montérégie, cidre de l'Estrie pour que la notion de terroir reste intacte, pour être cohérent avec sa propre définition que nous reprenons encore une fois :

Un produit du terroir est un produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, et de ses habitants.⁶¹

Autre lacune signifiante : la notion de savoir-faire. Le partage de ce savoir-faire est une question essentielle à la survie d'un produit du terroir. Il semble que l'existence de la

⁶⁰ Entrevue A.

⁶¹ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2013). *Questions autour de la notion de terroir*. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir>

définition ne fournisse pas une assez grande mise en valeur du terroir et surtout, du savoir-faire nécessaire pour que la jeunesse agricole (qui voudrait s'investir dans la production de produits du terroir ou d'une appellation réservée) puisse s'y impliquer dans l'espoir d'en faire son gagne-pain.

Assurer la relève demande bien souvent que cette relève ait les moyens de reprendre le flambeau familial (qui comporte souvent une hypothèque de plusieurs millions de dollars). La culture en champs demande des équipements de grande envergure (de plusieurs centaines de milliers de dollars) et il y a plus d'une variété de tracteurs dans les champs! Le prix de la terre se situe également dans les 6 ou 7 chiffres, sans parler des bâtiments ni des animaux, et encore moins des quotas qui doivent être achetés pour avoir le droit de produire, et des assurances pour tout ce beau monde! Un jeune qui veut prendre la relève de ses parents en agriculture doit étudier en gestion agricole. Oui, les revenus peuvent être importants, mais une fois les factures payées, que reste-t-il pour l'agriculteur? À ce sujet voyons quelques remarques sur la situation : « ...qu'au Québec, le prix moyen d'une ferme est de deux millions de dollars, il est aisé de comprendre que l'accès à la propriété n'est pas chose simple. »⁶² Alors que « selon les prévisions, le revenu familial total moyen devrait augmenter de 11 % pour atteindre 118 970 \$ en 2011. »⁶³

Sans compter la charge de travail qui dépasse largement les 50 heures par semaine. Le parent qui a tout investi dans le patrimoine agricole veut s'assurer une belle retraite, ce qui est tout à fait normal. Mais il est difficile d'exiger un tel fardeau financier de ses

⁶²Gall, S. (2012, 19 septembre). La relève agricole, une « question de pouvoir ». *Le Soleil*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/zone/zone-agriculture/201209/17/01-4574837-la-releve-agricole-une-question-de-pouvoir.php>

⁶³ Agriculture et Agroalimentaire Canada (2010). *Prévision du revenu agricole canadien pour 2011 et 2012*. Ottawa. Récupéré de <http://www.agr.gc.ca/fra/a-propos-de-nous/publications/publications-economiques/liste-alphabetique/previsions-du-revenu-agricole-canadien-pour-2011-et-2012/?id=1328906101616>

enfants alors qu'ils auront de la difficulté à faire face aux charges financières d'une telle entreprise.⁶⁴

Y a-t-il eu des conflits de définitions?

Cette question est primordiale dans le contexte de ce mémoire : elle permet d'observer le concept de négociation dans le processus de création de la définition de produit du terroir du CARTV. Lors du dépôt du rapport Desjardins, il y était fait mention que les procès-verbaux des rencontres du groupe de travail devaient être déposés au même moment. Nous avons fait des recherches pour retrouver ces procès-verbaux auprès du CARTV, aux Archives nationales, au MAPAQ ainsi qu'à l'Assemblée nationale. Aucun de ces organismes n'avait ces procès-verbaux.⁶⁵

L'analyse du processus de négociation de la création de la définition devenait plus complexe. Heureusement, nos acteurs ont pu nous fournir quelques détails intéressants sur les rencontres du groupe de travail :

⁶⁴ En tenant compte des dépenses : paiements, assurances, soins (alimentation des animaux et soins vétérinaires dans le cas de la production animale), entretien des bâtiments, achat et entretien de la machinerie, quotas s'il y a lieu... le revenu moyen mentionné précédemment suffit à peine à faire vivre une famille adéquatement. Revenons au quota; il s'agit d'une proportion accordée aux producteurs. Prenons l'exemple de la production de dindon au Québec. Le quota de production de dindon est établi au mètre carré dont dispose le producteur dans ses bâtiments de production de volaille. Il paiera, disons selon le marché, 500\$ le mètre carré uniquement pour le quota. Ce montant ne comprend pas les bâtiments, la machinerie, les bêtes, la nourriture, etc.

⁶⁵ Madame Chantal Trudeau, du Secrétariat général du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, nous a fait parvenir les procès-verbaux du groupe de travail Desjardins le 24 mai 2015, soit durant la phase de correction du présent mémoire.

(...) et puis on a essayé de voir qu'est-ce qui bloquait, qu'est-ce qui faisait que ça fonctionnait pas. Puis là, on s'est rendu compte que c'était pas au niveau gouvernemental, au niveau des normes. C'était au niveau même des agriculteurs, des cultivateurs, des... on dit pas ça, là, les producteurs, qu'il faut dire, qui... c'est à ce niveau-là que ça bloquait. Ils s'entendent pas entre eux pour dire c'est quoi, mettons, le meilleur lapin ou la meilleure façon de faire le cidre de glace, ou la meilleure... Ils s'entendent pas.⁶⁶

Créer une définition de produit du terroir ne faisait pas l'unanimité, même au sein du groupe de travail du rapport Desjardins. Il semble même y avoir quelques frictions, tant sur les enjeux d'une telle définition que sur le savoir-faire devant être partagé par les producteurs sur le terrain.

Il existe de multiples visions d'un même produit; les producteurs peuvent avoir de la difficulté à envisager la création d'un produit unique par un même groupe de producteurs éparpillés sur le territoire. Partager son savoir-faire est également une part difficile du concept de produit du terroir. La conception d'un produit repose sur de longues années de recherches dans le secret. La propriété intellectuelle d'un produit alimentaire est encore une source de discussions, tant dans les associations agroalimentaires que dans les divers paliers de gouvernement.

Revenons au partage du savoir-faire qui ne se fait pas sans heurt.⁶⁷

⁶⁶ Entrevue A.

⁶⁷ Le Paillasson est le premier fromage d'Amérique du Nord. Il a fallu de longues années de recherche mais surtout de partage d'un savoir et d'un savoir-faire (du dernier maître-fromager Gérard Aubin) pour sortir le Paillasson de l'oubli. Ce fromage était, à l'origine, une recette transmise de mère en fille. Curieusement, c'est un homme qui sera le dernier dépositaire de ce savoir-faire datant des débuts de la colonie. La chose ne fut pas aisée : la flore microbienne ne venait pas avec le partage de savoir-faire. Le « terroir » bactérien était dans les murs de la maison de monsieur Aubin! Il fallut faire des prélèvements et des cultures pour arriver à un résultat assez près de la production familiale des Aubin. Heureusement, aujourd'hui monsieur Jocelyn Labbé nous offre ce merveilleux fromage à griller sur l'Île d'Orléans grâce à sa ténacité et à son dévouement au partage historique et organoleptique de ce produit qui n'existe nulle part ailleurs. Ce qui nous ramène à la définition de produit du terroir du CARTV : le Paillasson vient d'un territoire délimité (l'Île d'Orléans), il provient d'un savoir-faire (la recette et les tours de main sont répertoriés) et d'un savoir historique et identitaire (dans la famille depuis des générations).

Le fromage de l'Île d'Orléans est fabriqué (en général) par un SEUL producteur, contrairement en France où plusieurs producteurs font un même fromage dans une région donnée. Ce qui demande encore une fois un partage de connaissances pour créer une appellation portée par plusieurs producteurs et ainsi permettre une production plus grande, plus uniforme et de qualité.

Le respect du cahier de charges donne donc un aspect important à la définition de produit du terroir (ou de l'appellation contrôlée) puisque chaque producteur doit s'y conformer. Le poids administratif et économique du cahier de charges est significatif dans la production d'un produit d'appellation. Il peut en coûter entre 30 et 50 000 \$⁶⁸ pour l'élaboration du cahier des charges. Le producteur à petite échelle se retrouve avec une charge beaucoup plus importante : il doit à la fois produire et administrer le cahier des charges et le produit d'appellation. Ce qui représente bien souvent une charge supplémentaire de travail d'importance pour le petit producteur qui cherche à intégrer une appellation réservée.

Les gens s'entendaient pas sur ce que c'était, non. Ça, c'est sûr, il y a eu de nombreuses... bien, des conflits peut-être pas, mais de nombreuses discussions. Et aujourd'hui, je crois que les gens conviennent que, quand on parle d'un produit du terroir, puis qu'on parle d'un produit artisan, c'est quand même quelque chose qui est de dimension réduite, avec un... si tu viens que ton entreprise embauche 200 personnes, bien peut-être que c'est difficile de dire que c'est artisan.⁶⁹

Le produit du terroir ne peut donc plus seulement être un produit à petite échelle pour être vendu partout, sur toutes les tablettes des marchés. Mais il doit demeurer à l'échelle humaine; donner encore l'impression que le savoir-faire se transmet malgré les 200 personnes travaillant à la préparation du produit et que le milieu de fabrication soit en

⁶⁸ Lambert, R. (2013, janvier). *Appellations réservées, termes valorisants et marques de certifications : comment s'y retrouver?* Rendez-vous agroalimentaire de l'Outaouais. Récupéré de <http://www.agrireseau.qc.ca/Marketing-Agroalimentaire/documents/AppellationsReservees.pdf>

⁶⁹ Entrevue A.

inox pour la salubrité du produit. Demeurera-t-il tout de même un produit du terroir dans l'esprit du consommateur? Un de nos acteurs a soulevé un fait intéressant :

Mais je dirais que l'UPA était ouverte, mais je dirais moins... moins pressée, on pourrait dire, et ne voulait pas... et ne voulait pas, au fond, que, dans tout ce système, perdre une forme de monopole politique qu'elle essayait d'avoir. Donc il y avait des... il y avait aussi quelques rivalités de pouvoir. Mais comment ça s'est exprimé, et est-ce que ça s'est exprimé sur des mots de définitions, sur des... très franchement, je le sais pas.⁷⁰

La présence de différentes associations composant le groupe de travail n'est pas due au hasard : l'Union des producteurs agricoles est le seul syndicat qui représente les producteurs auprès du gouvernement du Québec. Son poids sur la définition ne peut malheureusement pas être évalué, faute d'avoir les informations nécessaires, mais nous pouvons imaginer que l'UPA avait sa vision bien précise de ce que devaient être la définition de produit du terroir du CARTV et son cahier de charges. L'impact des micro-mondes sociaux selon Strauss est encore ici une démonstration importante de la direction qu'une négociation peut prendre. De ce fait, nous pouvons seulement conclure que le fait qu'il n'existe pas d'appellation réservée « produit du terroir » au Québec n'est peut-être pas étranger aux attentes de ces différents mondes sociaux.

Est-ce que le contexte de mondialisation a joué un rôle dans le développement d'une définition de produit du terroir?

Cette question peut sembler anodine, mais la réforme de l'agriculture amorcée dans les années 1970 où les producteurs agricoles étaient fortement encouragés à quitter l'agriculture de subsistance pour les monocultures de masse affirme une segmentation importante vers ces nouveaux univers de vie que crée cette nouvelle forme de mondialisation des marchés et l'émergence des produits de niche.

⁷⁰ Entrevue C.

...oui, indirectement, parce qu'au fond, beaucoup de producteurs, et c'est un peu partout, le développement de produits du terroir est une réponse à la crise de la mondialisation. D'une part, parce que les marchés internationaux, les cours fluctuaient. On a vu que bien des fermes et des agriculteurs pouvaient se remettre, être du jour au lendemain mis en faillite, parce qu'il y avait des changements des cours mondiaux sur tel ou tel type de produits, donc créant une insécurité croissante, et donc... et aussi une course au rendement, une course, des fois, à la destruction de l'environnement par la productivité qui faisait qu'il y avait bien des gens qui à la fois risquaient de faire faillite, et puis se trouvaient pris dans un système infernal : tu travaillais plus et puis tu gagnais pas plus, etc. Donc il y a un certain nombre de gens qui ont voulu échapper à ce cercle vicieux et qui ont voulu se créer des marchés plus stables parce que c'étaient des marchés nationaux, et donc... cette mondialisation, je dirais la mondialisation d'une crise agricole. Mais il y a aussi d'autres formes de mondialisation, partout, donc il y a eu cette volonté. Au fond, on pourrait dire qu'il y a aussi une mondialisation positive, où tout le monde se dit : il faut de plus en plus prendre en charge la valorisation de son territoire. Maintenant, on parle dans des termes encore plus politisés, de souveraineté alimentaire, etc. Donc il y a ça. Et puis évidemment, le consommateur lui aussi, maintenant, a une vision mondiale. Quand il a, sur les tablettes, le choix entre deux produits puis qu'il y en a un qui a une reconnaissance d'appellation, bien il est sûr que ce produit a un certain degré de qualité, de fiabilité que n'a pas nécessairement le voisin à côté qui n'a aucun label. Et donc, oui, la mondialisation a influencé, à plusieurs niveaux, le développement des produits du terroir.⁷¹

Une définition permet de se connaître, de déterminer les limites de l'objet que l'on définit. Une définition permet aussi à l'Autre de connaître, de mieux définir ce qui est en face de lui. La définition de *produit du terroir* ou d'appellation réservée implique de définir ce que les producteurs québécois offrent en tant que produits du terroir, en tant que produits clairement identifiés comme étant du terroir québécois. Ce qui explique que les producteurs québécois aient ce besoin de définition dans un contexte de mondialisation, certes, mais également dans un contexte où le consommateur québécois recherche de plus en plus d'identifiants, des étiquettes, des marques lui permettant de démarquer ce qui lui appartient de ce qui vient d'ailleurs. Et comme il semble que les Québécois sont imaginatifs et inventeurs, vouloir vendre son produit ailleurs va de soi. Si le producteur

⁷¹ Entrevue C.

peut de plus proclamer que son produit est un produit du terroir quand le marché mondial est friand de ce type de produit, il est concevable qu'une appellation « produit du terroir » ait son importance sur l'étiquette!

...on a tout intérêt, d'une part à protéger qu'est-ce que... si on prend le cidre de glace, qui est le plus avancé, puis public, le cidre de glace du Québec, qu'est-ce que c'est, qu'est-ce que c'est pas? Personne n'aura le droit, une fois que ce sera reconnu, d'utiliser ce terme-là sur le territoire québécois, d'une part, puis après, bien c'est de dire, quand on veut exporter et le faire protéger ailleurs, c'est toute la question des accords bilatéraux, multilatéraux, de dire : nous aussi, on a un système d'appellations. C'est très fort pour les alcools et les vins, parce que la plupart des pays ont mis en place des réglementations comme ça, donc après, c'est ça, on peut, par accord, on dit : bien nous, on aimerait que vous reconnaissiez notre cidre de glace, puis on va vous reconnaître tel ou tel alcool ou tel ou tel produit. Tant qu'on n'a pas d'outils juridiques, on peut pas le faire.⁷²

C'est dans ce contexte que la définition de produit du terroir et que la naissance du CARTV sont devenues nécessaires, autant du point de vue du producteur que du consommateur. Une protection supplémentaire est nécessaire dans ce contexte de mondialisation; une dénomination claire, une définition claire et un affichage simple pour le consommateur, pour qu'il puisse être en mesure de faire un achat éclairé. Pour le producteur, une dénomination claire protège son savoir-faire sur le marché, une définition lui donne des marges à respecter et une étiquette lui donne de la visibilité. La protection du cidre de glace par exemple est capitale, puisque l'on sait qu'il existe déjà du cidre de glace sur le marché mondial. La Chine est une grande exportatrice de pommes, supposer que la tentation y est grande de produire du cidre de glace...

Dans la mesure où les produits de partout rejoignent les consommateurs, est-il approprié d'avoir une définition de produit du terroir au Québec?

La question de se définir, de s'identifier est en quelque sorte une partie de la réponse; puisque pour avoir une existence en tant que producteur, il faut savoir ce que l'on

⁷² Entrevue B.

produit. Les locavores et *foodies* constituent une possible preuve que le consommateur comprenne la notion de territoire. Mais est-ce suffisant pour supposer que le consommateur définisse précisément ce qu'est un produit du terroir québécois?

C'est tout à fait essentiel pour avoir une qualité de vie et une qualité de consommation dans le quotidien, et aussi, parfois, dans l'exceptionnel, ça peut dépendre des moyens qu'on a. Et puis des produits qui sont aussi tout à fait originaux et qui soient, je dirais même du point de vue... je dirais touristique, qu'on puisse, quelqu'un qui va dans une région où il y a de l'agneau de Charlevoix et qui n'en a jamais mangé, bien va faire une expérience qui pour lui sera peut-être inoubliable. Donc ça doit être considérablement amélioré, et oui, oui, oui, plus que jamais, on a besoin de... je dirais que pour tout ce qui est produits du terroir, la nécessité des labels, enfin ça rejoint la nécessité des labels qui sont de tout autre ordre, mais comme les labels de développement durable, de respectueux de l'environnement, de biologiques, enfin bon maintenant, on a des collections de labels qui couvrent différentes catégories, bien il y a des gens qui s'intéressent non pas seulement aux aspects politiques des produits, par exemple associés à l'environnement, mais aussi du bon goût des produits avec le sentiment qu'ils ont quelque chose d'exceptionnel et qui sont produits par des communautés qui sont importantes pour nous.⁷³

C'est à partir de cette compréhension du marché mondial que la définition de produit du terroir (au Québec ou ailleurs) prend son sens. Pour se définir, l'individu doit savoir qui il est, ce qu'il représente et d'où il vient.

La Table agrotouristique de Charlevoix a justement voulu pousser le concept de label encore plus loin. Le besoin de se démarquer, de mettre en évidence des produits issus d'un territoire a mené la Table à vouloir s'investir dans une certification ayant pour nom Terroir Charlevoix, le seul moyen en ce moment d'apposer le mot terroir sur un produit étant de passer par une certification à défaut d'une appellation. Ainsi, Terroir Charlevoix est en voie de devenir un des premiers ensembles de produits à porter le mot terroir au Québec. Une première qui risque de faire boule de neige auprès des autres Tables agrotouristiques du Québec :

⁷³ Entrevue C.

Et il y a, je pense, vraiment une fierté aussi de protéger un savoir-faire, de le valoriser et de dire : vous voyez, on est des entreprises individuelles, mais on est capables de faire un produit collectif, dans le sens où on a des méthodes, ce qu'on appelle un peu méthodes loyales et constantes, là, c'est un peu un mot... on rentre dans le jargon technique, mais... On se construit des méthodes collectives, ce qui n'empêche pas de travailler avec des produits différents et de mettre en valeur des produits uniques à l'entreprise. Mais on a un savoir-faire collectif qu'on veut protéger et qu'on veut transmettre aussi. C'est ça l'objectif aussi, c'est... bien voilà, on est... on veut une pérennité...⁷⁴

La certification Terroir Charlevoix pourrait devenir une appellation si la Table agrotouristique de Charlevoix et ses membres en exprimaient le désir. Une certification demande également un cahier de charges et des frais d'administration. L'exercice étant déjà fait, en venir par la suite à une appellation ne serait donc pas impossible. Mais les acteurs en place, tant au gouvernement que chez les organismes impliqués en agroalimentaire, seront-ils prêts pour une telle appellation?

⁷⁴ Entrevue B.

Conclusion

À travers les différents intervenants, les lectures, les tableaux présentés et les recherches de textes et des procès-verbaux rassemblés dans ce chapitre, nous avons pu constater que :

1. Il y avait un désir de promouvoir, tant du côté des producteurs que du gouvernement, la création de la définition de produit du terroir, de faire découvrir des produits du terroir et d'en faire des produits identitaires;
2. Le groupe de travail du rapport Desjardins était composé de gens du milieu agroalimentaire et de fonctionnaires. Deux chefs également. Mais aucun regroupement de consommateurs pour représenter les acheteurs de produits de niche;
3. Nous avons contacté le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants : il ne possédait pas les procès-verbaux. Nous avons également contacté le ministère de l'Agriculture : même réponse. Même les Archives nationales n'avaient pas les procès-verbaux du groupe de travail du rapport Desjardins.⁷⁵
4. Que la définition de produit du terroir existe, mais n'a malheureusement pas d'autre utilité que de définir : il n'y a aucun produit du terroir reconnu comme tel, puisqu'aucun producteur au Québec ne peut apposer cette dénomination sur ses produits;
5. Le gouvernement du Québec ne prévoit pas revenir sur cette appellation. Les termes *produit d'identité* et *produit fermier* sont présentement sur la table de travail du

⁷⁵ Nous rappelons que nous avons finalement eu accès aux procès-verbaux alors que ce mémoire était terminé.

Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, mais aucune trace de démarche pour un cahier de charges pour produit du terroir pour le moment;

6. Le milieu des producteurs agricoles ne fait aucune pression, à notre connaissance et à ce jour, pour que des produits portent l'appellation produit du terroir; la demande mondiale est pourtant forte pour ce genre de produits et l'intérêt des Québécois pour ce type d'appellation est grandissant.

CHAPITRE III

RETOUR SUR LA PROBLÉMATIQUE, L'HYPOTHÈSE ET L'INTERPRÉTATION

Ce chapitre présente un retour sur la problématique, l'hypothèse ainsi que l'interprétation de l'objet dont nous avons fait l'étude : la structure de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants par le concept de la négociation d'Anselm Strauss. Nous reviendrons sur chacun de ces points, soit la problématique, l'hypothèse et l'interprétation, pour faire un état des lieux de notre compréhension actuelle de la création de la définition de produit du terroir.

3.1 Problématique

Notre problématique de départ se définissait comme suit :

L'importance de mettre en contexte les structures en place démontrera le possible impact de ses relations entre les intervenants sur la définition de produit du terroir. Définition que le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants et les producteurs de produits du terroir et d'appellations réservées doivent négocier pour en arriver à présenter un produit au consommateur portant une telle appellation au Québec.

Il est important, à notre avis, de repartir sur les points de base de notre mémoire. Ce retour en arrière permettra de mieux comprendre les pistes de réponses et les difficultés rencontrées pour arriver à notre résultat de recherche.

3.2 Existence réelle de la définition

Existe-t-il une définition de produit du terroir au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants? Sur le site internet du CARTV, on retrouve effectivement une

définition de produit du terroir issue du rapport Desjardins; nous en avons parlé abondamment et nous la reprenons encore une fois ici pour introduire nos résultats :

Un produit du terroir est un produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, et de ses habitants.⁷⁶

Il existe donc une définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Le groupe de travail de Desjardins a atteint son objectif, puisque son mandat était de définir ce qu'était un produit du terroir au Québec.

Nous avons vérifié auprès du ministère de l'Agriculture, du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, auprès de certains anciens membres du groupe de travail du rapport Desjardins ainsi qu'aux Archives nationales à la recherche des procès-verbaux du groupe de travail. On nous a répondu qu'ils n'étaient pas disponibles, voire qu'ils n'existaient pas, ce qui nous a semblé très étonnant étant donné le caractère public de ces travaux. N'ayant pas eu accès à ces documents des réunions du groupe de travail lors de l'écriture de ce mémoire, il nous a été plus difficile de déterminer comment la négociation et la création de la définition s'étaient faites.

Heureusement, les entrevues que nous avons effectuées auprès de certains acteurs du milieu nous ont fourni quelques éléments nous permettant de mieux comprendre ce qui pouvait sembler une difficile reconnaissance des produits du terroir au Québec. Nous avons pu consulter les mémoires présentés à la consultation publique sur la Loi 113 de l'automne 2005, qui devait permettre l'utilisation des dénominations « produit du terroir », « fermier » et « artisanal » à plus ou moins long terme. Comme quelques-uns des

⁷⁶Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/questions-autour-notion-terroir>

auteurs de mémoires à la consultation publique avaient fait partie du groupe de travail, l'utilisation de ces mémoires devenait pertinente pour pouvoir dégager la probabilité de l'influence de certains de ces acteurs sur la création de la définition de produit du terroir.

L'évolution de la production de la définition de produit du terroir passe par différentes étapes :

1. Le gouvernement du Québec crée le Groupe de travail pour la consultation et la création d'une définition;
2. Le Groupe de travail soumet une définition de produit du terroir au gouvernement par le biais du rapport Desjardins;
3. Le gouvernement invite des intervenants du milieu agroalimentaire à commenter la loi modifiant la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* dans le cadre d'une consultation publique;
4. Le CARTV met en application la loi modifiée et soutient les producteurs dans la création de produits d'appellations réservées, sans toutefois autoriser l'emploi de la dénomination « produit du terroir » sur leur étiquette.

Le groupe de travail réuni autour de Madame Anne Desjardins était composé d'acteurs de l'industrie agroalimentaire. Il aurait été intéressant d'y inclure un membre d'une association de consommateurs, ce qui aurait permis d'ajouter un point de vue plus « social » à la définition, mais également de rapprocher la définition du consommateur. La définition de produit du terroir existe, mais a-t-elle une autre fonction que de définir formellement et abstraitement cette notion de terroir québécois? Apporte-t-elle une vision, une recherche plus approfondie de l'identité québécoise des produits du terroir? A-t-elle une autre fonction que celle de l'encadrement réel des pratiques?

La compréhension de la création d'une définition passe également par une vision de l'intérieur de l'évènement. Les différentes entrevues donnent un certain aperçu des faits. Nous ajouterons d'autres sources de réflexion pour mieux illustrer la situation de la

création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, et ainsi tenter de donner l'heure juste sur la situation des appellations réservées au Québec dans la conclusion de ce mémoire.

3.2.1 Présentation d'une définition

Nous présenterons ici notre propre vision de ce qu'est une définition de produit du terroir québécois. Ce positionnement que nous désirons prendre permettra de présenter une compréhension sociologiquement différente du produit du terroir. Cette compréhension est d'abord identitaire puisque l'on y retrouve un peu l'histoire d'une région, mais également un rapport à la nostalgie, un retour aux souvenirs d'enfance. Économique puisque le produit du terroir représente un enjeu économique pour une région. En effet, le producteur engage des gens pour la production; en outre, des touristes viendront sur place pour découvrir le producteur et ses méthodes de production.

Voyons quelques chiffres pour illustrer l'importance d'un produit bien identifié en prenant le logo Aliment du Québec pour exemple : « La part de marché d'un produit augmente de 2,8% quand il porte le logo Aliment du Québec, a évalué Mme Rodier en 2009. Cet argument économique convainc les gens : le nombre de produits certifiés par Aliments du Québec a triplé en trois ans, pour dépasser 12 500 à la mi-juin. »⁷⁷ Une motivation économique plutôt intéressante pour le producteur. Mais également en terme de subjectivation. La création d'un produit du terroir est productrice de subjectivation chez le producteur, cet individu qui se positionne comme créateur d'un terroir, d'une identité, d'un espace historique dans le temps.

Revenons à notre propre définition :

⁷⁷ Allard, Marie. « Peu d'aliments québécois dans nos assiettes. » *La Presse* (Montréal), 25 juin 2011.
Récupéré de
<http://www.lapresse.ca/actualites/national/201106/24/01-4412402-peu-daliments-quebecois-dans-nos-assiettes.php>

Le produit du terroir est l'essence des possibilités géographiques, des capacités des savoir-faire et de l'intégration des différentes identités qui se retrouvent sur un même territoire et qui influent sur la création et par la suite, sur la production répétée de ce produit.

Le produit du terroir tel que nous le définissons, est un amalgame de trois ensembles : le premier est la notion de géographie, de territoire sur lequel est né ce produit. Il ne peut être ce produit que s'il provient d'un territoire ayant un terroir propre à lui-même (un climat particulier, un terreau différent, une topographie d'exception, par exemple). Le territoire a teinté les gens qui l'habitent et inévitablement, le produit, ce qui en fait sa particularité.

Le deuxième ensemble est le savoir-faire. Revenons au fromage de l'Île d'Orléans pour illustrer notre propos. Ce fromage, dont les méthodes de fabrication se sont transmises de mère en fille depuis des générations, n'existe nulle part ailleurs et ses méthodes de fabrication sont teintées du territoire qui l'entoure⁷⁸ : la faisselle (premier état du fromage lorsqu'il est formé) était séchée sur des joncs amassés sur les rives du fleuve Saint-Laurent. Bien qu'aujourd'hui ce savoir-faire ne réponde pas aux normes sanitaires du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, le producteur actuel a voulu que son fromage porte des traces de ce savoir-faire disparu, soit des traces de jonc sur le fromage (qui porte le nom de Paillasson) en utilisant des moyens plus modernes que le séchage sur joncs, c'est-à-dire des moules texturés.

Le troisième ensemble est l'identitaire. Il représente ce qui se fait sur le territoire, avec les connaissances acquises sur ce territoire et surtout, qui n'appartient qu'à ce territoire et n'est nulle part ailleurs fabriqué de cette façon. D'où ce sentiment d'appartenance

⁷⁸ Nous vous invitons à consulter un des rares livres écrit sur un fromage québécois; Dupont, Jean-Claude. (1977) *Le fromage de l'Île d'Orléans*. Montmagny : Leméac, 171 p. ainsi que le site Fromages de l'Isle d'Orléans. Récupéré de <http://www.fromagesdeliledorleans.com/brin-histoire/l/histoire-du-fromage/>

identitaire puisque le produit porte une charge émotive pour le producteur, mais également pour le consommateur qui en fait l'achat. Il présente de même un aspect culturel important pour la communauté dont il est issu, d'où son importance en tant que facteur identitaire pour sa communauté. Prenons par exemple le cas de la gibelotte de Sorel. La gibelotte est un plat emblématique de la région qui se compose d'un poisson surnommé barbotte mais qui est en réalité un poisson-chat. La gibelotte est tellement d'importante pour la ville de Sorel que ses citoyens ont créé un festival en son honneur. La force identitaire de ce plat n'est donc pas négligeable pour la ville de Sorel, au point de l'afficher durant plusieurs jours et d'en faire la promotion partout dans la province comme élément fort du tourisme de la région.

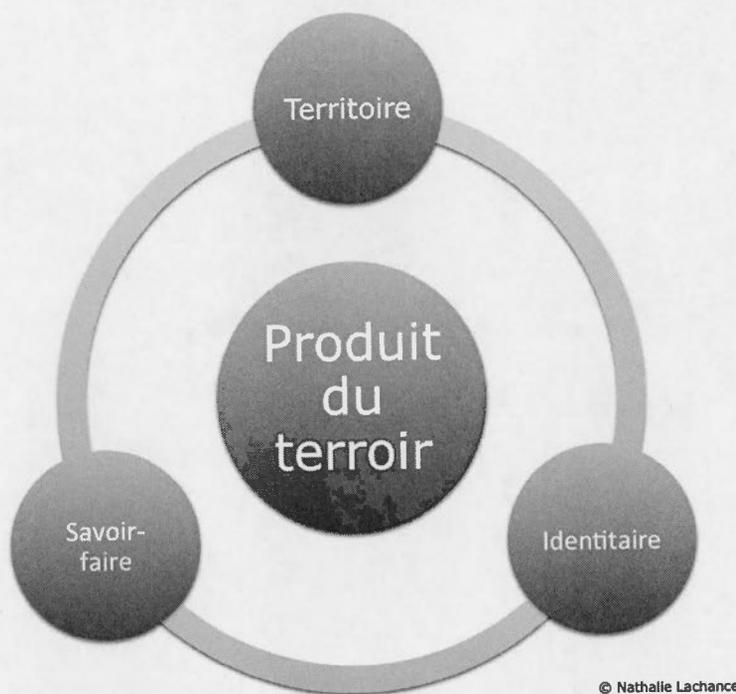
Le graphique qui suit représente cette compréhension. Les trois cercles se suivent car l'existence d'un produit du terroir est dépendante de ces trois cercles; leur interdépendance est telle qu'ils sont obligatoirement interreliés. Les relations entre ces trois éléments sont essentielles pour la pérennité d'un produit du terroir.

Le développement d'un savoir-faire est indissociable du territoire qui a influencé le besoin de créer ce savoir-faire,⁷⁹ parce qu'il est tributaire d'un territoire; mais le savoir-faire est identitaire puisqu'il dépend d'un type d'individu qui va re-produire ce genre de savoir-faire (un producteur qui introduit un nouveau produit sur sa ferme et qui lui donne le nom de son village, par exemple).

Ainsi, chaque ensemble a une vie propre, mais ne peut se développer sans ces interactions qui créent le produit du terroir.

⁷⁹ Un surplus de lait produit dans les fermes de la région parce que le fourrage donne une plus grande productivité laitière aux vaches, dans un autre pays, peut expliquer la production d'un fromage particulier en lien avec ce surplus créé par le territoire.

Schéma 3.1 : Représentation de la définition de produit du terroir



3.2.3 Consultation générale sur le projet de loi n° 113 - Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées⁸⁰

Nous avons pu consulter quelques mémoires déposés lors de la consultation publique sur la loi 113 modifiant la *Loi sur les appellations* et des termes valorisants. Nous ne résumerons ici que quelques-uns d'entre eux; voici toutefois la liste exhaustive des individus et organismes ayant présenté un mémoire lors de cette consultation :

⁸⁰ Pour une consultation plus approfondie, voir le site de l'Assemblée nationale sur les Travaux de l'Assemblée nationale à l'adresse suivante : <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/CAPA/mandats/Mandat-7117/memoires-deposes.html>

- Garantie Bio-Écocert
- Association laitière de la chèvre du Québec
- Fédération d'agriculture biologique du Québec
- Union paysanne
- Fromagerie Tournevent inc.
- Filière biologique du Québec
- Les Cidriculteurs artisans du Québec
- Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation
- Monsieur André Fouillet
- Bis la boulange
- Fédération des producteurs de pommes du Québec
- Association des détaillants en alimentation du Québec
- Tables de concertation agroalimentaire du Québec
- Solidarité rurale du Québec
- Conseil canadien des distributeurs en alimentation
- Bureau de normalisation du Québec
- Conseil des industriels laitiers du Québec
- Conseil des appellations agroalimentaires du Québec
- Option consommateurs
- Union des producteurs agricoles (UPA)

En examinant quelques-uns des mémoires présentés dans le cadre de la consultation publique de la Loi 113 modifiant la *Loi sur les appellations réservées*, nous pouvons entrevoir les relations étroites qu'entretiennent certains de ces acteurs entre eux. Voyons maintenant, par le biais de courtes biographies, la teneur de ces relations.

3.2.4 Analyse des mémoires présentés lors de la consultation générale sur le projet de loi n° 113 - Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées

Nous commencerons avec le Conseil des appellations agroalimentaires du Québec (CAAQ)⁸¹. Le CAAQ était, à l'époque, l'organisme responsable de la gestion des appellations agroalimentaires au Québec ainsi que des produits issus de l'importation vers le Québec. Dans le mémoire qu'il a présenté dans le cadre de la consultation publique sur la Loi 113, le CAAQ décortique le processus de création d'un produit d'appellation réservée, tant au Québec qu'en France. Voyons ce qu'il en est dans ce premier extrait :

...l'attestation de spécificité est fortement dénaturée puisque les changements apportés à la Loi sur les appellations réservées l'éloignent sur le plan de la définition et des moyens de contrôle, de sa contrepartie européenne d'abord en l'associant très fortement avec les produits fermiers et artisanaux, ce qui ne correspond pas à la définition européenne. C'est plutôt dans les certificats de conformité, notamment les labels rouges en France, que se retrouvent la plupart des produits fermiers et artisanaux authentiques.⁸²

La parenté ainsi que les distinctions avec le système français d'appellation sont donc clairement établies ici. Mais continuons avec une autre citation de ce même mémoire :

Le projet de loi prévoit aussi que les appellations du type géographique (associées à la région de production) seront retirées de la Loi au profit d'appellations de lien au terroir. Pourtant, le Ministre a déclaré dans son allocution du 16 juin dernier vouloir confirmer que les produits portant les désignations AO et IGP seront d'authentiques produits du terroir. Si son intention n'est pas de les supprimer, nous nous demandons ce qu'elles vont devenir. Comme une modification du Règlement sur les appellations réservées suivra vraisemblablement la modification de la loi, est-ce que les appellations géographiques continueront d'y figurer ou non ? Dans le cas où elles seraient conservées, cela se traduirait malheureusement par l'inversion d'une équation uniformément acceptée à l'échelle internationale, à savoir qu'un produit du terroir est toujours associé à une région de production et peut par le fait même porter une appellation géographique. Comme le démontre l'expérience française, le lien entre les produits du terroir et les appellations à

⁸¹ Le Conseil des appellations agroalimentaires du Québec est devenu le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants en 2006.

⁸² Conseil des appellations agroalimentaires du Québec. (2005). *Projet de loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec*, Montréal. p.4.

caractère géographique est la meilleure garantie de crédibilité aux yeux des consommateurs (...).⁸³

Le lien avec le terroir est significatif, certes, mais est-ce que le consommateur sait systématiquement que l'Agneau de Charlevoix est une appellation IGP, donc un produit du terroir? Ce qui semble évident pour les spécialistes ne l'est pas nécessairement aux yeux du public. Poursuivons avec les autres mémoires sur ce sujet.

Garantie Bio-Écocert est un organisme de certification environnementale qui supporte producteurs ou associations de producteurs qui veulent adhérer à l'appellation « Biologique » du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Cet organisme est actuellement le certificateur qui travaille avec La Table d'agrotourisme de Charlevoix qui a créé la certification Terroir Charlevoix. Voici ce qui a été relevé lors de la consultation publique en 2005 :

La protection du consommateur et le développement des marchés de niche ne pourront être assumés par le projet de loi 113, bien au contraire. En créant un système à deux vitesses, on augmente la confusion auprès des citoyens et on diminue fortement le bénéfice qu'une appellation réservée pourrait engendrer. En effet, qui serait assez fou pour engager des frais, mettre en place les systèmes de contrôle, tenir à jour des registres de production afin de réserver une appellation alors qu'un voisin pourra par un simple enregistrement faire des allégations similaires. Les propositions de modifications du projet de loi 113 semblent être mise en plus pour ceux qui ne veulent pas de contraintes. Nous considérons que l'enregistrement leur permettra de faire des sous sur le dos des consommateurs.⁸⁴

Un système qui permettrait aux producteurs de s'enregistrer facilement comme producteurs de produits du terroir semble apporter ici quelques tensions. L'évocation d'un système à deux vitesses met en perspective la difficulté de contrôler ce qu'est un produit du terroir.

⁸³ *Ibid.* p.4.

⁸⁴ Garantie Bio-Écocert. (2005). *Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec*, France Gravel. p.4.

Il semble plus facile de retirer la dénomination « produit du terroir » que d'informer le consommateur sur ce qu'est un vrai produit du terroir québécois. Est-il possible que le consommateur soit maintenant prêt puisqu'une certification « Terroir Charlevoix » semble se pointer sur le marché de l'alimentation?

Bis la Boulange est une boulangerie ayant pignon sur rue à Rivière-du-Loup. Sa propriétaire (Marie-Anne Rainville) était du groupe de travail du rapport Desjardins en tant que représentante de Solidarité rurale du Québec. Elle a déposé un mémoire à la consultation publique sur la Loi 113 au nom de Bis la boulange. Voici un premier extrait de ce mémoire :

Dans le plus haut intérêt du Québec, que le gouvernement convienne, par une modification législative, que le terroir et l'artisanat ne sont pas des compétences agricoles; dans l'intérêt du Québec, modifier la Loi sur les appellations réservées afin que les volets liés au terroir et à l'artisanat soient gérés (sic) par le ministère chargé du développement territorial; dans l'intérêt des régions du Québec, modifier la Loi sur les appellations réservées et termes valorisants afin que les organismes liés au développement rural et régional soient associés à la gestion d'un éventuel Conseil d'accréditation des appellations terroir et artisanale.⁸⁵

Madame Rainville, dans ce mémoire, propose une segmentation des pouvoirs du ministère de l'Agriculture. Si le produit du terroir était reconnu comme étant un produit culturel, il pourrait ne plus avoir sa place au ministère de l'Agriculture, puisqu'il serait d'abord une représentation culturelle. Mais comme il demeure un produit ayant d'abord une utilité économique, madame Rainville le ramène sous l'égide du ministère responsable du développement territorial (aujourd'hui ministère des Affaires municipales et Occupation du territoire).

Ce chevauchement que propose madame Rainville exige des ententes entre ministères que le gouvernement du Québec n'avait peut-être pas envisagées pour la dénomination

⁸⁵ Bis la boulange. (2005). *Mémoire présenté aux membres de la Commission sur l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation étudiant le projet de loi no 113 : loi modifiant la Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*. Rivière-du-Loup : Marie-Anne Rainville. p.4.

produit du terroir. Si une telle entente se faisait, il y aurait manifestement un changement par un éventuel processus de négociation pour cette nouvelle segmentation; mais également un changement de discours pour arriver à des ententes entre les parties, entre les ministères.

Une définition claire de produit du terroir (qui aurait une utilité importante pour les régions et pour l'économie de la province) pourrait alors prendre forme, tant sur le plan économique que culturel. Cette « segmentation » proposée par madame Rainville nous ramène à Anselm Strauss et son concept de négociation. Strauss introduit ce processus de segmentation de la façon suivante :

La plupart des mondes, lorsqu'on les observe, semblent se dissoudre en une myriade de micro-mondes. À l'évidence, une vision processuelle conduit rapidement à comprendre que ces activités aboutissent à une segmentation sans fin. Certaines conditions favorisant ce phénomène sont liées à l'évolution des technologies, à des expériences personnelles différentes à l'intérieur d'un même monde, à l'évolution de nouvelles générations de membres, au recrutement de membres d'un nouveau genre et à l'empiètement d'autres mondes. Cette segmentation aboutit à l'entrecroisement de micro-mondes spécifiables. Autrement dit, cet entrecroisement intervient habituellement non entre des mondes globaux mais entre des segments. Une telle formation de micro-mondes signifie non seulement de nouvelles activités, de nouveaux sites et de nouvelles technologies, mais également de nouveaux univers de discours.⁸⁶

Madame Rainville était, à l'époque, membre de Solidarité rurale (cet organisme a, rappelons-le, les mandats suivants : promouvoir la ruralité, fournir au gouvernement son point de vue sur des questions de ruralité, conseiller et appuyer les milieux ruraux, et bien d'autres mandats qui l'amènent à s'exprimer sur la question de la ruralité).

Ainsi, madame Rainville a intégré une forme de socialisation dont parle Strauss; elle a inséré dans son schème de pensée les différents degrés de mouvances que doivent adopter les membres d'une société pour mieux s'intégrer au monde social par la mise en orbite de ce qu'est le produit du terroir. Cette mobilité permet à l'individu de socialiser à

⁸⁶ Strauss A. (1992). *La trame de la négociation : Sociologie qualitative et interactionnisme*. Paris : Éditions L'Harmattan, 274.

l'intérieur d'autres micro-mondes. Avec la possibilité d'intégrer le produit du terroir à un autre ministère, les producteurs feraient face à d'autres possibilités de socialisation de développement de leur produit.

Solidarité rurale est un micro-monde qui vient créer une segmentation avec sa vision de la ruralité et de ce qu'est le territoire et l'identitaire, tout cela dans un marché de mondialisation et de recherche du profit.

Madame Rainville a également travaillé pour l'Union des producteurs agricole (UPA), en plus d'avoir été membre de Solidarité rurale et d'avoir fait partie du groupe de travail sur le rapport Desjardins, elle a ainsi une vision assez large de ce qu'est la question du produit du terroir au Québec.

Ce qui nous ramène encore à Strauss et à la *socialisation* : « La *socialisation* est non seulement associée aux degrés et aux types d'authenticité, mais aussi à la manière dont les personnes entrent et sortent des mondes et micro-mondes sociaux. »⁸⁷ La plupart des individus qui s'impliquent dans l'un ou l'autre des micro-mondes ont nécessairement déjà eu contact avec un autre de ces micro-mondes, d'où l'intérêt, le besoin de s'impliquer.

Dans le cas de madame Rainville, le fait d'avoir connu le monde agricole d'un point de vue syndical (UPA), d'un point de vue plus social (Solidarité rurale) et finalement d'un point de vue politique (UPA, Solidarité rurale, groupe de travail, relations avec le gouvernement, etc.) lui a permis de circuler dans ces trois micro-mondes, ce qui l'a amenée à se prononcer par le biais du dépôt d'un mémoire à la consultation publique sur la Loi 113, tout en le signant en tant que propriétaire de boulangerie. Reprenons Strauss encore une fois pour illustrer ce parcours :

⁸⁷ *Ibid.* p. 276.

La plupart des théories sur la socialisation admettent une entrée de novo, mais il est probable que l'entrée dans la plupart des mondes et micro-mondes sociaux se fait au moyen de processus de mise en orbite : c'est-à-dire se déplacer d'un monde à l'autre, rester dans les deux ou laisser tomber le premier, à quoi s'ajoutent des appartenances multiples. Il y a donc calcul de compatibilité, de neutralité et d'incompatibilité. Ce calcul a partie liée avec la liberté de mouvement, la probabilité de durer, la marginalité et le sentiment de non-authenticité.⁸⁸

Revenons aux autres mémoires présentés au cours de cette consultation. Il nous a semblé important de donner le point de vue d'un producteur. La Fromagerie Tournevent⁸⁹ nous présente, dans son mémoire, sa position face à la création de produits du terroir au Québec :

...nous croyons que la mondialisation est un phénomène qui a provoqué l'engouement des consommateurs pour les produits du terroir d'ici comme d'ailleurs. Un contexte plutôt positif sur lequel le Québec doit miser pour faire valoir son identité ou sa spécificité à l'étranger. Nous croyons aussi que l'exportation par les produits du terroir est la meilleure voie de développement pour les petites entreprises.⁹⁰

La rencontre entre la mondialisation et le produit du terroir n'est pas impossible, elle mène même le consommateur à des découvertes que certains organismes ne semblaient pas croire possibles. De ce fait, le consommateur connaît ce qu'est un produit du terroir, il va à sa rencontre. Alors pourquoi ces organismes prétendaient-ils que le consommateur ne pourrait pas s'y retrouver?

L'Union paysanne a également mis son grain de sel en produisant un mémoire pour cette consultation sur la *Loi sur les appellations*. Voici un extrait que nous trouvons pertinent de relever :

⁸⁸ *Ibid.* p. 274.

⁸⁹ Cette fromagerie artisanale de Chesterville a offert ses produits pendant 27 ans, avant d'être achetée en 2005 par Damafro, elle-même rachetée en 2013 par la coopérative Agropur qui regroupe 3400 producteurs de lait et dont le chiffre d'affaires était de 3,8 milliards de dollars cette année-là.

⁹⁰ Fromagerie Tournevent Inc. (2005). *Mémoire présenté dans le cadre de la loi P-29, Loi modifiant la Loi sur les produits alimentaires également présenté devant la commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation dans le cadre du projet de loi no.113, Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées*. Chesterville : Gilles Lafontaine. p.3.

...le projet de loi demeure très flou sur certains impacts auprès de la paysannerie. En effet, on peut se demander en premier lieu si les nouvelles appellations ne nécessiteront pas une surcharge de paperasse et de bureaucratie. Ensuite, ces appellations seront-elles limitées aux petites entreprises ou sera-t-il possible aux géants de l'alimentation de s'y faufiler? Quelles seront les définitions des mots « fermier » et « artisanal »? Est-ce que les appellations seront accessibles à l'industrie? En outre, où le MAPAQ prendra-t-il les effectifs nécessaires pour la surveillance de ces appellations, alors qu'il peine à surveiller l'appellation biologique?⁹¹

L'Union paysanne⁹² fait la démonstration dans son mémoire des dangers qui guettent le petit producteur. Celui-ci doit souvent occuper d'autres emplois hors de ses terres pour arriver financièrement, vu la charge économique que demande le démarrage d'une production, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent. En plus de produire, s'il doit se conformer à des règles et à un cahier de charges dont il doit assumer les frais chaque année, où sera son profit? L'Union fait également la démonstration de la capacité d'adaptation de grandes entreprises de s'insérer dans un tel processus et de peut-être édulcorer ce qu'est un produit du terroir au sens de la définition du CARTV.

L'Union paysanne est ici en contradiction avec certains points relevés par l'UPA lorsqu'il est justement question des cahiers des charges. Relevons un extrait du mémoire présenté par l'UPA à cette même consultation publique :

Par contre, l'actuel projet de loi ne prévoit pas limiter l'utilisation du terme « terroir » aux produits possédant une appellation. En plus de dénaturer le lien intrinsèque décrit précédemment, l'absence de restriction viendra créer la confusion chez le consommateur. L'UPA trouve donc aberrant d'autoriser l'utilisation de l'expression « produit du terroir » pour des denrées qui n'auraient pas d'appellation réservée. L'UPA demande que le projet de loi no. 113 restreigne l'utilisation du terme « terroir » aux seuls produits possédant une appellation réservée de type géographique en vertu de la loi.⁹³

⁹¹ Union paysanne. (2005). *Mémoire sur le projet de loi concernant les produits du terroir*. St-Hyacinthe : Maxime Laplante, Benoit Girouard. p. 7.

⁹² L'Union paysanne est une organisation syndicale agricole qui prône un rapprochement entre l'agriculteur et le citoyen. Elle se considère comme un acteur d'importance auprès du gouvernement.

⁹³ Union des producteurs agricoles. (2005). *Projet de loi no. 113 : Les enjeux d'un développement crédible et durable des appellations réservées au Québec*. Longueuil. p. 9.

Deux mondes, deux réalités s'affrontent sur un même sujet : l'utilisation du mot terroir. Son utilisation n'est pas en cause, mais plutôt l'administration de celle-ci. L'utilisation de la définition de terroir est souhaitable par tous, mais il semble que l'on souhaite d'un côté permettre aux petits producteurs de faire leur place dans le marché du produit de niche par le biais du terroir, alors que les producteurs de plus grande envergure ne veulent pas que cette définition serve à tout un chacun sans supervision. Cette tension fait ainsi ressortir l'impact sur le marché tant mondial que québécois d'un produit du terroir identifiable, mais également de la bureaucratie qui sera nécessaire pour l'administration d'un tel produit.

Revenons aux autres acteurs de cette consultation publique. Le prochain mémoire a été présenté par les Tables de concertation agroalimentaire du Québec⁹⁴ :

Le projet ministériel affirme que les produits porteurs à l'avenir d'une appellation réservée de type « Appellation d'origine » (AO) ou « Identité géographique protégée » (IGP) seront reconnus comme d'authentiques « Produits du terroir ». Cette proposition va dans le bon sens et reprend une demande faite dans le passé par de nombreux intervenants du secteur. Cependant, la symétrie de cette affirmation n'est pas retenue. Autrement dit, la qualité « produit du terroir » découlera de l'appellation réservée par le Ministère, mais n'existera pas en tant que tel comme lien exclusif à ces appellations réservées. Rien n'empêchera donc quiconque d'utiliser « terroir » en dehors de la reconnaissance d'une AO ou IGP. Il y a là une insuffisance qui nuira aux produits qui supporteront les contraintes des AO et IGP.⁹⁵

Une appellation « produit du terroir » ayant peu ou pas de restrictions telles que le cahier de charges a été un enjeu majeur pour l'appellation dans le cadre de cette consultation. Une renégociation sur ces termes aurait pu sauver cette appellation de la disparition. Mais il semble que même cette possibilité n'ait pas eu d'appui notable au cœur du processus pour permettre sa réalisation. D'ailleurs, comme nous l'avons dit

⁹⁴ Les Tables de concertation agroalimentaire sont des lieux de rencontres pour les professionnels de l'agroalimentaire. Elles travaillent au développement agroalimentaire des régions qu'elles représentent, soit en formant de la main-d'œuvre, en encourageant l'innovation et en valorisant leur milieu.

⁹⁵ Tables de concertation agroalimentaire du Québec. (2005). *Étude du projet de loi 113 : Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : position des Tables de concertation agroalimentaire du Québec : protéger les économies agroalimentaires régionales du Québec*. p.6.

précédemment, la Table de concertation de Charlevoix est à la tête d'un projet de certification Terroir de Charlevoix, ce qui démontre bien les possibles lacunes de la Loi sur l'utilisation du mot terroir dans les appellations et les tensions qu'occasionne ce flou.

Solidarité rurale du Québec⁹⁶ a entrepris une réflexion qui relève de la vision. La voici résumée en quelques lignes :

L'absence d'encadrement produit par ailleurs cet autre phénomène inquiétant : la multiplication de signes distinctifs initiés par des groupes de producteurs. En raison de l'inertie de l'État et pour combler leurs besoins pressants de différencier leur production, plusieurs groupes de producteurs projettent d'utiliser des mentions et des signes afin d'indiquer soit une qualité particulière, soit un mode de production singulier ou encore indiquer une provenance. Parmi ces projets de labellisation, certains seront enregistrés en tant que marque de certification. C'est dire que si rien n'est fait, il y aura bientôt une telle multiplication de signes et de labels que le système des appellations sera sérieusement compromis. [...] Les besoins exprimés par le milieu en termes de protection, de surveillance et de différenciation pourraient tous être satisfaits par un réaménagement de la *Loi sur les appellations réservées*.⁹⁷

Et un peu plus loin nous notons cet autre commentaire :

En effet, le projet de modification de la Loi sur les appellations réservées n'entraîne pas de changements significatifs concernant la mention « terroir ». Ce projet n'élimine aucunement l'usurpation de nom et de réputation puisqu'il ne restreint pas l'utilisation de la locution « produit du terroir ». On permet en effet à n'importe quel opérateur d'utiliser cette mention sans certification. La modification apportée consiste à lier la mention « terroir » à deux appellations enchâssées dans la Loi et qui sont protégées, à savoir l'appellation d'origine (AO) et l'indication géographique protégée (IGP). Cependant, ce lien ne confère pas à la mention « terroir » la protection qui régit justement les appellations AO et IGP. Autrement dit, après cette modification, l'utilisation du terme « produit du terroir » ne sera pas réservée et continuera d'être utilisée sans aucune restriction.⁹⁸

⁹⁶ Revoir plus haut le profil de madame Rainville quant aux mandats de Solidarité rurale.

⁹⁷ Solidarité rurale du Québec. (2005). *Les appellations : un enjeu de développement durable pour les territoires : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation dans le cadre des auditions publiques sur le projet de loi 113 modifiant la Loi sur les appellations réservées*. Nicolet. p.7.

⁹⁸ *Ibid.* p.12.

La supervision des dénominations est donc aussi primordiale pour Solidarité rurale que pour l'UPA. Ces propositions se touchent, tout en étant différentes. Cette consultation publique a eu pour résultat que le produit du terroir québécois n'existe sur aucune étiquette. Et que, malgré tout, « terroir » aura une existence par le biais d'une certification dans Charlevoix.

Tout cela aurait demandé une renégociation de la part des acteurs de l'agroalimentaire afin d'avoir une dénomination terroir forte au Québec.

Nous terminerons ce résumé des mémoires de la consultation publique par celui d'Option consommateurs⁹⁹. En tout premier lieu, le mot terroir n'a pas été utilisé une seule fois dans le cadre de leur mémoire. On y fait mention des produits fermiers, artisanaux ou de niche et des appellations réservées. Option consommateurs s'est-elle dissociée de la négociation de base qui était la définition de produit du terroir?

Voici une des recommandations qui a d'abord retenu notre attention :

Option consommateurs recommande un système unique et simplifié en ce qui a trait aux mentions « fermier » et « artisanal ». Nous proposons un système d'enregistrement sous l'égide de la Loi sur les appellations contrôlées pour faciliter l'accès à tous (individus et entreprises) favorable à la croissance du marché de ces produits de qualités supérieures.¹⁰⁰

La simplification du système en un système unique semble représenter un enjeu majeur pour Option consommateurs, mais en quoi cela peut-il faire la démonstration d'un accès à tous et être favorable à la croissance du marché?

⁹⁹ Option consommateurs est un organisme à but non lucratif qui veille aux intérêts des consommateurs. Issu de l'ACEF (Association coopérative d'économie familiale) qui est également un organisme à but non lucratif dont les missions sont le budget efficace, l'endettement bien géré et la consommation avisée, Option consommateurs était membre (à l'époque) du Conseil des appellations agroalimentaires du Québec (CAAQ).

¹⁰⁰ Option consommateurs. (2005). *Observations sur le projet de loi no 113, Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation de l'assemblée nationale du Québec*. p. 5.

Voyons l'extrait suivant pour mieux comprendre :

...afin que les modifications apportées à la Loi sur les appellations réservées portent fruits, nous réitérons l'importance d'offrir au consommateur une réelle capacité de faire un choix éclairé et ce, en toute confiance. De par une information complète et de surveillance efficace avec l'implication du CAAQ¹⁰¹ et une représentation et mise en marché simple : logo unique à dénominations variables, là repose une véritable possibilité de développer l'intérêt des consommateurs envers les produits régionaux et de niche et ultimement, favoriser de nouveaux marchés pour ces produits de qualités supérieures.¹⁰²

L'information, la connaissance, voilà ce qu'Option consommateurs met en évidence dans ces suggestions pour permettre un choix avisé du consommateur, mais aussi que se crée un lien avec le terroir, un lien identitaire. Nous y voyons également le lien qu'a Option consommateurs avec le CAAQ qui a peut-être permis une certaine forme de socialisation sur le positionnement du CAAQ envers la définition de produit du terroir.

Le consommateur québécois n'a donc pas nécessairement d'affiliation, de lien identitaire avec le produit.

Le tableau ci-dessous (Poulain et Corbeau, 2002), représente la relation que le mangeur a avec son alimentation; ce lien identitaire qui donnerait une certaine reconnaissance de la part du consommateur envers le produit du terroir au Québec. Le triangle que l'on voit en assise au centre de la figure représente « le triangle du manger : Celui-ci implique un mangeur, un aliment et la situation dans laquelle cette rencontre a lieu. »¹⁰³

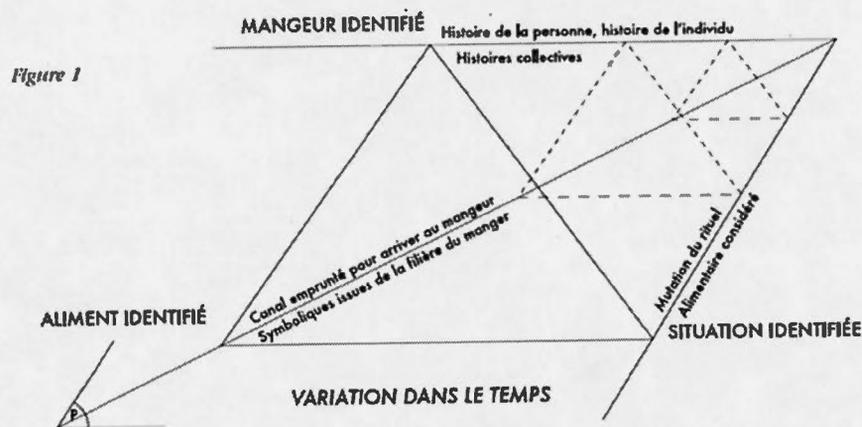
¹⁰¹ Conseil des appellations agroalimentaires du Québec.

¹⁰² Option consommateurs. (2005). *Observations sur le projet de loi no 113, Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation de l'assemblée nationale du Québec*. P.3.

¹⁰³ Poulain, Jean-Pierre et Jean-Pierre Corbeau (2002). *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*. Toulouse : Privat. p.30.

Le mangeur est toujours en position sociale lorsqu'il mange : son choix alimentaire est fait en vertu de l'alimentation qu'il a depuis l'enfance, de ses choix en vertu de sa santé, de ses croyances, etc.

Tableau 3.2 : Relation entre le mangeur, son alimentation et la situation de manger



Poulain, Jean-Pierre, Corbeau, Jean-Pierre, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*. Privat, Toulouse, 2002, p.31.

Il est donc placé au sommet du triangle. Il transgresse également ses acquis par des choix qui sortent des normes que la société a établies dans sa propre alimentation. C'est ainsi qu'un enfant qui n'avait pas le droit de manger des sucreries durant toute son enfance a la possibilité de faire ce choix à l'âge adulte, de manger quelques bonbons la fin de semaine, par exemple. D'où les flèches qui traversent le triangle pour mettre en présence les appris et les interdits qui évoluent dans le temps : les interdits deviennent des appris et les appris deviennent des interdits (par exemple, les pommes de terre font engraisser selon une étude, alors que dans une autre, elles préviennent le cancer).

La pointe gauche du triangle représente un autre acteur : l'aliment, qui varie également dans le temps, comme nous l'avons présenté précédemment. Produit du quotidien un jour, produit du terroir le jour suivant, l'aliment varie.

La pointe droite est la situation dans laquelle le mangeur est confronté à son alimentation chaque jour : le rituel dans lequel il consomme tel aliment... le vin, par exemple. La consommation du vin chez un mangeur peut passer d'un verre de vin occasionnel au restaurant à la consommation quotidienne uniquement à la maison. D'où le triangle qui change de position dans le graphique : le mangeur change de position face à un aliment, le considère autrement dans son alimentation et le consomme autrement.

Il peut en être ainsi du produit du terroir au Québec. Nous le voyons d'ailleurs déjà puisque le consommateur recherche certains produits du terroir français à son retour de France, par exemple. Il n'est donc pas exclu de croire qu'il fait de même avec le produit du terroir québécois.

3.2.5 Analyse brève des procès-verbaux du groupe de travail Desjardins

L'arrivée tardive des procès-verbaux à la fin des corrections du mémoire (suite à son dépôt) nous a tout de même permis d'inclure une brève analyse en lien avec la négociation selon Strauss. Quelques-uns de ces procès-verbaux nous ont semblé suffisamment riches pour construire un matériau de base. Nous ne pourrions guère pousser plus loin notre réflexion, mais il nous semblait essentiel de faire cette analyse de contenu.

Lors de la première réunion du groupe de travail Desjardins (24 septembre 2002, Québec), le ministre du MAPAQ de l'époque, Maxime Arseneau, est venu faire une courte présentation des mandats du groupe de travail. Il est mentionné que le ministre a

fait une brève mise en contexte des « éléments qui ont conduit à la mise sur pied du groupe de travail ».¹⁰⁴

Un bref résumé des attentes des acteurs suit. Cette rationalisation des attentes nous permet de rencontrer les différentes stratégies d'articulation autour de la négociation de la création de la définition de produit du terroir. Lors de ces présentations, une certaine trajectoire de discussion se dessine; le consensus est souhaité par au moins deux acteurs. Le processus a peut-être permis effectivement une négociation, une persuasion et une discussion tout au long du processus pour en arriver à une articulation de la définition.

La deuxième réunion offre quelques pistes d'analyse de notre question sur les interactions. Elle a lieu le 30 octobre 2002 à Val-David. Monsieur Stéphane Paré, de la Table de concertation de l'agroalimentaire de Lanaudière, vient faire un état des lieux de la *Loi sur les appellations*, ainsi que quelques recommandations en lien avec les appellations au Québec. Cette réunion se base principalement sur une discussion sur le terme « traditionnel » et sur son incorporation dans le processus de négociation pour la création d'une définition. Une proposition de dresser un portrait du secteur du produit du terroir au Québec est faite, mais n'est pas retenue parce que survenant trop tôt dans le processus.

Il y a donc un sens qui se construit (définition, ce qu'est le traditionnel, un portrait) dans le discours des réunions. Il y a un certain dialogisme qui se met en place, les discours se mettent en place, se confrontent peut-être déjà.

La troisième réunion (27 novembre, Trois-Rivières) se base sur les termes mondiaux en matière législative du commerce international. Cette analyse permet un développement

¹⁰⁴ Québec. Assemblée nationale. (2003). *Rapport présenté à la ministre de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation madame Françoise Gauthier*. [Document PDF]. Rapport déposé en octobre 2003. Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir, annexe 3.

des discours et l'apprentissage de législation qui influenceront peut-être sur la définition de produit du terroir. Un des acteurs souligne que la « définition du point A *Produit alimentaire du terroir* de la réunion précédente ne traite pas convenablement de la notion traditionnelle. »¹⁰⁵ D'autres terminologies feront partie des discussions du groupe : émergence d'un terroir, savoir-faire, tradition, cahier de charges. Il est important de souligner que la représentation de ce qu'est un produit du terroir et de la distinction qu'en fait chacun des acteurs semblent primordiales dans le processus de négociation de la création de la définition. Ainsi, la position de Solidarité rurale est ici de travailler sur la notion de savoir-faire traditionnel. Mais une distinction intéressante émerge de cette réflexion : il n'est pas question ici d'appellation mais de notion. Alors que l'UPA tente d'amener la discussion sur le plan du cahier de charges, ainsi que sur le plan du savoir-faire comme concept de terroir qui ne peut s'appuyer que sur le traditionnel.

D'importantes bases de discussion sont mises en place pour la construction de la définition. Le positionnement des acteurs dans le discours social qu'ils tiennent en vertu du positionnement de l'organisation qu'ils représentent a peut-être déjà laissé des traces dans le processus de négociation, mais nous n'avons pas de matériau suffisant pour en faire la démonstration.

La réunion du 29 janvier 2003 à Trois-Rivières apporte un éclairage différent à la négociation. La définition de produit du terroir est acceptée mais devra subir quelques modifications. Il semble y avoir encore des négociations à venir (d'après ce que nous en jugeons) et encore des stratégies d'articulation du travail de cette négociation.

Cette réunion avait comme objectif le contrôle de l'appellation et le positionnement dans l'encadrement que le gouvernement devrait adopter en vertu de la définition. Un rapport

¹⁰⁵ Québec. Assemblée nationale. (2003). *Rapport présenté à la ministre de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation madame Françoise Gauthier*. [Document PDF]. Rapport déposé en octobre 2003. Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir, annexe 3.

d'étape a été transmis au ministre. Également, une étude est lancée pour faire le portrait du milieu du produit du terroir au Québec.

Le procès-verbal de la réunion du 29 mai 2003 à Pointe-du-Lac présente une annexe décrivant l'adoption des définitions par les membres du groupe de travail.

La réunion du 26 juin 2003, tenue cette fois à Saint-Jean-de-Matha, offre quelques observations intéressantes. En effet, alors que le consensus semblait avoir été acquis lors de la précédente réunion, voilà que des points sont soulevés en lien avec la définition de produit du terroir. On soulève encore quelques questionnements en ce qui a trait à la pertinence d'inclure l'histoire et la culture à la définition de produit du terroir. Mais nous n'avons pas de trace des négociations entreprises pour arriver à la définition telle que nous la connaissons aujourd'hui.

Maintenant, revenons à nos questions et à notre hypothèse, sur la base de ce que nous avons appris, et reprenons plus largement notre interprétation.

3.3 Questions, hypothèse et interprétation

3.3.1 Questions

3.3.1.a Question générale

Pouvons-nous dresser un portrait du contexte sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir au Québec?

Nous avons pu démontrer que la chose était possible précédemment grâce, entre autres, à notre Tableau 1 *Schématization du contexte structurel*. Cette mise en contexte a permis de voir la structuration des micro-mondes en place lors de la création de la définition de

produit du terroir, mais également les possibilités de socialisation entre les différents acteurs qui prendront part aux négociations dans le cadre du groupe de travail Desjardins.

3.3.1.b Question spécifique

Quelles ont été les interactions possibles (durant les négociations) entre les différents intervenants du groupe de travail Desjardins qui ont amené à la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants?

Nous rappelons encore ici que les procès-verbaux ne nous sont parvenus qu'après le dépôt de ce mémoire, alors que les corrections étaient presque terminées. Nous n'avons pu en faire qu'une légère analyse.

3.3.2 Hypothèse

L'hypothèse émise au début de ce mémoire était la suivante :

L'interaction possible entre les différents intervenants qui se sont impliqués dans la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants du Québec aura eu et a peut-être encore un impact sur la définition de produit du terroir que donnera chacun de ses acteurs.

Le groupe de travail présidé par Anne Desjardins a produit un rapport qui a donné naissance à la définition officielle de produit du terroir que le gouvernement a ensuite approuvée en 2006. Cette définition est presque à l'identique de la définition proposée dans le rapport Desjardins de 2003. La loi a connu de nouvelles modifications en 2008, mais la définition demeure inchangée. Elle est une franche cousine de la définition

française de produit du terroir. Mais là s'arrêtent les liens de parenté. L'utilisation en France de la définition est forte alors qu'au Québec, elle n'est que symbolique puisqu'aucun produit ne porte pour le moment cette dénomination sur son étiquette.

Le CARTV, sur son site web, décrit une de ces appellations de la façon suivante : Appellation relative au lien avec un terroir.¹⁰⁶ Mais le produit ne porte aucunement sur son étiquette la dénomination *produit du terroir*. Ce retour vers le lien du terroir laisse perplexe.

La question spécifique de ce mémoire trouvait sa réponse dans l'analyse des procès-verbaux du groupe de travail Desjardins. N'ayant obtenu copie de ces procès-verbaux que lors des corrections suivant le dépôt de ce mémoire, nous en avons fait l'analyse de façon plus succincte que nous aurions voulu.

¹⁰⁶ Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Récupéré de <http://www.cartv.gouv.qc.ca/registre-appellations-reservees-reconnues-au-quebec>

Fabien Deglise, dans un article du 6 décembre 2005 paru dans *Le Devoir* et intitulé *Produits du terroir : Québec refait ses devoirs*, fait mention de pressions de gens du milieu pour que l'application d'appellations *produit du terroir* soit contrôlée de manière plus stricte. Puisqu'il n'y avait d'autre obligation que des frais d'inscription pour inscrire un produit en tant que produit du terroir, il semble qu'il y ait danger que l'appellation réservée ne soit pas respectée et ne devienne qu'une source de profits au détriment du consommateur.

...l'encadrement législatif du terroir et des produits dits de niche qui vise à lutter contre la fraude, mais aussi à assurer le développement d'un secteur économique de plus en plus populaire, s'est buté dans les derniers mois à de vives oppositions. Plusieurs acteurs de ce milieu ont dénoncé en effet le projet proposé cet été par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) en le qualifiant d'inéquitable. Motif? Certaines appellations, comme les indications géographiques par exemple, devaient répondre à des critères très stricts et contrôlés par des organismes indépendants alors que d'autres (fermier et artisanal, par exemple) ne nécessitaient qu'un simple enregistrement auprès des fonctionnaires. Le tout dans un grand flou artistique, ont dénoncé les groupes récemment consultés par Québec, quant à la vérification de l'authenticité de ces appellations. (...) Ce nouveau chapitre dans l'univers législatif des terroirs naissants au Québec se tourne donc sur plusieurs tentatives d'encadrements qui, depuis le printemps 2004, se sont toutes soldées par des échecs, faute de consensus. Le projet de loi 113, dernièrement présenté en guise de nouvelle solution, aurait pu connaître la même conclusion en raison du lot de reproches présentés par les regroupements d'agriculteurs, mais aussi par les représentants des consommateurs lors des consultations publiques tenues dans le cadre de la Commission de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation en septembre et octobre derniers.¹⁰⁷

Ce constat sur l'appellation « produit du terroir » fait état de deux choses significatives et qui ont eu comme répercussions QU'AUCUN produit au Québec ne porte la dénomination produit du terroir sur son étiquette :

¹⁰⁷ Deglise, Fabien, 2005, « Produits du terroir : Québec a refait ses devoirs », 6 décembre 2005, *Le Devoir*, édition électronique. Récupéré de <http://www.ledevoir.com/non-classe/97076/produits-du-terroir-quebec-a-refait-ses-devoirs>

1. La différence dans la gestion administrative entre l'appellation d'indication, par exemple, et les produits dits du terroir, fermiers ou artisans;
2. Le poids que certains « acteurs » du milieu ont apposé pour que ce type d'enregistrement ne voit jamais le jour alors que certaines modifications auraient pu permettre au produit du terroir de prendre ses lettres de noblesse et ainsi connaître une existence légale.

3.3.3 Interprétation

La dénomination de terroir peut sembler règlementée, compartimentée, sans nuance possible, immuable. Mais la situation actuelle permet un léger doute. N'est-on pas étonné du fait qu'une reconnaissance tel que Grand artisan, ou encore que les chefs d'ici ne soient pas reconnus comme artistes de grand art? En France, il existe des récompenses telles que Meilleur ouvrier de France qui permettent une reconnaissance du métier de cuisinier ou encore d'artisan ou même de producteur. Au Québec, la situation est tout autre. Tout cela peut découler d'une certaine conception du patrimoine culturel : « Le patrimoine culturel est constitué de personnages historiques décédés, de lieux et d'évènements historiques, de documents, d'immeubles, d'objets et de sites patrimoniaux, de paysages culturels patrimoniaux et de patrimoine immatériel. »¹⁰⁸

La notion d'héritage collectif québécois par le terroir et par ses artisans est quasi absente.¹⁰⁹ Le rapport identitaire peine à être créé puisque que l'artisan est inexistant dans la définition de sa propre œuvre : le produit du terroir. Il ne peut exister de rapport

¹⁰⁸ Québec, Assemblée nationale, 2011, *Projet de loi 82 (2011, chap.) Loi sur le patrimoine culturel*. Québec, p.7. Récupéré de <http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=5&file=2011C21F.PDF>

¹⁰⁹ Après recherche dans le Répertoire du patrimoine culturel du Québec, il semble qu'il y n'y ait presque pas de savoir-faire agricole ou agroalimentaire enregistré comme patrimoine immatériel.

mémoriel, puisque la mémoire ne peut être transmise, la perpétuation n'est pas protégée. Seuls le produit et le territoire le sont.

Cette particularité des définitions de terroir au Québec ont ainsi permis de confronter la situation du Québec et celle de la France. Nous avons vu au chapitre I de ce présent mémoire que dans la notion de terroir en France, savoir, savoir-faire et savoir-être sont aussi importants les uns que les autres. Il n'est pas envisageable en France de protéger le produit sans le savoir-faire, sans le producteur qui transporte en lui la mémoire ou encore l'historique du produit.

Bien sûr, l'aliment n'est pas figé dans le temps, il peut se transformer, croître, disparaître. Mais est-ce que les appellations réservées vont permettre au terroir d'évoluer, de pousser plus loin son identité, de se renouveler? Les consultations qu'a effectuées le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants auprès des producteurs et des consommateurs laissent place à des interrogations quant aux possibilités de naissance, voire d'existence de la présence de produits du terroir portant fièrement cette appellation sur le territoire québécois.

L'appellation réservée permet au consommateur d'être assuré de son authenticité. Le produit du terroir n'est que la conceptualisation de l'identité de la définition de produit du terroir que gère le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants.

L'analyse des négociations du groupe de travail Desjardins sur la création de la définition de produit du terroir au Québec nous a tout de même fourni une certaine vision du positions des acteurs de l'agroalimentaire au Québec. Nous n'avons pu faire la démonstration probante de ces micro-mondes qui s'affrontent et s'entremêlent, pour clairement identifier les influences de chacun d'entre eux sur la négociation menant à la création de la définition de produit du terroir québécois.

Conclusion

Ce chapitre a permis de connaître les acteurs du milieu agroalimentaire, mais aussi leur position face à certains phénomènes en évolution au Québec : les urbains qui viennent s'installer dans les milieux ruraux pour faire de la micro-production tout en cumulant d'autres emplois, les petites productions de plusieurs produits différents, la création de nouvelles formes de produits et des dénominations qui sortent des rangs telles que Terroir Charlevoix.

L'importance de ce chapitre a plus de poids encore quand nous suivons le fil de la création de la définition de produit du terroir. L'absence des procès-verbaux chez certaines organisations qui devraient les posséder laisse perplexe, certes, mais ouvre la porte à des interrogations sur ce que sont les relations entre les acteurs de l'agroalimentaire. Le flou entourant la création de la définition et l'impossibilité pour les petits producteurs de s'enregistrer comme producteurs de terroir laisse planer un malaise.

CONCLUSION

Le but, la nature et l'envergure de ce mémoire

Créer une définition, cela est déjà un enjeu de taille. Mais que dire lorsqu'il s'agit de mettre en évidence, en vedette un produit alimentaire, en faire un acteur identitaire, porteur d'histoire et de savoir-faire? Lorsque la recherche pour ce mémoire a été entreprise, la définition de produit du terroir était un sujet que personne n'abordait, nous savions à peine à l'époque ce qu'était un produit du terroir.

Le but de ce mémoire était de faire le portrait sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, en tout premier lieu. L'analyse des procès-verbaux du groupe de travail devait permettre d'illustrer le concept de négociation de Strauss dans la création de la définition en second lieu.

La nature de ce mémoire était à la base une recherche par les textes. L'actualité alimentaire est riche d'articles, de blogues, d'entrevues en lien avec l'alimentation, mais plus rares sont les textes sur les produits du terroir au Québec. De là est venue l'importance de réaliser des entrevues auprès d'experts sur la question de produit du terroir québécois. Trois entrevues ont été nécessaires pour amasser des informations sur le sujet.

L'envergure de la recherche pour en venir à l'écriture de ce mémoire nous a prise un peu de court. Comprendre, décortiquer une définition n'était pas le problème ici. Retracer l'historique du produit du terroir au Québec a demandé des recherches beaucoup plus approfondies sur le sujet que nous ne le croyions au départ. En effet, seuls quelques auteurs se sont intéressés à l'évolution de l'alimentation au Québec à ce jour.

Mais la recherche a été compliquée par les réponses plutôt évasives sur la négociation qui avait eu lieu pour en venir à la définition de produit du terroir. Après moult recherches, courriels envoyés et appels téléphoniques faits auprès des autorités concernées, ne pas avoir accès aux procès-verbaux des rencontres du groupe de travail Desjardins a complexifié la préparation de ce mémoire. Comment faire la démonstration de la négociation selon Strauss dans le processus de création de la définition de produit du terroir du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants? Comment faire la démonstration qu'il y avait bien eu négociation, tel qu'en faisait foi l'existence de la définition de produit du terroir? Nous avons dû revoir le mémoire d'un point de vue plus près de la réalité du marché, de l'influence de certains acteurs mais surtout, de l'importance de faire la différence entre un produit du terroir et une appellation réservée pour entrevoir ce qui avait pu se passer.

Les sujets traités

Qu'avons-nous abordé dans ce mémoire? Qu'avons-nous réussi à mettre en lumière grâce à nos recherches approfondies et nos entrevues exhaustives? L'histoire de l'alimentation au Québec est certes courte en comparaison de celle de la France. Mais elle n'en est pas moins riche! Quatre cents ans d'histoire, ce n'est pas à négliger! Passer de la soupape du paysan à la cuisine moléculaire en 400 ans... le Québec n'a pas à rougir de son évolution rapide dans le temps.¹¹⁰ Mais il existe un désir de mettre les pendules à l'heure chez certains acteurs de l'alimentation. Nous avons abordé également la question de la construction de la définition de produit du terroir, les difficultés rencontrées par le groupe de travail, mais également ce que représente une telle définition pour la société québécoise. Quelles sont les difficultés rencontrées pour sa création, mais aussi pour son existence en tant que telle? Mais surtout, pourquoi n'existe-t-il pas de produit du terroir

¹¹⁰ Reconnaître certains produits comme faisant partie de l'histoire québécoise au même titre que certains événements marquants n'est pas encore un besoin essentiel du facteur identitaire, ce qui peut dénoter quelques difficultés à se reconnaître une identité québécoise.

québécois portant ce label sur le marché? Pourquoi y a-t-il certains empêchements à la création de produits du terroir?

Les problèmes rencontrés

Essayer de parler de la négociation qui a eu lieu lors des rencontres du groupe de travail du rapport Desjardins est quasi impossible. Bien que les procès-verbaux aient été déposés au même moment que le rapport Desjardins à la ministre Gauthier, il est étonnant, voire choquant de constater qu'il n'en existe plus aucune trace ni au CARTV, ni aux Archives nationales, ni même à l'Assemblée nationale. Sans eux, il n'est pas possible de retracer les différents moments-clés de la négociation, les litiges, les prises de bec ou encore toutes les difficultés que les différents acteurs ont pu rencontrer lors de l'exécution de leur mandat.

La simplicité de la mise en marché d'un tel produit identitaire pouvait-elle déranger la mise en place des appellations réservées dans ce créneau difficile d'accès qu'est le consommateur de produits distincts? Ceci étant dit, la difficulté d'avoir accès à ces précieuses informations nous laisse croire que la définition de produit du terroir du CARTV n'a pas fait l'unanimité.

Comment alors analyser la négociation durant les rencontres du groupe de travail pour la création de la définition de produit du terroir? Impossible. Alors, est-ce que ce mémoire devient inutile? Non, puis que l'analyse, même légère, est un apprentissage de grande valeur pour un sociologue. Et non, puisqu'il met en lumière certaines difficultés que les petits producteurs ont à se faire entendre des grandes instances décisionnelles en lien avec les produits qu'ils ne peuvent mettre en marché; ils n'ont pas suffisamment d'appui politique et économique. Ce mémoire aura servi à notre apprentissage, certes, mais également à faire comprendre que cette situation existe.

Les objectifs fixés

Nous avons pour objectif de faire un portrait sociohistorique de la définition de produit du terroir du CARTV. Grâce aux textes répertoriés et aux entrevues, nous avons pu remplir cet objectif et créer un schéma explicatif de ce portrait. L'intégration des différents organismes impliqués dans ce processus a pu se faire grâce à ce type de schéma qui, nous nous permettons de le dire, peut être évolutif. Il est possible que certaines étapes du processus de création ne soient pas répertoriées, alors il sera toujours possible de faire des rajouts à ce schéma et ainsi avoir une vue large et complète du portrait sociohistorique de la création de la définition de produit du terroir du CARTV.

Pour ce qui est du concept de négociation d'Anselm Strauss que nous avons comme objectif d'utiliser pour être à même de mieux comprendre le processus de création de la définition, il ne nous a malheureusement pas servi pour le groupe de travail Desjardins. Ne pouvant avoir accès aux procès-verbaux du groupe de travail, l'utilisation du concept de négociation devenait presque impossible; toutefois la compréhension de ce concept est devenue utile d'un autre point de vue. Ne pas avoir accès aux procès-verbaux n'était pas un signe d'absence de négociation, nous savions que le groupe recherchait le consensus dans le cadre de la négociation. Il est donc presque certain que la négociation était un acteur de premier plan lors de la création de la définition. La production du rapport du groupe de travail est la preuve en soi que la négociation a eu lieu, que le consensus a été obtenu et que la définition de produit du terroir a vu le jour.

C'est pourquoi nous avons tenté de faire la démonstration des différentes liaisons possibles des micro-mondes dont parle Strauss en utilisant la consultation publique sur la loi 113, qui reprenait en gros ce que le rapport Desjardins avait présenté à la ministre Gauthier. Ce n'était certes pas aussi précis que d'analyser des procès-verbaux, mais nous avons pu relever quelques détails intéressants, telles que les relations entre les différents acteurs du milieu agroalimentaire au Québec, par exemple.

Les méthodes utilisées

La recherche de textes, d'articles, de livres ou de documents a fait ses preuves. Nous avons pu retrouver certains articles dans les médias, mais également auprès de gens concernés par le sujet. Nous tenons d'ailleurs à remercier les bibliothécaires des Archives nationales qui ont fait des fouilles de nature presque archéologique pour retrouver certains textes historiques. Pour ce qui est du portrait sociohistorique, la recherche de textes s'est bien déroulée. Nous avons trouvé, malgré le petit nombre d'articles sur le sujet, de quoi comprendre et faire un portrait détaillé et intéressant de la création de la définition de produit du terroir. Bien qu'elle soit mince, cette bibliographie sur le terroir sera intéressante à faire évoluer grâce aux bons soins des chercheurs qui, de plus en plus, s'intéressent aux questions de l'alimentation et de la gastronomie du Québec.

Les entrevues effectuées au cours de cette recherche ont été un peu plus délicates à exécuter que nous ne l'avions escompté. Nos questions n'étaient pas assez précises et ne ciblaient pas suffisamment le groupe de travail du rapport Desjardins et ses négociations. Aussi, force est de constater que malgré nos demandes, certains participants n'ont pas voulu revenir une deuxième fois en entrevue pour des questions complémentaires et des informations plus précises, ce qui nous aurait permis d'avoir un meilleur aperçu des négociations qui ont sûrement eu lieu lors du processus de rencontres du groupe de travail.

Certains articles nous ont toutefois mis sur la piste des difficultés qu'avait pu rencontrer le groupe de travail, mais surtout des répercussions que certains acteurs ont pu avoir sur les suites et sur l'avenir de la définition de produit du terroir, tel que l'article de Fabien Deglise, *Produits du terroir : Québec a refait ses devoirs* du 6 décembre 2005. Il s'agit de l'un des rares articles présentant cette situation.

Il n'en demeure pas moins que nos recherches n'auront pas été suffisantes pour permettre une analyse longue et féconde en vertu du concept de négociation de Strauss, n'ayant pour seule matière d'étude que les mémoires déposés lors la consultation publique.

Les recommandations et les pistes de recherches à venir sur le même sujet

Le monde de l'agroalimentaire est en ébullition. La mondialisation a ouvert des portes à l'exportation, à la découverte de nouveaux produits et de nouvelles cultures alimentaires. Les gens voyagent plus, mais s'intéressent-ils pour autant à la culture du pays qu'ils visitent? Les produits du terroir sont-ils une raison de voyager, de découvrir l'Autre? Prenons une destination voyage très prisée, la Riviera Maya au Mexique : les voyageurs connaissent-ils les produits autres que la téquila et la guacamole du Mexique?

Au Québec, les consommateurs réclament des produits d'ici. Mais le consommateur est-il capable de nommer un produit typiquement québécois autre que le sirop d'érable, le bleuet ou la poutine? Nous sommes passés d'une vingtaine de fromages produits au Québec au début du 20^e siècle à plus de 350 fromages aujourd'hui. L'expertise québécoise en matière de produits alimentaires originaux est connue à l'extérieur du pays, mais qu'en est-il des consommateurs québécois?

Suite à ce mémoire, nous souhaiterions apporter quelques recommandations en lien avec les connaissances acquises.

- 1- Développer une communication explicative sur ce que sont les appellations réservées et en faire la promotion avec toute la fierté que mérite ce type de produit porteur d'identité.
- 2- Développer plus d'un programme de soutien aux petits producteurs pour encourager l'innovation et la création de produits porteurs pour une région (et

ainsi donner l'opportunité à ces producteurs qui cumulent plusieurs emplois de pouvoir se consacrer à leur passion).

- 3- Offrir le choix de la représentativité auprès du gouvernement à ces mêmes petits producteurs.
- 4- Offrir la possibilité d'une certification ou mieux, d'une appellation « terroir » bien supervisée mais accessible pour les producteurs à petite échelle.

L'innovation et la créativité, deux fers de lance pour se démarquer au niveau mondial, mais également local.

Les pistes de recherches sont multiples dans ce champ : un portrait de la relève en agriculture, le processus de création d'un producteur en agroalimentaire, l'intégration de nouvelles règles à la *Loi des appellations réservées* pour les producteurs, la négociation entre le gouvernement et les différents organismes de représentation agroalimentaire au Québec, le processus de certification pour devenir un organisme accrédité par le gouvernement du Québec : voilà quelques pistes intéressantes et ce, uniquement avec les appellations réservées.

Les prochaines pistes de recherches que nous envisageons dans le cadre d'une future thèse de doctorat en sociologie nous amènerons à dresser un portrait du mangeur québécois urbain.

GLOSSAIRE

Autre : L'individu qui nous fait face, ce qui est différent, qui vient d'une autre personne que moi.

Cahier des charges : Normes enregistrées et répertoriées par le producteur d'un produit pour respecter les charges d'une appellation réservée

Caractère laitier : Capacité qu'a la vache à transformer les aliments (foin, céréales, mélasse, etc.) en lait. Elle est évaluée selon certains critères tels que l'angularité, la capacité, une épaule fine et triangulaire, la finesse du cuir, ou encore la forme et l'attache du pis. Le caractère laitier existe également chez la chèvre et la brebis.

Caséine : Protéine du lait, dont la présence est essentielle pour la production du fromage. Le taux de caséine est différent pour chaque race laitière.

Cépages : variété de vigne (et de raisin) considérée sous le rapport de ses caractéristiques.

Facteur identitaire : Qui participe à la création de l'identité.

Gastronomie : Règles et normes qui régissent les plaisirs de la table.

Lait cru : Lait n'ayant pas passé par le processus de pasteurisation (cuisson de quelques secondes entre 72 et 85 degrés Celsius) ou de thermisation (cuisson de quelques secondes entre 57 et 61 degrés Celsius).

Marqueur social : Un signe permettant une distinction, une communication à l'Autre, une représentation sociale de la place de l'individu dans la société.

Organoleptique : Un message pour les récepteurs sensoriels tels que le toucher, le goût ou l'odeur.

Race patrimoniale : Certaines races animales, telle que le poulet Chanteclerc, la vache canadienne ou encore le cheval canadien sont étroitement associées aux origines historiques et aux traditions agricoles du Québec, et font officiellement partie du patrimoine agricole du Québec.

Ruralité : Ce qui fait état de la vie en campagne, des espaces ruraux, de la vie culturelle et des activités qui en découlent.

Spécificité : Ce qui est propre à quelque chose, qui en fait quelque chose de différent.

Terroir : Spécificité d'un sol, d'un territoire, d'une culture.

ANNEXES

Annexe 1

QUESTIONNAIRE D'ENTREVUE

1. Selon vous, quelle est la définition de « produit du terroir »?
2. D'où est venue l'importance d'une telle définition?
3. Dans quelles circonstances est né le désir de créer une définition de produit du terroir?
4. Qui a demandé une définition de produit du terroir?
5. Quel a été le processus pour en venir à cette définition?
6. Y a-t-il eu des conflits de définitions?
7. Quelles sont les personnes qui ont été impliqué dans le processus?
8. A-t-on fait appel à des ressources extérieures?
9. Selon vous, cette définition a-t-elle des lacunes, si oui, lesquelles?
10. Est-ce que le contexte de mondialisation a joué dans le rôle de développement d'une définition de produit du terroir?
11. Dans la mesure où les produits de partout rejoignent les consommateurs, est-il approprié d'avoir une définition de produit du terroir au Québec?

Annexe 2

RECHERCHE DES PROCÈS-VERBAUX DU GROUPE DE TRAVAIL DU
RAPPORT DESJARDINS

16 décembre 2013

Bibliothèque et Archives nationales du Québec répondent en demandant si c'est bien le rapport Desjardins que nous cherchons ou les procès-verbaux, en mettant en annexe le rapport que nous avons déjà et qui ne contient pas les procès-verbaux.

18 décembre 2013

Chantal Boileau de la Bibliothèque et Archives nationales du Québec transfère notre demande à Yvan Carette qui est technicien en documentation. Lui-même la transfère à Sylvie Bédard le même jour.

11 janvier 2014

Sylvie Bédard, archiviste de référence de la Bibliothèque répond : En réponse à votre demande du 18 décembre dernier, nos recherches ne nous ont pas permis d'accéder aux annexes identifiées dans le Rapport Desjardins. Nous avons bel et bien copie de ce rapport, disponible en format numérique mais seulement les 17 premières pages, annexes non incluses;

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs44634>

Une recherche dans le fonds E9, Ministère de l'Agriculture sur notre base de données PISTARD n'a pas donné de résultats probants. Une seule occurrence nous a ramené vers le contenant 2008-05-008/5 comprenant un dossier incluant un suivi du rapport, les

définitions en cours à l'étranger, analyse et recommandation. Nous vous recommandons d'entrer en contact directement avec le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. Peut-être seront-ils plus en mesure de vous fournir les annexes concernées. Nous sommes désolés de ne pouvoir répondre plus adéquatement à votre question.

24 février 2014

Yves Gélinas (coordonnateur – relations avec le public et l'industrie du CARTV) répond à notre demande pour nous signifier que le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants n'ont pas les minutes du groupe de travail.

27 février 2014

Madame Anne Desjardins répond qu'elle n'a pas les procès-verbaux du rapport Desjardins.

4 mars 2014

Caroline Jacob, conseillère à la recherche pour Solidarité rurale du Québec répond en envoyant le rapport toujours sans les procès-verbaux. Elle ne les a pas trouvés non plus et nous réfère au MAPAQ.

Le 10 mars 2014

Ministère de l'Agriculture, pêcheries et alimentation; Marie-Hélène Robert (conseillère en communication du MAPAQ) envoie le pdf du rapport Desjardins de Solidarité rurale qui ne contient pas les procès-verbaux. Nous remercions madame Robert le jour même tout en lui faisant remarquer que les procès-verbaux ne sont pas avec le rapport.

12 mars 2014

Madame Robert (MAPAQ) répond qu'elle vérifie et qu'elle revient à ce sujet.

19 mars 2014

Nous essayons les Renseignements Généraux du ministère de l'Agriculture.

21 mars 2014

Madame Robert nous dit qu'après vérification, ils ne sont pas en mesure de répondre à notre demande, ils n'ont pas cette information malheureusement. Madame Alexandra St-Amand (préposée aux renseignements du MAPAQ) nous indique de plutôt faire cette demande au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants pour plus d'information sur ce sujet.

1^{er} août 2014

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants n'ont pas les procès-verbaux du rapport Desjardins. Ils réfèrent au MAPAQ.

Ce présent mémoire est déposé à la session d'automne 2014. Nous reprenons ce mémoire pour les corrections d'usage ainsi que les recherches des procès-verbaux, dans un souci d'exactitude.

1^{er} avril 2015

Judith Mercier, technicienne en documentation de la Bibliothèque de l'Assemblée nationale répond que la Bibliothèque n'a malheureusement pas ces documents, seulement le rapport en pdf et nous réfère au MAPAQ.

Nous refaisons la démarche auprès de la Grande Bibliothèque qui confirme qu'ils n'ont pas les documents et nous réfèrent au MAPAQ. Et on nous signale que nous avons déjà fait cette même demande l'année précédente avec le même résultat, preuve à l'appui.

1er avril 2015

Monsieur Jean-Pierre Mailhot (secrétaire du groupe de travail du rapport Desjardins) répond suite à notre courriel qu'il n'a plus les procès-verbaux. Il nous dit qu'une professionnelle qui a participé au dossier dit qu'effectivement, sur internet il n'y a pas les procès-verbaux en annexe du rapport. Il nous écrit que les copies papier de ce rapport les contiennent pourtant. Ensuite, il me réfère au MAPAQ.

9 avril 2015

Nous continuons notre recherche auprès de Madame Geneviève Masse (Responsable de l'accès aux documents et de la protection des renseignements personnels) du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec en signifiant qu'il serait possible qu'il existe une copie papier des procès-verbaux du groupe de travail.

10 avril 2015

Madame Chantal Trudeau (Secrétariat générale du ministère) du bureau du sous-ministre du Ministère de l'Agriculture, des pêcheries et de l'Alimentation nous demande de lui faire parvenir notre adresse complète en lien avec notre demande par courrier électronique par lequel nous faisons mention de notre intérêt à recevoir certains renseignements dans le cadre de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnel pour compléter notre dossier. Il n'est pas mentionné si les documents existent, si nous aurons la possibilité des consulter ou encore s'ils vont nous les faire parvenir et surtout, dans quel délai pourrions-nous espérer une réponse.

13 avril 2015

Reçu la lettre suivante :

Objet : Demande d'accès aux renseignements N/Réf : 2015-10-009

Madame,

Nous accusons réception de votre demande de documents. Les démarches nécessaires à son traitement ont été entreprises afin d'y répondre.

En vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (chapitre A-2.1), ci-après : «Loi sur l'accès», nous traiterons votre demande dans les meilleurs délais. De ce fait, une réponse devrait vous parvenir au plus tard le 29 avril 2015.

Dans l'éventualité où ce délai n'était pas respecté, vous pourrez vous prévaloir du recours en révision auprès de la Commission d'accès à l'information, prévu à la section III du chapitre IV de la Loi sur l'accès. Vous trouverez ci-joint les explications relatives à l'exercice de ce recours.

Pour toute information concernant votre dossier, vous pouvez contacter M. Daniel Lemay, adjoint à la responsable de l'accès à l'information, au numéro de téléphone suivant : 418-380-2136.

Veillez agréer, Madame, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Guyline Lebel

Substitut à la Responsable de la Loi sur l'accès.

24 avril 2015

Madame Chantal (Direction du secrétariat général et de la coordination ministérielle, Bureau du sous-ministre du MAPAQ) nous répond que nous trouverons la réponse à notre demande dans les pièces jointes. Effectivement, les procès-verbaux s'y trouvaient, visiblement des photocopies d'un document papier.

Annexe 3

RAPPORT

GROUPE DE TRAVAIL SUR LES APPELLATIONS RÉSERVÉES ET LES
PRODUITS DU TERROIR

PROCÈS-VERBAUX

Avertissement :

Le MAPAQ détient les droits de propriété intellectuelle sur ces documents. Leur
reproduction est interdite sans une autorisation du Gouvernement du Québec.

GROUPE DE TRAVAIL
SUR LES APPELLATIONS RÉSERVÉES
ET LES PRODUITS DU TERROIR

 **RAPPORT**

PRÉSENTÉ À LA MINISTRE DE L'AGRICULTURE,
DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION,
MADAME FRANÇOISE GAUTHIER

OCTOBRE 2003

*Agriculture, Pêcheries
et Alimentation*

Québec 

T ABLE DES MATIÈRES

1. Contexte.....	3
2. Problématique	5
3. Composition du groupe de travail et mandat.....	6
3.1 Composition du groupe de travail	6
3.2 Mandat du groupe de travail	7
4. Déroulement des activités.....	9
5. Recommandations du groupe de travail	10
5.1 Les définitions	10
5.2 La Loi sur les appellations réservées	12
5.3 La consultation du milieu	14
6. Compatibilité des recommandations avec les normes internationales	15
7. Signatures	16
Annexes	
1. Procès-verbaux	
2. Attestations de spécificité de goût et de fabrication : définitions	
3. Évaluation du potentiel d'implantation des appellations réservées dans Lanaudière	

1 CONTEXTE

La création du groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir est le résultat d'une série d'événements et de décisions qu'il est utile de souligner pour la bonne compréhension du dossier.

Des travaux et des consultations ont été effectués dans le cadre de l'élaboration d'une politique de la transformation alimentaire au Rendez-vous de mi-parcours d'octobre 2001 et ont mené à la mise sur pied du groupe de travail.

La politique de transformation alimentaire mise sur le haut niveau d'expertise des artisans et des entrepreneurs qui doivent offrir à leur clientèle des produits diversifiés, de grande qualité et à haute valeur ajoutée.

Le développement de créneaux de marché mettant en évidence des produits du terroir contribuera au développement et à la diversification de l'agroalimentaire au Québec. Dans ce contexte, il importe d'assurer aux consommateurs l'authenticité des produits commercialisés et aux artisans la protection de leur marché.

De plus, il est également important de rappeler que le Québec s'est doté d'une Politique nationale de la ruralité visant l'émergence de communautés rurales innovantes.

La mise en place d'un système permettant aux communautés l'usage des appellations réservées est vue par les représentants de la ruralité comme

un levier nécessaire à l'atteinte de leurs objectifs et un moyen d'action tout à fait adapté aux impératifs de leur milieu.

Les tables de concertation agroalimentaires, soucieuses du développement régional, misent également sur la possibilité d'offrir aux entreprises de leurs régions la possibilité de se distinguer et de différencier leurs produits, tout en jouissant de la protection que procurent les appellations réservées.

Il existe donc dans divers milieux, à l'échelle du Québec, un consensus en faveur d'une action gouvernementale dans ce domaine.

2 PROBLÉMATIQUE

Pour soutenir le développement des régions et reconnaître les efforts des producteurs et des transformateurs qui s'y trouvent, il est urgent d'assurer durablement des créneaux de marché à des produits de niche à l'aide de définitions ou d'appellations réservées, et cela avant que les consommateurs perdent confiance dans la nature véritablement singulière de ces produits.

Déjà, on retrouve sur les tablettes de nos marchés un éventail de produits présentés comme provenant d'une région et que les étiquettes ou la publicité désignent comme des produits du terroir, fermiers, artisanaux ou autres. Cette prolifération de dénominations laisse les acheteurs et les consommateurs perplexes quant à la véritable nature du produit qu'ils achètent et à ses prétentions. Comme, actuellement, ces dénominations ne sont pas régies par une loi dont les mécanismes de contrôle permettraient d'assurer la véracité de l'information affichée, les acheteurs et les consommateurs peuvent légitimement douter de son authenticité, ce qui nuit au développement de ce secteur.

De plus, lors des travaux et des discussions relatifs à l'élaboration de la Politique nationale de la ruralité, à la Politique de la transformation alimentaire et aux engagements du Rendez-vous de mi-parcours, la majorité des intervenants a souligné l'importance de maintenir une activité agricole et artisanale en région. Une des façons d'y parvenir est d'inciter et d'aider les initiateurs de projets des communautés rurales à viser de nouveaux créneaux de marché avec des produits qui ont un lien avec le terroir, le savoir-faire et les particularités locales des producteurs et transformateurs.

3 COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL ET MANDAT

3.1 Composition du groupe de travail

Ce fut un défi de taille de regrouper autour d'une table de discussion des personnes reconnues dans leurs milieux respectifs et intéressées à la mise en valeur des produits, des régions et des façons de faire propres à notre culture québécoise. Des efforts ont été faits pour réunir des personnes ayant un niveau d'expertise à la hauteur du mandat qui leur était confié.

Ainsi, le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir était constitué des membres suivants :

- M^{me} Anne Desjardins, présidente du groupe de travail et chef propriétaire de l'Hôtel restaurant L'eau à la Bouche, Sainte-Adèle;
- M. Jean-Pierre Mailhot, secrétaire du groupe de travail et directeur de la qualité et des services à la clientèle, MAPAQ;
- M^{me} Guylaine Couture, agente de commercialisation, Direction de la commercialisation de l'UPA, Longueuil, en remplacement de M^{me} Judith Lupien également de l'UPA;
- M. Charles-Henri De Coussergues, viticulteur et propriétaire, Vignoble de l'Orpailleur, Dunham;
- M^{me} Lucie Dumas, conseillère régionale, transformation et marketing, Direction régionale de Québec, MAPAQ;
- M^{me} Lyne Gagné, directrice générale, Conseil de promotion de l'agroalimentaire québécois, Aliments du Québec, Longueuil;
- M. Bernard Genest, conseiller en ethnologie, Direction du patrimoine, ministère de la Culture et des Communications;
- M. Claude Lambert, président-directeur général du Conseil de l'industrie laitière du Québec inc., Montréal;
- M. Mario Lecompte, vice-président, Gestion de la qualité et relations internationales, Société des alcools du Québec, Montréal;

- M. Stéphane Paré, directeur général, Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière, Joliette;
- M. Gaston Plante, analyste-conseil, Secrétariat de l'innovation rurale, Ministère du développement économique et régional, Québec;
- M^{me} Marie Anne Rainville, secrétaire générale par intérim, Solidarité rurale du Québec, Nicolet;
- M. Stéphane Ricci, directeur exécutif, Corporation de gestion des marchés publics de Montréal, Montréal;
- M. Daniel St-Pierre, président de la Société des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec, Montréal.

3.2 Mandat du groupe de travail

L'objectif du groupe de travail était de proposer à la ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation un référentiel qui, au regard de la Loi sur les appellations réservées, comprendrait des normes ou critères selon lesquels seraient évaluées les demandes de reconnaissance des appellations « produit du terroir » et « produit fermier ».

Aussi, les membres du groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir se sont vu confier le mandat d'étudier chacune des « appellations » dans le but :

- d'en rédiger une définition;
- d'élaborer des normes ou des critères d'utilisation de ces appellations;
- de proposer un système de certification et de contrôle;

- de consulter différents groupes (producteurs, transformateurs, distributeurs, détaillants, HRI ou consommateurs) touchés par ces types de produits;
- de proposer, le cas échéant, des modifications à la Loi sur les appellations réservées.

4 DÉROULEMENT DES ACTIVITÉS

Le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir s'est réuni à 10 reprises, du 24 septembre 2002 au 10 septembre 2003.

Les membres du groupe et les invités ont ainsi fait preuve d'une grande disponibilité en consacrant plus de 1 600 heures de travail à la préparation des réunions et à la participation à celles-ci, ce qui démontre l'intérêt qu'ils portent au développement du secteur des produits de niche.

Au cours de ces rencontres, les discussions ont porté sur l'élaboration des définitions et les modifications souhaitées à la Loi sur les appellations réservées. Les procès-verbaux ci-joints rendent compte des sujets abordés à chaque réunion et de la présence des participants et invités à ces dernières.

5 RECOMMANDATIONS DU GROUPE DE TRAVAIL

Selon le mandat qui lui a été confié et les préoccupations soulevées par les milieux concernés, le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir demande à la ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation de donner suite aux recommandations suivantes.

5.1 Les définitions

Il est nécessaire, pour répondre aux besoins des producteurs, des transformateurs et des consommateurs, de s'assurer d'une compréhension claire et uniforme des termes « produit du terroir », « produit fermier », « produit artisanal » et « produit avec mention de lieu, territoire ou région », dont certains sont déjà de plus en plus utilisés.

Ainsi, nous recommandons :

1° Définitions

– Produit du terroir

Produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire.

Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du

savoir-faire, traditionnels ou émergents, de ses habitants.

- Produit fermier

Produit cultivé, élevé et transformé dans une exploitation agricole, à partir des matières premières qui en proviennent, par son ou ses exploitants, qui gardent le contrôle de sa mise en marché.

- Produit artisanal

Produit résultant d'un mode de production non industrialisé fabriqué par une personne de métier qui travaille à son compte, aidée ou non par une équipe restreinte et qui transforme des matières premières, qu'elles soient végétales, animales ou minérales.

Dans le cas d'un produit alcoolisé, les matières premières sont produites par l'artisan selon les particularités de son permis et les directives de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec¹.

- Produit avec mention de lieu, territoire ou région

Produit auquel une mention de lieu, de territoire ou de région est associée et qui doit être issu (produit ou produit et transformé) du lieu, du territoire ou de la région à laquelle se réfère la mention.

¹ La distinction pour les produits alcoolisés provient du fait que les permis artisanaux de fabricants de boissons alcooliques délivrés par la Régie des alcools, des courses et des jeux ont des restrictions quant à la provenance des matières premières.

- 2° Que ces définitions soient inscrites dans la Loi sur les appellations réservées et que ces notions ajoutent des dénominations et contribuent à l'application de la Loi.
- 3° Que, pour assurer la crédibilité de ces définitions, le gouvernement confie à un organisme de contrôle des pouvoirs suffisants pour assurer le respect de la loi.
- 4° Que les utilisateurs de ces définitions s'enregistrent auprès du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

5.2 La Loi sur les appellations réservées

La Loi sur les appellations réservées est l'instrument qui permet au gouvernement du Québec de s'assurer que les appellations attribuées à des produits agricoles et alimentaires à titre d'attestation de leur mode de production, de leur région de production et de leur spécificité puissent être réservées à des collectivités ou regroupements qui en font la demande.

Cependant, ce moyen, que le gouvernement du Québec s'est donné en 1996, n'a conduit à faire reconnaître qu'une seule appellation, soit celle portant sur le mode de production biologique. Ce constat est révélateur du fait que la Loi sur les appellations réservées n'est pas à la portée de tous, compte tenu de la complexité des exigences rattachées à chaque type d'appellation.

La loi prévoit qu'une appellation réservée est nécessairement de propriété collective et n'est accordée qu'à des produits agricoles et alimentaires. Sans mettre en doute la nécessité d'une grande rigueur dans l'attribution des appellations réservées, nous croyons que la Loi sur les

appellations réservées doit être un outil mieux adapté de façon à répondre aux besoins exprimés par les promoteurs régionaux.

À cette fin, nous recommandons que la Loi sur les appellations réservées soit modifiée pour :

- 1° que la portée de la loi soit élargie à des produits autres que les produits agricoles et alimentaires;
- 2° que les définitions proposées puissent être utilisées pour des produits issus d'initiatives individuelles ou collectives et qui dans les deux cas ne peuvent être exclusives dans la mesure où il sera démontré qu'ils sont conformes aux critères édictés dans la Loi sur les appellations réservées.
- 3° qu'une attestation de spécificité de goût et une attestation de spécificité de fabrication soient ajoutées à la loi et puissent être attribuées à des projets individuels ou collectifs et qui dans les deux cas ne peuvent être exclusifs. De plus, le caractère traditionnel deviendrait facultatif². Les définitions proposées pour ces deux nouvelles attestations sont présentées en annexe.
- 4° que, préalablement à la reconnaissance d'une appellation réservée, celle-ci fasse l'objet d'une consultation publique.
- 5° que soient insérées dans la loi les normes graphiques des logos de chaque appellation.

² Au sujet de ces deux nouvelles attestations, des informations plus détaillées sont décrites dans le document remis par les représentants du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière le 5 juillet 2001 aux autorités du Ministère. Ce document est intitulé « Évaluation du potentiel d'implantation des appellations réservées dans Lanaudière ».

5.3 La consultation du milieu

Dans le but d'informer les différents groupes intéressés par ces types de produits, de recueillir leurs commentaires et de brosser un portrait de ce secteur, les membres du groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir recommandent à la ministre de procéder à une consultation du milieu. Si elle le désire, la ministre peut confier au groupe de travail le mandat de gérer la consultation.

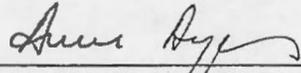
6 COMPATIBILITÉ DES RECOMMANDATIONS AVEC LES NORMES INTERNATIONALES

Le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir reconnaît la nécessité d'harmoniser les définitions qu'il propose avec celles qui ont cours dans d'autres pays, particulièrement ceux qui sont membres de l'Union européenne. Une recherche exhaustive devrait donc être effectuée pour s'assurer de cette harmonisation sur le plan international.

De plus, afin de favoriser l'accessibilité des produits assortis des définitions reconnues ou des appellations réservées à différents marchés extérieurs, les membres du groupe de travail recommandent à la ministre que les démarches nécessaires soient entreprises avec les autorités fédérales afin d'harmoniser les positions des deux ordres de gouvernement.

7 SIGNATURES

Le présent rapport est le résultat de l'étude faite par les membres du groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir et rend compte avec précision des décisions prises par eux de façon majoritaire.



ANNE DESJARDINS, présidente
Chef propriétaire
Hôtel restaurant L'Eau à la bouche

2003-10-22

Date



JEAN-PIERRE MAILHOT, secrétaire
Ministère de l'Agriculture,
des Pêcheries et de l'Alimentation

2003-10-23

Date

*À la mémoire de monsieur Pierre Léger,
coordonnateur à la direction de la qualité
et des services à la clientèle au ministère
de l'Agriculture, des Pêcheries et de
l'Alimentation du Québec :*

*Les membres du groupe de travail sur les appellations réservées et les
produits du terroir tiennent à souligner la contribution de monsieur
Pierre Léger à l'avancement des travaux qui ont conduit à la rédaction
de ce rapport.*

ANNEXE 1 : PROCÈS-VERBAUX

PROCÈS-VERBAL

**Première réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 24 septembre 2002 à la salle 12.21
du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
200, chemin Sainte-Foy, Québec
de 9 h 30 à 16 h 30**

Étaient présents : Desjardins, Anne, présidente
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Kayler, Françoise
Lecompte, Mario
Lupien, Judith
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Ricci, Stéphane
St-Pierre, Daniel

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Lambert, Claude
Rainville, Marie Anne

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Madame Anne Desjardins, présidente du groupe de travail, accueille les membres. Un projet d'ordre du jour est présenté, lequel est adopté sur proposition de madame Françoise Kayler, appuyée par madame Judith Lupien.

2. RENCONTRE AVEC MONSIEUR MAXIME ARSENEAU

Le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, monsieur Maxime Arseneau se joint à l'assemblée et salue les membres du groupe de travail.

3. CONTEXTE QUI A CONDUIT À LA FORMATION DU COMITÉ

Monsieur Arseneau présente brièvement les éléments de contexte qui ont conduit à la mise sur pied du groupe de travail. Il précise toute l'importance qu'il attribue aux travaux du comité et remercie les membres de leur disponibilité.

4. PRÉSENTATION DE LA LOI ET DU RÈGLEMENT SUR LES APPELLATIONS RÉSERVÉES

Monsieur Jean-Pierre Mailhot dépose la loi et le règlement sur les appellations réservées. Il présente la chronologie des événements à la suite de l'adoption de la loi, précise les objectifs de cette dernière et explique les mécanismes qui y sont prévus quant à la certification des entreprises et à l'accréditation des organismes certificateurs.

Un échange entre les membres a lieu et il est mentionné que le caractère collectif de la loi sur les appellations réservées limite l'application et certains membres souhaitent que la loi soit amendée afin de prévoir des appellations réservées individuelles.

5. MANDAT DU COMITÉ

Monsieur Mailhot procède à la lecture du mandat du comité (annexe 1). Il est proposé d'élargir le mandat afin que le groupe de travail puisse faire des suggestions au ministre à l'égard de la loi sur les appellations réservées, des modifications qui pourraient être requises et des façons d'assouplir son application.

6. ATTENTES DES PARTICIPANTS

Madame Desjardins amorce un tour de table des membres du groupe de travail afin que chacun puisse présenter ses attentes.

– M. Stéphane Ricci

Monsieur Ricci explique l'intérêt de la Corporation des marchés publics au sujet des appellations réservées. Il s'agit d'un segment de marché qui est appelé à se développer dans la poursuite des créneaux historiquement tenus par les marchés publics.

– M. Mario Lecompte

Monsieur Lecompte explique que 30 % des produits vendus à la SAQ sont des produits d'appellations réservées de divers pays. Les appellations réservées permettent de valoriser les produits de différentes régions du monde. Monsieur Lecompte estime que l'étiquetage des produits doit être précis et ciblé afin de guider le consommateur de façon crédible.

– M. Daniel St-Pierre

Les attentes de monsieur St-Pierre sont à l'effet que les travaux du comité permettent d'établir un vocabulaire commun favorisant une meilleure compréhension. Les chefs cuisiniers sont des intervenants de premier plan dans la promotion des nouveaux produits et des produits de niche. Ils contribuent à les faire connaître pour leur utilisation en cuisine, ce qui favorise par la suite des percées dans les circuits de distribution. Une des difficultés que les chefs ont à affronter est l'irrégularité dans la qualité du produit, l'aspect contrôle serait à améliorer.

– M. Gaston Plante

Le ministère des Régions gère une mesure visant le développement des produits du terroir. Déjà, une quarantaine de producteurs ont bénéficié du programme. Une première préoccupation se situerait au niveau de la protection de l'appellation de ces produits.

De plus, les appellations réservées sont identifiées comme un outil performant de développement économique des régions initié par les gens du milieu.

Enfin, monsieur Plante aborde le sujet de la politique de la ruralité qui doit appuyer les MRC dans les développements propres de manière à s'inscrire dans la foulée de la nouvelle économie. Il faudrait cependant valider la possibilité d'appliquer la loi sur les appellations réservées à des produits qui ne seraient pas des produits agroalimentaires tels par exemple, des produits agroforestiers.

– Mme Lyne Gagné

Aliments du Québec représente une forme de label de provenance qui, parfois, est utilisé incorrectement et dont l'application nécessiterait du contrôle. Le mandat de promotion générique des produits régionaux qui est dévolu à l'organisme a permis à ses représentants d'identifier des besoins. Entre autres, pour supporter plus adéquatement les entreprises dans leur commercialisation, la clarification et la précision de la terminologie aideraient à communiquer plus efficacement.

– M. Stéphane Paré

L'intérêt des tables de concertation agroalimentaires s'inscrit dans le sens d'assurer la crédibilité des produits et une reconnaissance plus efficace de ces derniers par les consommateurs. En outre, l'adoption de cahier des charges produit des effets structurants en permettant d'assurer les consommateurs d'une certaine stabilité du produit. De plus, les produits régionaux contribuent au développement économique des régions en appuyant d'autres secteurs telle l'industrie touristique.

– Mme Judith Lupien

Madame Lupien, au nom de l'UPA, réitère que les appellations réservées représentent un outil de développement régional et un outil pour les productions émergentes. Elle mentionne aussi que les appellations réservées pourraient fournir un cadre qui permet de clarifier et baliser l'analyse des demandes d'exclusion de la mise en marché collective qu'ont à gérer les fédérations de l'UPA.

Madame Lupien énonce aussi ses préoccupations à l'égard du fait qu'il y aurait déjà une définition de « produits du terroir » dans un répertoire qui sera lancé prochainement par Solidarité rurale. Elle mentionne aussi qu'un promoteur est à tenter de faire enregistrer le nom « Fermier » accolé à différents usages.

– Mme Françoise Kayler

Madame Kayler explique qu'elle a contribué au répertoire sur les produits du terroir. Elle estime que les travaux du comité devraient permettre de lever la confusion qui règne autour de l'utilisation du terme « terroir », souhaitant que ce terme ne soit pas uniquement utilisé comme un vague argument de commercialisation.

– M. Bernard Genest

Monsieur Genest souligne la dimension culturelle des produits du terroir, ces derniers faisant partie du patrimoine au même titre que des objets mobiliers. Il s'agit d'une ressource économique à dimension culturelle qu'il faut mettre en valeur et développer. Il termine en précisant que la réflexion entourant le projet de politique sur le patrimoine comporte un volet pour les ressources immatérielles.

– Mme Lucie Dumas

Madame Dumas souhaite que l'exercice que nous ferons en groupe de travail puisse nous amener à établir des consensus afin d'appuyer le développement des produits d'appellation et le développement régional. Elle termine en soulignant que nous devons tenir compte, dans nos réflexions, du fait que dans nul autre pays, il existe une appellation « produit du terroir ».

– Mme Anne Desjardins

Madame Desjardins termine le tour de table par le constat que le terme « terroir » ou « produit du terroir » est déjà très utilisé dans le public et dans la publicité; les gens s'approprient ce terme. Elle mentionne la nécessité de disposer d'outils permettant aux consommateurs de s'assurer que la qualité des produits vendus correspond à ce qui est avancé.

7. REMBOURSEMENT DES DÉPENSES

Monsieur Mailhot dépose la directive concernant les règles sur les frais de déplacement (annexe II). Il invite les membres à lui faire parvenir leur compte de frais de voyage afin qu'il en effectue le suivi.

8. CALENDRIER DES PROCHAINES RENCONTRES

Les membres conviennent de prévoir les dates de six rencontres de la façon suivante :

- Réunion 2 : 30 octobre 2002 – lieu : *à déterminer*
Sujets proposés
 - Présentation de monsieur Stéphane Paré du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière
 - Commentaires sur le reportage de RDI
 - Présentation au sujet de l'OMC à l'égard des appellations réservées
 - Discussion du projet de définition pour les termes « produits du terroir » et « produits fermiers »
- Réunion 3 : 27 novembre 2002
- Réunion 4 : 18 décembre 2002
- Réunion 5 : 29 janvier 2003
- Réunion 6 : 26 février 2003
- Réunion 7 : 9 avril 2003

9. TÂCHES À EFFECTUER POUR LA PROCHAINE RENCONTRE

Il est convenu que les membres qui le désirent proposent au secrétariat une définition pour « Produits du terroir » et une définition pour « Produits fermiers ».

À partir de ces propositions, le secrétariat rédigera une synthèse et mettra de l'avant une proposition visant à obtenir un consensus. Il est demandé aux participants de faire parvenir leurs propositions au secrétariat pour le 15 octobre. Le document synthèse sera retourné aux membres du groupe de travail aux environs du 23 octobre.

De plus, il est proposé à tous les participants qui souhaitent faire parvenir de la documentation aux autres membres du groupe de travail, de l'acheminer au secrétariat, lequel verra à effectuer le suivi (annexe III).

10. LEVÉE DE L'ASSEMBLÉE

L'assemblée est levée à 12 h 30.

PROCÈS-VERBAL

**Deuxième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 30 octobre 2002 à la salle Le Condor
à l'Hôtel La Sapinière, 1244, chemin de la Sapinière
Val-David, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Desjardins, Anne, présidente
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Kayler, Françoise
Lambert, Claude
Lecompte, Mario
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Ricci, Stéphane
St-Pierre, Daniel

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Lupien, Judith
Rainville, Marie Anne

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Madame Anne Desjardins, présidente du groupe de travail, accueille les membres. Elle remercie les participants de leur disponibilité et salue la collaboration de monsieur St-Pierre, chef exécutif de la Sapinière pour sa contribution à l'organisation de la réunion.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Un projet d'ordre du jour est présenté, lequel est adopté à l'unanimité après ajouts.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE LA PRÉCÉDENTE RÉUNION ET SUIVIS

Monsieur Mailhot dépose le procès-verbal de la première réunion du groupe de travail, tenue le 24 septembre dernier, au 200, chemin Sainte-Foy, Québec. Messieurs Genest, Ricci et Lecompte font des commentaires et le document est modifié. À la suite des ajustements, le procès-verbal est adopté à l'unanimité.

En suivi, monsieur Mailhot mentionne que le reportage réalisé par RDI sur les appellations réservées n'est plus disponible puisqu'il a été diffusé depuis plus de deux ans. Pour ce qui regarde l'information demandée sur les règles de l'Organisation Mondiale du Commerce à l'égard des appellations réservées, une présentation des experts du MAPAQ en cette matière sera préparée pour la prochaine réunion du groupe de travail.

4. PRÉSENTATION DE M. STÉPHANE PARÉ

Monsieur Paré présente la démarche qui a été réalisée au niveau de la table de concertation agroalimentaire de Lanaudière sur l'utilisation de la *Loi sur les appellations réservées* aux fins d'appuyer le développement des petites entreprises de transformation. Monsieur Paré souligne les recommandations formulées par son organisation et invite les membres du groupe de travail à les prendre en considération.

Ces recommandations visent à proposer des amendements à la *Loi sur les appellations réservées* en vue de reconnaître deux attestations et une appellation, soit :

- l'attestation de spécificité de goût
- l'attestation de spécificité de fabrication
- l'appellation d'origine contrôlée
- maintien de l'appellation biologique

5. DISCUSSION SUR LES DÉFINITIONS DE « PRODUITS DU TERROIR » ET « PRODUITS FERMIERS »

Une discussion est amorcée sur la définition des concepts « produits du terroir » et « produits fermiers ». Après une période d'échange, les deux définitions suivantes sont retenues :

A. Produit alimentaire du terroir

Produit alimentaire et, le cas échéant, ses principaux intrants provenant d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire.

Ses caractéristiques proviennent des particularités du milieu (géologie, climat, relief, culture, histoire) et sur le savoir et le savoir-faire de ses habitants (mode de production et de transformation). Un échange a eu lieu sur le terme « traditionnel » et la discussion sur la possibilité d'incorporer ce terme se poursuivra à la prochaine réunion.

B. Produit fermier

Produit cultivé, élevé, transformé sur une exploitation agricole par son ou ses propriétaires à partir de matières premières qui en proviennent.

6. **VARIA**

– Proposition de M. Michel Morissette

Monsieur Mailhot présente une offre de service de la firme Groupe AGEKO visant l'élaboration d'un portrait du secteur des produits du terroir au Québec. Les membres estiment que cette offre de service est prématurée et conviennent de ne pas recommander ce projet au ministère.

7. **PROCHAINES RENCONTRES**

Monsieur Mailhot explique les contraintes de madame Marie-Anne Rainville à participer à des réunions le mercredi. Après vérification, il appert qu'il n'est pas possible de déplacer les prochaines réunions au mardi ou au jeudi. Il est donc convenu de tenir les prochaines réunions dans la région de Trois-Rivières de façon à faciliter la participation de madame Rainville au groupe de travail.

8. **LEVÉE DE LA RÉUNION**

L'assemblée est levée à 16 h 30.

PROCÈS-VERBAL

**Troisième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 27 novembre 2002 à la Salle de conférence
du Club de Golf Les Vieilles Forges
1975, rue Grimard, Trois-Rivières, Québec
de 13 h à 16 h 30**

Étaient présents : Desjardins, Anne, présidente
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Lambert, Claude
Lupien, Judith
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Rainville, Marie Anne
Ricci, Stéphane

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Kayler, Françoise
Lecompte, Mario
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
Raymond, Carole

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Mot de bienvenue de madame Desjardins, présidente, aux participants. Elle souligne la présence de madame Carole Raymond du MAPAQ ainsi que madame Marie Anne Rainville du mouvement de Solidarité Rurale.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Il est proposé et adopté d'inverser les points 3 et 4 de l'ordre du jour pour permettre à madame Carole Raymond de débiter sa présentation plus tôt.

De plus, un reportage de Radio-Canada sur les motifs qui expliquent l'engouement des québécois pour les produits alimentaires d'appellations est inséré.

Motion adoptée par monsieur Claude Lambert et secondée par monsieur Stéphane Ricci.

3. PRÉSENTATION DE MADAME CAROLE RAYMOND

L'objet porte sur les règles et négociations en matière de commerce international.

De la présentation visuelle et accompagné d'un document, il ressort notamment les notions à savoir que :

- ◆ Les pays protègent les propriétés intellectuelles en développant des législations.
- ◆ La notion de traitement national est très importante et souligne la réciprocité en matière d'exigences envers les promoteurs du pays concerné et ceux de l'extérieur désirant commercialiser des produits chez nous.
- ◆ L'Union Européenne souhaite étendre la portée des registres comme celui sur les vins et spiritueux, à des produits autres qu'alimentaires comme la « porcelaine de Limoges ».
- ◆ Les discussions sur les appellations se font non seulement dans le cadre des travaux de l'OMC mais aussi de l'ALENA.

Reportage vidéo de Radio-Canada.

4. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE LA RÉUNION DU 30 OCTOBRE 2002

Monsieur Genest souligne que la définition du point A – « Produit alimentaire du terroir » ne traite pas convenablement de la notion de traditionnelle.

Monsieur Stéphane Paré demande d'ajouter au point 4 – « Le module de production biologique ».

5. RETOUR SUR LES DÉFINITIONS DE « PRODUIT DU TERROIR », « PRODUIT FERMIER » ET AUTRES DÉFINITIONS

Madame Rainville souligne l'existence d'un terroir en émergence au Québec. Ainsi, on retrouve un savoir-faire traditionnel et celui en émergence dont on se doit de souligner les efforts pour les développer davantage et les faire connaître notamment dans le respect de la filière.

Monsieur Paré avance que la notion du « Terroir » possède un caractère historique et qu'il faut être en mesure de faire la démonstration.

Pour l'UPA, le vocable « Produit du terroir » a une signification plus large que celui qui se limite aux produits alimentaires. Son concept est développé dans un cahier des charges et sur un savoir-faire, mais non exclusif au traditionnel.

Madame Rainville mentionne que les termes « Terroir », « Fermier » et « Artisanal » ne sont pas des appellations mais plutôt des notions auxquelles il faudrait en arriver à obtenir des définitions qui nous permettraient d'avoir une compréhension uniforme.

Monsieur Jean-Pierre Mailhot suggère de clarifier trois points :

- 1° La notion de « Terroir » doit être comprise dans un sens plus large que celle qui traite des produits alimentaires.
- 2° L'élément de savoir-faire traditionnel et en émergence sont à développer.
- 3° La notion de filière, soit le lien entre la production et la transformation, doit respecter les notions du « Terroir » jusqu'à l'obtention du produit désiré.

En terminant, il est proposé de développer une définition pour les « Produits régionaux ».

6. DISCUSSION SUR DES AVENUES DE STRATÉGIE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES APPELLATIONS

Ce point est reporté à la prochaine réunion.

7. PROCHAINE RENCONTRE

La quatrième rencontre aura lieu le mercredi 18 décembre 2002 à l'Hôtel Delta situé au 1620 rue Notre-Dame à Trois-Rivières, salle des Trois-Rives, 2^e étage de 10 h 00 à 16 h 30.

PROCÈS-VERBAL

**Quatrième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 18 décembre 2002 à la salle des Trois-Rives, 2^e étage
de l'Hôtel Delta
1620, rue Notre-Dame, Trois-Rivières, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Desjardins, Anne, présidente
De Coussergues, Charles-Henri
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Lecompte, Mario
Lupien, Judith
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Rainville, Marie Anne

Étaient absents : Kayler, Françoise
Lambert, Claude
St-Pierre, Daniel
Ricci, Stéphane

Étaient invités : Léger, Pierre
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Madame Anne Desjardins accueille les participants à la rencontre et souhaite la bienvenue à monsieur Charles-Henri De Coussergues, producteur vinicole.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Adoption à l'unanimité de l'ordre du jour.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 27 NOVEMBRE 2002

Monsieur Genest propose de remplacer au point 4 le terme « traditionnelle » par celui de « tradition ».

Madame Gagné souligne par souci d'équité que le début du point 5 mentionne que « madame Rainville rejoint l'unanimité des membres du comité » sur la suite de l'énoncé du paragraphe.

Monsieur Paré ajoute que la notion du « terroir », « peut posséder un caractère historique » au lieu de « possède un caractère historique ».

4. RETOUR SUR LES DÉFINITIONS DE « PRODUIT DU TERROIR », « PRODUIT FERMIER » ET « AUTRES DÉFINITIONS »

Monsieur Jean-Pierre Mailhot dépose un document intitulé « Définitions » dont celles proposées serviront d'amorce aux discussions afin d'en arriver à un consensus sur chacune d'entre elles.

– « PRODUIT DU TERROIR » : points abordés

- Le produit du terroir est une notion dont la définition doit évoquer à la fois le caractère rigoureux des éléments qui la composent et une certaine pondération.
- Au deuxième paragraphe, certains proposent d'éliminer les parenthèses, de remplacer le « et » conjonction pour le « ou » qui indique plutôt une alternative.
- Au premier paragraphe, on préfère le terme « composante » au lieu « d'intrants ».
- On précise la signification du terme « filière » qui englobe toutes les étapes inhérentes à la production et à la transformation.
- On souligne le besoin de diriger dans un cadre approprié, la définition des produits du terroir.
- De plus, la notion du terroir devra être accompagnée d'une description de ses caractéristiques mentionnées dans un cahier des charges propre à un produit.

Ainsi, sans être exhaustive de tous les commentaires soulevés, la définition de « produit du terroir » se lirait comme suit :

« Produit et, le cas échéant, ses principaux composants provenant d'un territoire délimité et homogène sans bris de la filière au cours des différentes étapes de production, transformation et dont les caractéristiques la distinguent de façon significative des produits de même nature reposant sur la spécificité de ce territoire.

Ses caractéristiques proviennent des particularités du milieu tel que la géologie, le climat, le relief du savoir ou du savoir-faire traditionnel ou en émergence de ses habitants en termes de culture, d'histoire en lien avec un modèle de production et/ou de transformation ».

– « PRODUIT FERMIER »

La définition proposée fait presque l'unanimité. On propose de retirer le terme « distribution ».

– « PRODUIT ARTISANAL » : points abordés

- Le comité souhaite reformuler la définition en s'inspirant de celle proposée par le mouvement de Solidarité rurale dans le recueil intitulé « De nature à culture : les produits du terroir » et de celle du document « Trésor de la langue française ».
- La définition retenue devra tenir compte de la problématique des boissons alcoolisées.

– « PRODUIT RÉGIONAL » : points abordés

- Selon certains, la définition devrait inclure la notion des régions administratives et à titre d'exemple, pourrait être formulée « produit issu de l'une des dix-sept régions administratives du Québec ».
- D'autres intervenants défendent l'utilisation des régions culturelles.
- On propose de revenir avec une définition de « produit régional » selon les notions discutées pour la prochaine rencontre.

Monsieur Jean-Pierre Mailhot propose au groupe de reformuler les définitions et de s'adresser à un linguiste.

5. DISCUSSION SUR DES AVENUES DE STRATÉGIE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES APPELLATIONS

Monsieur Jean-Pierre Mailhot dépose un tableau synthèse pour favoriser la discussion, la compréhension des concepts et les modifications souhaitées.

Plusieurs soulignent la nécessité d'avoir un conseil d'accréditation qui :

- possède les outils de contrôle nécessaire et suffisant pour assurer la légitimité de la *Loi sur les appellations réservées*
- soit un organisme extérieur à l'état
- puisse accréditer des organismes de certification qui sont d'intérêt alimentaire ou non
- accueillerait l'ensemble des appellations réservées
- puisse faire la promotion des produits à valeur ajoutée
- dispose des ressources financières suffisantes pour assumer ses mandats.

On souligne également la nécessité que les produits visés par les appellations réservées s'appuient sur des normes internationales. De plus, la Financière agricole du Québec devrait être interpellée pour supporter les initiatives des producteurs.

6. RAPPORT D'ÉTAPE

Au terme de la réunion, monsieur Jean-Pierre Mailhot aborde le point « Rapport d'étape ». Il propose au comité d'adresser à monsieur Sylvain Boucher, sous-ministre adjoint, une lettre signée par madame Desjardins, présidente du comité.

Son contenu soulignera les discussions qui ont eu cours au comité par la voie des procès-verbaux des quatre rencontres. Également, les consensus obtenus sur les définitions seront mentionnés ainsi qu'un sommaire des sujets qui demeurent à l'agenda pour les prochaines rencontres.

7. PROCHAINE RENCONTRE

La cinquième rencontre aura lieu le mercredi 29 janvier 2003 de 10 h 00 à 16 h 30.

**Cinquième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 29 janvier 2003 à la Salle de conférence
du Club de Golf Les Vieilles Forges
1975, rue Grimard, Trois-Rivières, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Desjardins, Anne, présidente
De Coussergues, Charles-Henri
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Kayler, Françoise
Lambert, Claude
Lecompte, Mario
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Ricci, Stéphane

Étaient absents : Lupien, Judith
Rainville, Marie Anne
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Madame Anne Desjardins accueille les participants à cette première rencontre de l'année 2003 et la cinquième au total.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Ajout au « Varia » d'une intervention de M. Michel Morisset, professeur à l'Université Laval sur un projet susceptible d'intéresser le groupe de travail.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 18 DÉCEMBRE 2002

On demande d'apporter les modifications suivantes :

- Au point 4, dernier paragraphe en lien avec la définition de « Produit du terroir », on remplace « le relief du savoir » par « le relief et le savoir ».
- Au point 4, dernière ligne, remplacer « et de s'adresser à un linguiste » par « et d'en faire valider la forme par un linguiste ».
- Au point 5, modifier au premier point de forme « légitimité » par « l'application ».
- Au point 5, modifier au cinquième point de forme la phrase pour « puisse faire la promotion des appellations réservées ».

Sur la base de ces modifications, le procès-verbal du 18 décembre 2002 est adopté par le groupe de travail.

4. ADOPTION DES DÉFINITIONS DE « PRODUIT DU TERROIR », « PRODUIT FERMIER » ET « AUTRES DÉFINITIONS »

M. Jean-Pierre Mailhot procède à la lecture des définitions :

- « PRODUIT DU TERROIR »

Aucune modification

- « PRODUIT FERMIER »

Aucune modification

- « PRODUIT ARTISANAL »

- On demande de remplacer « ne dépassant pas cinq personnes » par l'ajout du mot « restreinte » à la suite du mot « équipe ».
- On ajoute à la dernière ligne après le mot « l'artisan », « selon les particularités de son permis et des directives de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec ».

- « PRODUIT RÉGIONAL »

On propose une définition sous la forme suivante :

- « Produit issu d'un territoire délimité du Québec que ce soit une région culturelle (géographique ou historique) ou administrative ».

5. DESCRIPTION SUR DES AVENUES DE STRATÉGIE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES APPELLATIONS

Ce point est reporté pour permettre à M. Michel Morisset, professeur à l'Université Laval au département d'économie rurale et membre du groupe AGÉCO d'adresser une proposition d'un projet aux membres du comité.

6. VARIA

M. Morisset dépose un document du le groupe AGÉCO dans lequel une offre de service est présentée au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation pour faire un « portrait du secteur des produits du terroir au Québec ».

M. Jean-Pierre Mailhot précise que ce travail servira notamment à appuyer les recommandations du comité tout en permettant d'avoir, à la fin, un outil analytique pour connaître et décrire le secteur propre à chacune des définitions.

En termes de biens livrables, M. Mailhot propose une procédure visant à optimiser les résultats recherchés par le MAPAQ et le comité. Un groupe dont feront partie Mmes Lucie Dumas, Lyne Gagné, MM. Bernard Genest et J.-P. Mailhot verra à préciser les informations que le comité souhaite voir traiter par le projet.

Les membres du comité seront consultés sur le questionnaire qui sera utilisé lors du recensement. Entre temps, M. Mailhot prendra les dispositions en vue qu'une autorisation soit accordée à la firme AGÉCO par le MAPAQ pour entreprendre les travaux.

7. RETOUR À L'AGENDA

Dans le cadre des discussions sur des avenues de stratégie pour le développement des définitions et des modifications souhaitées à la *Loi sur les appellations réservées*, on dépose un document qui vise à orienter les discussions.

Les points soulevés :

- Les définitions obtenues par le comité visent davantage le caractère individuel que collectif.
- Ces définitions devraient donc se retrouver à l'intérieur de la *Loi sur les appellations réservées* et ainsi lui permettre de posséder à la fois un caractère individuel et collectif.
- Le contrôle et l'application des définitions doivent être confiés soit au Conseil d'accréditation du Québec, à un autre Conseil tel que le prévoit la *Loi sur les appellations réservées* ou au MAPAQ.
- Le contrôle pour d'autres doit revenir essentiellement à l'État.
- M. Paré souhaite que la *Loi sur les appellations réservées* tienne compte du caractère individuel et collectif et que la spécificité du goût et de transformation soit une catégorie clairement identifiée.

- La *Loi sur les appellations réservées* doit s'élargir pour accueillir des produits autres que seulement ceux du secteur agroalimentaire.
- De vérifier auprès des Affaires juridiques la possibilité de définir des termes génériques (produit du terroir, produit fermier, produit artisanal, produit régional) dans une loi comme celle des produits alimentaires ou celle sur les appellations réservées.

8. RAPPORT D'ÉTAPE DÉPOSÉ

On dépose, tel que le prévoit le mandat du comité de travail, la lettre signée par M. Jean-Pierre Mailhot pour Mme Anne Desjardins et adressée à M. Sylvain Boucher, sous-ministre adjoint à la Direction générale des politiques agroalimentaires. Les documents déposés et adressés à M. Boucher font office de rapport d'étape.

9. PROCHAINE RÉUNION

La sixième rencontre aura lieu le mercredi 26 février 2003 de 10 h à 16 h 30.

PROCÈS-VERBAL

**Sixième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 26 février 2003 à la salle Louisbourg « B »
de l'Auberge Godefroy
17575, boul. Bécancour, secteur St-Grégoire
Ville de Bécancour, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Kayler, Françoise
Lupien, Judith
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Rainville, Marie Anne
Ricci, Stéphane

Étaient absents : Desjardins, Anne, présidente
De Coussergues, Charles-Henri
Lambert, Claude
Lecompte, Mario
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
Pennors, Anne
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

En remplacement de madame Anne Desjardins, monsieur Jean-Pierre Mailhot accueille les participants à titre de président de la rencontre. Madame Judith Lupien, représentante de l'UPA, assistera à la rencontre par conférence téléphonique. Monsieur Mailhot dresse la liste des personnes présentes pour son information.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

On a ajouté au point 4 les propositions quant aux appels d'offres. L'objectif principal de cette réunion portera sur le point 5 qui traite des stratégies applicables aux définitions.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 29 JANVIER 2003

Monsieur Stéphane Paré mentionne qu'au point « Varia », son nom n'apparaît pas et au dernier paragraphe du point 7 de la page 3, modifier « une » par « deux » catégories.

Monsieur Bernard Genest mentionne qu'au point « 4 », « Produit régional » : remplacer « ou » par « et ». Madame Rainville souligne la désapprobation du Mouvement de solidarité rurale en regard de la définition de « produit régional ».

Suite à ces modifications, le procès-verbal de la rencontre du 29 janvier 2003 est adopté.

4. APPEL D'OFFRE POUR UN RECENSEMENT DES ENTREPRISES VISANT À RÉALISER UN PORTRAIT DU SECTEUR

Après explications de monsieur Jean-Pierre Mailhot de reconsidérer la démarche entendue suite à la rencontre du 29 janvier 2003, on dépose les deux projets d'appels d'offres aux membres du comité.

Monsieur Jean-Pierre Mailhot demande aux participants d'en prendre connaissance d'ici les deux ou trois prochains jours et d'adresser leurs commentaires, s'il y a lieu, à monsieur Pierre Léger du MAPAQ.

Généralement, on cible de trois à cinq consultants.

Madame Marie Anne Rainville émet des réserves quant à aller vérifier les définitions auprès des producteurs lorsque celles-ci ont été obtenues grâce aux travaux du comité qui travaille depuis plusieurs mois.

Monsieur Jean-Pierre Mailhot tient à faire la remarque que le comité avait décidé de mettre en place une procédure de consultation sur les définitions auprès de certains représentants du milieu.

Monsieur Stéphane Ricci propose qu'un groupe de travail du comité procède à l'étude des deux propositions d'appels d'offres. Le groupe serait composé de mesdames Marie Anne Rainville, Lucie Dumas, Lyne Gagné, messieurs Bernard Genest, Stéphane Paré et Jean-Pierre Mailhot. Ce comité sera convoqué à une réunion sous peu.

5. STRATÉGIES APPLICABLES AUX DÉFINITIONS

On dépose le document d'analyse pour orienter le comité sur l'avenir des définitions obtenues par le comité.

En résumé, on s'entend sur les points suivants :

- que les notions doivent être protégées dans une loi probablement celle sur les appellations réservées avec des mécanismes de contrôle appropriés;
- que d'associer les définitions aux appellations réservées n'est pas souhaitable;
- que la Loi sur les appellations réservées s'applique à un ensemble de produits et non seulement aux produits agricoles et alimentaires;
- que la Loi sur les appellations réservées tienne compte du caractère individuel.

Monsieur Bernard Genest soulève l'importance de consulter les différents milieux qui seraient visés par les définitions.

Madame Marie Anne Rainville estime avantageux de confier le contrôle des définitions à un organisme intéressé et dédié dans le développement des régions.

Monsieur Stéphane Paré voit mal qu'un organisme de développement régional ait une mission de contrôle.

Monsieur Stéphane Paré réitère également le besoin d'identifier deux nouvelles catégories d'appellations réservées basées sur la spécificité du goût et sur les caractéristiques de transformation en tenant compte du caractère individuel.

6. VARIA

Monsieur Stéphane Paré propose de faire bénéficier lors de la prochaine rencontre les membres du comité de produits du terroir, agricoles et alimentaires incluant ceux considérés comme des produits alcoolisés.

7. PROCHAINE RÉUNION

La septième rencontre aura lieu le mercredi 9 avril ou à une date antérieure, soit le jeudi 27 mars 2003 de 10 h à 16 h 30.

Également, le comité d'étude sur les appels d'offres devrait se réunir le 14 mars prochain de 12 h 30 à 14 h 30 au bureau du Mouvement de solidarité rurale, 725, boul. Louis-Fréchette, Nicolet. Nous vous confirmerons la tenue de cette réunion au début de la semaine du 10 mars 2003.

PROCÈS-VERBAL

**Septième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 17 avril 2003 à la salle Marie-Leneuf
de l'Auberge Godefroy
17575, boul. Bécancour, secteur St-Grégoire
Ville de Bécancour, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Couture, Guylaine
Desjardins, Anne, présidente
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Lambert, Claude
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Rainville, Marie Anne
Ricci, Stéphane

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Genest, Bernard
Kayler, Françoise
Lecompte, Mario
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
St-Georges, Catherine
Voisard, Michel

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Madame Anne Desjardins accueille les nouveaux participants, soit madame Guylaine Couture, en remplacement de madame Judith Lupien, de l'Union des producteurs agricoles et monsieur Michel Voisard du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Madame Rainville souhaite obtenir des informations sur le Salon européen des appellations à venir probablement en septembre 2003. Au point « Varia », Madame Couture apporte le point « Comité marketing ». Madame Rainville souhaiterait discuter aussi du forum portant sur « Les perspectives alimentaires 2003 ». L'ordre du jour est adopté.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 26 FÉVRIER 2003

Le procès-verbal est adopté sans modification.

4. APPEL D'OFFRES POUR RÉALISER UN RECENSEMENT DES ENTREPRISES VISANT À RÉALISER UN PORTRAIT DU SECTEUR

Madame Desjardins fait un rappel de la rencontre qui a eu lieu à Nicolet le 14 mars 2003 sur le projet de recensement des entreprises.

Monsieur Voisard remet aux membres un compte rendu de la rencontre du 14 mars. Après la lecture du compte rendu par les membres, certaines questions sont soulevées sur la procédure de consultation et les biens livrables qui intéressent le comité.

On observe que plusieurs membres questionnent les objectifs visés par cette consultation et il y a divergence quant à ceux à privilégier. De plus, les moyens et les outils à prendre pour obtenir les résultats escomptés ne font pas l'unanimité.

Toutefois, on retient comme consensus le besoin d'avoir un portrait du secteur avec un questionnaire transmis par la poste aux personnes interrogées.

De plus, il est prévu de retenir plusieurs listes provenant de différents regroupements qui ont un lien avec le secteur agroalimentaire.

Monsieur Voisard entreprend la lecture du questionnaire et relève les modifications demandées par les membres présents.

Il est proposé que le document d'appel d'offres soit révisé par le sous-comité identifié lors d'une prochaine rencontre.

5. STRATÉGIE APPLICABLE AUX DÉFINITIONS

Étant donné qu'un consensus a été obtenu sur les définitions *terroir*, *fermier*, *artisanal*, il y a lieu d'apporter des modifications à la Loi sur les appellations réservées sur les deux axes définis au plan de travail :

- les définitions seront considérées non pas comme des appellations réservées mais comme des définitions
- modifier la Loi sur les appellations réservées pour en inclure le caractère « individuel ». On demande également la spécificité de goût et de fabrication sur une base individuelle dont le caractère traditionnel serait non obligatoire.

6. PROJET DE RAPPORT FINAL

Monsieur Mailhot présente le plan de travail relatif au rapport final qui sera proposé à la ministre de l'Agriculture.

Les membres discutent sur le bien-fondé d'exiger l'enregistrement auprès de la ministre pour ceux qui utiliseront les définitions.

Les membres évoquent l'importance d'une consultation préalable à la reconnaissance d'une appellation réservée.

7. VARIA

– Perspectives agroalimentaires 2003-04-22

Madame Rainville manifeste son insatisfaction à l'égard de cet événement.

Également, elle est désappointée par le niveau de discussion et la faible représentativité des gens qui connaissent suffisamment bien le secteur pour être en mesure d'en discuter lors d'un événement comme celui-ci. On souligne également que le niveau de discussion sur le sujet des produits du terroir et des appellations réservées était souvent improvisé et mal coordonné.

– Salon européen des appellations

Cet événement se tiendra à l'automne 2003 en France. Dépendamment des thèmes abordés, une délégation du Québec dont certains membres du comité pourraient être présents.

– Le comité marketing à la ferme

Une dégustation pour des producteurs qui ont des produits à faire évaluer est prévue les 13 et 14 mai prochains. L'inscription doit se faire avant le 30 avril et le coût est d'environ 100\$/produit. Madame Couture de l'UPA transmettra les coordonnées permettant l'inscription à cette activité.

7. PROCHAINE RÉUNION

La prochaine réunion aura lieu le 16 mai prochain de 10 h à 16 h 30 à Trois-Rivières. Probablement que la dernière réunion se tiendra le 26 juin 2003 dans la région de Lanaudière.

PROCÈS-VERBAL

**Huitième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 29 mai 2003 à la salle Angoulême
de L'Auberge du lac St-Pierre
1911, rue Notre-Dame (route 138)
Pointe-du-Lac, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Couture, Guylaine
De Coussergues, Charles-Henri
Desjardins, Anne, présidente
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Lambert, Claude
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Rainville, Marie Anne

Étaient absents : Dumas, Lucie
Kayler, Françoise
Lecompte, Mario
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Ricci, Stéphane
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

Madame Anne Desjardins accueille les participants et dresse, avec le groupe, la liste des personnes qui seront absentes.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Monsieur Jean-Pierre Mailhot profite de l'occasion pour informer les membres présents que suite à la nomination de madame Françoise Gauthier au poste de ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, le dossier des appellations réservées demeure une priorité gouvernementale et que les travaux du groupe vont se poursuivre.

L'ordre du jour est adopté.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 17 AVRIL 2003

L'orthographe du prénom de madame Rainville est incorrect et son prénom doit s'écrire « Marie Anne » sans trait d'union.

Madame Rainville souligne avoir proposé, lors de la dernière rencontre, une notion « territoriale » pour laquelle un consensus aurait été obtenu.

Le Salon concernant les appellations qui devait se tenir en septembre 2003, est reporté, selon madame St-Georges, en 2004.

Au point 6, troisième paragraphe, on ajoute, après le mot « consultation » le mot « publique ».

4. APPEL D'OFFRES POUR UN RECENSEMENT DES ENTREPRISES VISANT À RÉALISER UN PORTRAIT DU SECTEUR

À la suite du travail du sous-comité de travail, une proposition d'appel d'offres est déposée. Celle-ci comporte les objectifs, la méthodologie proposée ainsi que les biens livrables. De plus, un document composé d'une première partie qui sert à caractériser l'entreprise suivi d'une liste de questions est joint à l'ensemble.

Madame Rainville souligne que le questionnaire fait abstraction des secteurs autres que celui du domaine agricole et agroalimentaire.

Monsieur Genest mentionne que cela a fait l'objet de discussions lors des travaux du sous-comité et qu'il était préférable de débiter avec le secteur des entreprises agricoles pour passer à d'autres secteurs par la suite.

Monsieur Genest propose qu'il soit mentionné dans le rapport final que le MAPAQ prendra les mesures pour élargir la « Loi sur les appellations réservées » à d'autres secteurs d'activités.

Quant aux objectifs, il est entendu que ceux-ci porteront sur le besoin :

1. d'estimer le nombre de micro-entreprises (10 emplois et moins) de production ou de transformation qui se classent dans chacune des catégories définies;
- 2 - d'évaluer le nombre d'entreprises de production ou de transformation intéressées à entreprendre une démarche de reconnaissance spécifique telles que les appellations ou les définitions;

- 3 - de recenser les méthodes actuelles de commercialisation des produits;
- 4 - d'obtenir le point de vue des acheteurs de produits;
- 5 - de recueillir et colliger tous les commentaires pertinents en lien avec l'objet du projet.

5. RETOUR AU MANDAT CONFIE AU GROUPE DE TRAVAIL ET AUX BIENS LIVRABLES

Monsieur Mailhot précise que suite à l'arrivée d'une nouvelle équipe au gouvernement et plus précisément à l'annonce de madame Françoise Gauthier comme ministre, il était important de revenir à cette étape des travaux sur le mandat.

6. COMMENTAIRES SUR LE PROJET DE RAPPORT FINAL DU GROUPE DE TRAVAIL

Monsieur Mailhot informe le groupe que messieurs Lecompte et Ricci ont adressé des commentaires sur le projet de rapport.

Plusieurs interventions sur le contenu du rapport ont conduit à la reprise de ce projet de rapport qui sera transmis par courriel pour commentaires des membres du groupe de travail. Ces commentaires seront ajoutés à la seconde version du projet avec le nom de la personne.

Quant aux définitions, le groupe propose qu'on apporte des modifications. Ainsi, selon les notes prises sur ce thème, il est décidé des textes suivants :

Produit du terroir

- 1^{er} paragraphe : on le maintient
- 2^o paragraphe : on le maintient après vérification des comptes rendus
- 3^o paragraphe : on le retire

Produit fermier

- 1^{er} paragraphe : on le maintient

Produit artisanal

- 1^{er} paragraphe : on retire « fabriqué en petite quantité »
- 2^o paragraphe : on le maintient

Produit régional ou territorial

Produit issu d'un territoire délimité du Québec que ce soit une région culturelle (géographique et historique) ou administrative (village, MRC, lieu, etc.).

N.B. : Un consensus n'a pas été obtenu sur le choix du terme régional ou territorial.

Une version améliorée sera transmise aux membres d'ici une semaine et demie au plus tard.

7. PROCHAINE RÉUNION

La prochaine réunion aura lieu le 26 juin 2003.

N.B. : La liste des étapes décrivant l'adoption des définitions par les membres du groupe de travail sur les produits du terroir est jointe au présent procès-verbal.

ÉTAPES DÉCRIVANT L'ADOPTION DES DÉFINITIONS PAR LES MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL SUR LES PRODUITS DU TERROIR

1. Le 17 janvier 2003, les définitions sont revues par un linguiste : voir le document intitulé « DÉFINITIONS », revu le 17 janvier 2003.

2. Le 29 janvier 2003, tel que décrit dans le procès-verbal, Monsieur Mailhot procède à la lecture des quatre définitions :

- « **Produit du terroir** »

Aucune modification n'est demandée par les membres du groupe de travail;

- « **Produit fermier** »

Aucune modification n'est demandée par les membres du groupe de travail;

- « **Produit artisanal** »

On demande de remplacer « ne dépassant pas cinq personnes » par l'ajout du mot « restreinte » à la suite du mot « équipe ».

On ajoute à la dernière ligne après le mot « l'artisan », « selon les particularités de son permis et des directives de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec ».

- « **Produit régional** »

On propose une définition sous la forme suivante : « Produit issu d'un territoire délimité du Québec que ce soit une région culturelle (géographique ou historique) ou administrative ».

3. Le 26 février 2003, tel que décrit dans le procès-verbal, Monsieur Genest demande de remplacer « ou » par « et » dans la définition de « produit régional ». Madame Rainville souligne la désapprobation de solidarité rurale en regard de la définition de « Produit régional ». Un consensus est donc obtenu sur les définitions *terroir*, *fermier* et *artisanal*.

La modification demandée par monsieur Genest est apportée sur le document intitulé « DÉFINITIONS », mis à jour le 1^{er} avril 2003, mais aucun consensus n'a cependant été obtenu sur la définition d'un « produit régional ». Certaines discussions ont traité de notions telles que « territoriale » et « géographique ».

4. Lors de la réunion du 29 mai, le groupe de travail a proposé une définition de « produit régional ou territorial » : produit issu d'un territoire délimité du Québec, culturel (géographique et historique) ou administratif (village, MRC, lieu, etc.).

5. Ainsi, les définitions inscrites dans le rapport sont donc celles qui ont été adoptées par le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir.

PROCÈS-VERBAL

**Neuvième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 26 juin 2003 au restaurant Le Dialogue
812, Chemin-Pain-de-sucre (131)
Saint-Jean-de-Matha, Québec
de 10 h à 16 h 30**

Étaient présents : Couture, Guylaine
Desjardins, Anne, présidente
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Lambert, Claude
Lecompte, Mario
Paré, Stéphane
Rainville, Marie Anne
Ricci, Stéphane

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Dumas, Lucie
Kayler, Françoise
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Plante, Gaston
St-Pierre, Daniel

Étaient invités : Léger, Pierre
Pennors, Anne
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

M. Pierre Léger accueille les participants et dresse, avec le groupe, la liste des personnes qui seront absentes.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

M. Léger informe les participants que cette rencontre a pour principal objectif de recueillir les commentaires concernant le projet de rapport final du groupe de travail.

En varia, M. Lambert propose de rendre compte des divers commentaires qu'il a reçus au sujet des définitions retenues, sans avoir dévoilé le contenu du rapport, notamment ceux de l'assemblée des membres de la Société des fromagers tenue à Warwik.

Mme Rainville souhaite faire part de ses commentaires au sujet de la journée de fondation de ORIGIN à Genève le 11 juin 2003 à laquelle elle a participé.

L'ordre du jour est adopté.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 29 MAI 2003

M. Pierre Léger procède à la lecture du procès-verbal de la huitième réunion du groupe de travail tenue le 29 mai 2003 ainsi qu'à la lecture du document qui y est annexé intitulé « Étapes décrivant l'adoption des définitions par les membres du groupe de travail sur les produits du terroir ».

M. Genest mentionne qu'il maintient son commentaire de la réunion précédente au sujet de la définition du « Produit du terroir », à savoir qu'il faudrait ajouter les notions de culture et d'histoire aux particularités du milieu. On propose de revoir cette définition lors de la lecture du projet de rapport final.

Le procès-verbal est adopté par l'ensemble des membres du groupe de travail ayant participé à la réunion précédente. Mme Desjardins, présidente du groupe de travail, procède au déroulement de la réunion.

4. COMMENTAIRES SUR LE PROJET DE RAPPORT FINAL DU GROUPE DE TRAVAIL

M. Léger se propose de lire l'ensemble du projet de rapport dans l'objectif de recueillir les commentaires de tous les participants pour toutes les sections décrites ci-dessous :

4.1 Contexte

M. Lambert fait part de ses commentaires au sujet du contexte.

En résumé, il faudrait y apporter des modifications afin de mettre en évidence le fait que la création du groupe de travail découle des travaux et recommandations du chantier sur les produits de niche et du terroir et que ce travail s'inscrit principalement dans le cadre d'une politique de développement de la transformation alimentaire.

L'ensemble des participants exprime son accord avec les commentaires de M. Lambert.

M. Lambert transmettra un projet de texte décrivant le contexte (voir document annexé).

4.2 Problématique

On demande d'effectuer diverses corrections :

- Remplacer dans l'intégralité du rapport « produits régionaux » par « produits de niche ».
- Au premier paragraphe, corriger « la nature véritablement régionale de ces produits. » par « la nature véritablement singulière de ces produits. ».
- Au deuxième paragraphe, ajouter « les acheteurs » à chaque notion de « consommateurs ».
- Au deuxième paragraphe, au sujet des dénominations, remplacer « crédibilité » par « authenticité ».
- Au dernier paragraphe, on remplace « ...les particularités locales de nos producteurs et transformateurs.» par « ...les particularités locales des producteurs et transformateurs.».

4.3 Composition du groupe de travail et mandat

Les corrections suivantes ont été demandées :

- Au premier paragraphe, troisième ligne, ajouter une virgule entre « des produits » et « des régions ».
- Au premier paragraphe, quatrième ligne, ajouter « québécoise » après le mot « culture ».
- Les membres ont demandé diverses corrections à la liste des personnes constituant le groupe de travail. La vérification auprès des personnes absentes à cette réunion sera également réalisée afin de mettre à jour la prochaine version du projet de rapport.
- Au point 3.3, intitulé « Biens livrables », on demande de remplacer le verbe « devait » par « doit » aux deuxième et cinquième lignes du paragraphe.

La présidente du groupe de travail suggère également de noter le fait que certaines personnes n'étaient présentes qu'à peu de reprises.

4.4 Déroulement des activités et leurs coûts

- À la première ligne du premier paragraphe, on demande de corriger « Le groupe de travail sur les produits du terroir... » par « Le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir... ».
- On demande de modifier le dernier paragraphe en le remplaçant par la phrase suivante : « Nous estimons le coût assumé par les membres des organismes, des entreprises et des ministères pour le temps consacré aux travaux et ceux relatifs aux déplacements, aux frais d'hébergement et aux repas à près de 40 000 \$.».

4.5 Recommandations du groupe de travail

On remplace « Sur la base du mandat qui lui a été confié et des préoccupations soulevées... » par « Selon le mandat qui lui a été confié et les préoccupations soulevées... ».

4.5.1 Les définitions

Au premier paragraphe du point 5.1., intitulé « Les définitions », on demande :

- d'enlever « Concernant les définitions » en début de phrase;
- de corriger la dernière phrase en remplaçant « ...dont certains sont déjà largement utilisés et, de plus en plus. », par « ...dont certains sont déjà de plus en plus utilisés ».

Concernant les définitions, les modifications suivantes ont été demandées :

« *Produit du terroir* »

- Ajout de la culture et l'histoire aux particularités du milieu.
- Ajout de « de ses habitants » après « savoirs traditionnels ou émergents ».

« *Produit fermier* »

- Remplacer « transformé dans une exploitation agricole » par « transformé sur une exploitation agricole ».
- Remplacer « par son ou ses propriétaires » par « par son ou ses exploitants ».

« *Produit artisanal* »

- M. Lambert propose de retirer le deuxième paragraphe traitant d'une particularité des directives de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec dans l'objectif de ne référer à aucune autre loi dans cette définition.
- Certains participants soulèvent le fait que l'on se retrouve avec une contradiction dans cette définition car selon cette loi sur les alcools, les matières premières doivent être produites par l'artisan et ce n'est pas une exigence que les membres souhaitent demander pour les autres produits artisanaux.

De ce fait, il a été convenu d'ajouter une note en bas de page afin d'aviser la ministre que, compte tenu de la législation, on se retrouve avec cette incompatibilité. M. Lecompte nous transmettra cette note avec le nom exact de la Loi sur les produits alcoolisés.

« *Produit régional* »

Un consensus a été obtenu sur cette définition : Au lieu de « Produit régional », on définit un « Produit avec mention de lieu, territoire ou région ». La définition adoptée est la suivante :

« Produit auquel une mention de lieu, territoire ou région est associée et doit être issu (produit ou transformé) du lieu, du territoire ou de la région auquel se réfère la mention. ».

Concernant la troisième recommandation sur les définitions, on demande de remplacer « ...et que les efforts des producteurs... » par « ...afin que les efforts des producteurs... ».

4.5.2 La Loi sur les appellations réservées

Au troisième paragraphe du point 5.2, M. Paré demande de corriger :

«...la Loi sur les appellations réservées doit être un outil plus souple de façon à mieux répondre aux besoins... » par «... la Loi sur les appellations réservées doit être un outil mieux adapté de façon à répondre aux besoins... ».

Concernant les recommandations, on demande :

- de scinder le premier paragraphe en deux recommandations;
- de remplacer «...que deux attestations de spécificité de goût et de fabrication soient ajoutées à la Loi... » par « ...qu'une attestation de spécificité de goût et une attestation de spécificité de fabrication soient ajoutées à la Loi... ».
- concernant ces deux attestations de spécificité, ajouter une note en bas de page afin de référer au document du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière, intitulé « Évaluation du potentiel d'implantation des appellations réservées dans Lanaudière » déposé aux autorités du Ministère.
- de corriger la troisième recommandation en remplaçant : « que préalablement à la reconnaissance d'une appellation réservée soumettre cette dernière à une consultation publique » par « que la reconnaissance d'une appellation réservée face l'objet d'une consultation publique ».
- d'ajouter une dernière recommandation : « que soient insérées dans la Loi les normes graphiques des logos de chaque appellation ».

M. Lecompte s'oppose dans le cas de l'attestation de spécificité de goût et de l'attestation de spécificité de fabrication proposées par M. Paré à ce que ces dernières soient accordées à des initiatives individuelles. Le tout à être validé lors d'une rencontre entre M. Lecompte et M. Paré au cours de l'été.

4.5.3. La consultation du milieu

Ce paragraphe est revu et modifié par le suivant :

« Dans le but d'informer et de recueillir les commentaires des différents groupes concernés par ces types de produits, les membres du groupe de travail recommandent à la ministre de lui conférer le mandat de réaliser, tel que prévu, une étude visant à valider leurs recommandations sur les appellations réservées et les produits du terroir, tout en dressant un portrait du milieu concerné. ».

4.6 Compatibilité des recommandations avec les normes internationales

Aucune modification n'est apportée à cette section.

4.7 Signatures des membres du groupe de travail

Les membres étudient deux possibilités :

1. que tous les membres signent ce rapport final et que les titres des fonctions ne soient pas inscrits;
2. que seule la présidente signe ce rapport final.

Les participants suggèrent d'effectuer une recherche afin de vérifier la procédure habituellement suivie.

5. VARIA

Au sujet des définitions, M. Lambert rend compte des commentaires reçus de l'assemblée des membres de la Société des fromagers tenue à Warwik et de certains contacts.

Mme Rainville fait part de ses commentaires au sujet de la journée de fondation de ORIGIN à Genève le 11 juin 2003 à laquelle elle a participé.

6. PROCHAINE RÉUNION

La prochaine réunion aura lieu le mercredi 10 septembre 2003 à Trois-Rivières.

Montréal, le 25 juin 2003

Madame Anne Desjardins, présidente
Monsieur Jean-Pierre Mailhot, secrétaire

Madame, Monsieur,

Voici mes commentaires concernant le projet de rapport du Groupe de travail :

Contexte et problématique

À mon sens, ce qu'il faut indiquer dans le contexte c'est que la création du groupe de travail et son mandat découle des travaux et recommandations du chantier sur les produits de niche et du terroir.

Le mandat du chantier comprenait le volet du développement de marques distinctives (labellisation) de certains produits et l'encadrement réglementaire des produits d'appellation réservée (page 4 du rapport final).

Le chantier identifiait la différenciation comme l'une des stratégies pour l'industrie de la transformation alimentaire et c'est dans cette direction que s'inscrit le développement des produits de niche et du terroir, de produits fins ou de produits typés.

Le chantier préconise le développement de la notoriété des produits de niche et du terroir en rendant entre autres choses ces produits facilement identifiables par les consommateurs.

Au chapitre de la notoriété des produits, le chantier identifie trois éléments principaux : l'identification des potentiels régionaux, l'établissement de normes de même que la capacité à les faire respecter et la promotion des produits.

La recommandation numéro 2 spécifie d'apporter les modifications nécessaires à la loi sur les aliments ou à son règlement afin de normaliser l'usage de certains termes et de protéger la spécificité de certains produits. Le MAPAQ serait maître d'œuvre de cette action.

La création de notre groupe de travail tire son origine de cette recommandation et nous devons faire ce lien dans le rapport.

Le rapport actuel, tel que rédigé, me laisse plutôt sous l'impression que nous travaillons à l'élaboration d'une politique de développement régional ou de la ruralité.

Bien que je n'ai pas d'objections à ce qu'on souligne les retombées bénéfiques de nos travaux sur ces champs d'intérêts.

Il est clair pour moi que nous travaillons principalement dans le cadre d'une politique de développement de la transformation alimentaire et qu'en dernier ressort, ce sera cet aspect qui devra prévaloir pour nos décisions et qui répondra aux préoccupations de la ministre.

Définitions

Un mot sur la définition « Produit régional »; je croyais que nous avions modifié cette appellation pour se lire : « Produit avec mention de lieu, territoire ou région. ». La définition pouvant être : « Un produit auquel une mention de lieu, territoire ou région est associé doit être issu (produit ou transformé) du lieu, territoire ou région auquel ou à laquelle se réfère la mention. ».

Dans la définition de produit artisanal, le deuxième paragraphe ne me semble pas utile car il délègue l'autorité de définir les conditions à la Régie des alcools. Si c'est le cas, on ne devrait même pas y référer dans un autre texte de loi.

Espérant ces commentaires utiles.

Je vous prie d'agréer mes salutations les meilleures.

Claude Lambert
Président-directeur général

PROCÈS-VERBAL

**Dixième réunion du groupe de travail
sur les appellations réservées – produits du terroir
tenue le 10 septembre 2003 à la salle Marie-Leneuf
de l'Auberge Godefroy
17575, boul. Bécancour, secteur St-Grégoire
Ville de Bécancour, Québec
de 10 h à 12 h 30**

Étaient présents : Couture, Guylaine
Desjardins, Anne, présidente
Dumas, Lucie
Gagné, Lyne
Genest, Bernard
Lambert, Claude
Lecompte, Mario
Mailhot, Jean-Pierre, secrétaire
Paré, Stéphane
Plante, Gaston
Rainville, Marie Anne

Étaient absents : De Coussergues, Charles-Henri
Kayler, Françoise
Ricci, Stéphane
St-Pierre, Daniel

Étaient invitées : Pennors, Anne
St-Georges, Catherine

1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS ET OUVERTURE DE LA RENCONTRE

M. Jean-Pierre Mailhot accueille les participants et dresse, avec le groupe, la liste des personnes qui seront absentes. M. Mailhot informe les membres que madame Françoise Kayler a demandé sa démission du groupe de travail, estimant qu'elle a été absente de plusieurs rencontres pour pouvoir apposer sa signature et inscrire son nom sur la liste des membres dans le rapport qui sera présenté.

2. ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Après lecture de l'ordre du jour, celui-ci est adopté par l'ensemble des participants.

3. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DU 26 JUIN 2003

M. Mailhot vérifie auprès des participants s'ils ont des commentaires à propos du procès-verbal de la neuvième réunion tenue le 26 juin 2003.

M. Stéphane Paré souhaite préciser au point 4.5.2, traitant des deux attestations de spécificité de goût et de fabrication qui seraient accordées à des initiatives individuelles, qu'un consensus avait été obtenu. Nous devrions donc lire :

« Malgré un consensus obtenu lors de la réunion tenue le 26 juin 2003, M. Lecompte s'oppose dans le cas de l'attestation de spécificité de goût et de l'attestation de spécificité de fabrication, proposées par M. Paré, à ce que ces dernières soient accordées à des initiatives individuelles ».

Il est proposé de traiter ce sujet au point 4 de l'ordre du jour concernant les commentaires sur le projet du rapport final du groupe de travail.

On note une faute d'orthographe aux pages 2 et 6, nous devrions lire « *warwick* ».

4. COMMENTAIRES SUR LE PROJET DU RAPPORT FINAL DU GROUPE DE TRAVAIL

Bien que la version de juillet 2003 du rapport ait déjà été revue par un linguiste, quelques participants soulignent l'importance de faire revoir le rapport par un spécialiste en révision linguistique afin d'assurer une meilleure compréhension de ce dernier et une rigueur dans la syntaxe des définitions.

M. Mailhot propose donc de faire revoir le rapport après avoir apporté les nouvelles corrections qui seront demandées ce jour.

Les corrections demandées par les membres du groupe de travail sont les suivantes :

Page 1, date

- Corriger la date du rapport.

Page 2, « Annexes »

- Détailler la liste des annexes qui seront ajoutées au document.

Page 3, « Contexte »

- Avant dernier paragraphe, demander au linguiste de vérifier la clarté de la phrase suivante : « ...d'une façon convergente, mais à une date antérieure aux décisions ... ».
- Dans la totalité du document, demander au linguiste de rendre le texte plus neutre en remplaçant les pronoms personnels « nous » par « il ».

Page 4, « Contexte »

- Au dernier paragraphe, ajouter « ...l'État québécois répondit positivement en créant le groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir ».

Page 5, « Problématique »

- Pour des raisons de syntaxe, on demande de retirer la phrase « Nous connaissons bien le dicton « la qualité vient avant le prix ».
- Au sujet de la phrase « Dans un même ordre d'idées, on pourrait dire que « ce sont les produits qui font la réputation d'une région. » », Mme Rainville précise qu'il s'agit d'une pensée de M. André Valadier de l'INAO, citée en référence dans le livre de Solidarité Rurale du Québec intitulé « De nature à culture : les produits du terroir » et qu'il serait pertinent de revoir le début du paragraphe en faisant référence à M. Valadier.
- À la cinquième ligne du premier paragraphe, corriger « ...à l'aide d'appellations réservées ou de définitions... » par « à l'aide de définitions ou d'appellations réservées ».
- À la fin du deuxième paragraphe, préciser que, du fait que les acheteurs et les consommateurs doutent de l'authenticité des dénominations, cela nuit au développement du secteur.

Page 6, « Composition du groupe de travail et mandat »

- Au premier paragraphe, corriger « Rien n'a été laissé au hasard pour réunir des personnes... » par « Des efforts ont été faits pour réunir des personnes... ».
- Corriger le titre de M. Genest : « conseiller en ethnologie » au lieu de « conseiller ».
- Retirer le nom de Mme Françoise Kayler.
- On note qu'il faudra également vérifier avec M. De Coussergues et M. St-Pierre s'ils entendent signer le rapport.

Page 7, « Objectif du groupe de travail » et « Mandat du groupe de travail »

- Afin d'éviter des redondances, on suggère de regrouper les points 3.1 et 3.2 en un seul point.

Page 8, « Biens livrables » et « Date visée de mise en application »

- Écrire « Bien livrable » au singulier.
- Au point 3.3, corriger « Ce rapport...doit aussi rendre compte... » par « Ce rapport...devrait aussi rendre compte ».
- Au point 3.4, corriger la phrase en faisant ressortir que compte tenu des impacts dans le milieu, il est urgent de procéder dans les plus brefs délais.

Page 9, « déroulement des activités et leurs coûts »

- Corriger : « le groupe de travail...s'est réuni à dix reprises,... ».
- Les participants demandent de ne pas parler ici du montant ni des frais d'hébergement et de repas, mais d'insister plutôt sur l'investissement en temps et le dévouement des membres. On demande de faire ressortir entre autres le nombre d'heures de travail.

Page 10, « Recommandations du groupe de travail »

- Au premier paragraphe, corriger « ...considérer les recommandations suivantes » par « donner suite aux recommandations suivantes ».
- Au point 5.1, on demande de corriger « produit régional » par « produit avec mention de lieu, territoire ou région ».

Pages 11 et 12, « Les définitions »

- M. Genest demande une correction au deuxième paragraphe de la définition de produit du terroir, page 11 : « Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, de ses habitants ».
- Afin d'assurer la crédibilité des définitions, on demande de corriger le troisième point de la page 12 : « Que, pour assurer la crédibilité de ces définitions et que les efforts des producteurs et transformateurs soient reconnus, le gouvernement prévoit des mécanismes de contrôle permettant d'assurer le respect de ces notions. À cet égard des pouvoirs suffisants doivent être conférés à l'organisme de contrôle ».

Page 13, « La Loi sur les appellations réservées »

- Aux points 2 et 3, M. Paré, M. Lecompte et l'ensemble des participants s'entendent pour ajouter la notion de non exclusivité aux projets individuels et collectifs. On doit donc corriger ces deux paragraphes comme suit : « ...issus d'initiatives individuelles ou collectives non exclusives... » et « ...des projets individuels ou collectifs non exclusifs... ».
- M. Paré demande d'apporter une précision au point 4 : « que préalablement à la reconnaissance d'une appellation réservée, celle-ci fasse l'objet d'une consultation publique ».

Page 14, « La consultation du milieu »

- On corrige « les membres du groupe de travail recommandent à la ministre de lui conférer le mandat de réaliser une étude... » par « les membres du groupe de travail recommandent à la ministre de procéder à une consultation du milieu et la ministre peut, si elle le désire, confier au groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir, le mandat de gérer cette consultation ».

Page 15, « Compatibilité des recommandations avec les normes internationales »

- Au deuxième paragraphe on demande de corriger : « De plus, le ministère doit entreprendre des démarches auprès des autorités fédérales afin de favoriser l'accessibilité des produits assortis des définitions reconnues ou des appellations réservées à différents marchés extérieurs, internationaux ou nationaux. ».
- À ce sujet, M. Lambert nous remet les noms et coordonnées de deux personnes d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, M. Charles Charron, Directeur adjoint, Direction des politiques de commerce international et Mme Danie Duchesne, agent de développement des marchés
- Supprimer le dernier paragraphe

5. REMISE DU RAPPORT DU COMITÉ À LA MINISTRE

- Mme Rainville et M. Lecompte doivent quitter la réunion.
- Il a été entendu que le rapport sera remis après :
 - o que les corrections demandées lors de cette réunion soient intégrées au rapport.
 - o qu'un spécialiste en linguistique l'ait révisé.
 - o que les membres du groupe de travail l'aient revu.
- Les participants demandent de noter qu'il y a eu consensus sur le contenu du rapport et que les membres délèguent à Mme Desjardins la signature de ce dernier.

6. VARIA

6.1. Consultation du milieu

- Tel que décrit plus haut, les membres du groupe de travail recommandent à la ministre de procéder à une consultation du milieu et la ministre peut, si elle le désire, confier au groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir le mandat de gérer cette consultation.

6.2. Proposition sur les moyens à prendre pour publiciser le rapport

- Les membres du groupe de travail suggèrent que Mme Desjardins soit la porte-parole du groupe de travail.
- On suggère que le rapport soit accompagné de recommandations concernant sa sortie publique.
- Mme Gagné souligne l'importance de définir des « lignes de presse ».

7. PROCHAINE RÉUNION

Les participants concluent qu'une prochaine rencontre ne serait pas nécessaire.



[Cette page a été laissée intentionnellement blanche]

BIBLIOGRAPHIE

- Aubé, C. B. (1996). *Chronologie du développement alimentaire au Québec*, St-Jean-sur-Richelieu, Éditions du Monde alimentaire.
- Bérard, L. et Marchenay, P. (2004). *Les produits du terroir : Entre culture et règlements*, Paris, CNRS Édition.
- Corbeau, J-P. et Poulain, J-P. (2002). *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*. Toulouse, Privat.
- Dupont, J-C. (1977). *Le fromage de l'Île d'Orléans*, Montmagny, Leméac.
- Fischler, C. (2001). *L'Homnivore*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- Francoeur, J-M. (2011). *Genèse de la cuisine québécoise à travers ses grandes et ses petites histoires*, Montréal, Groupe Fides Inc.
- Fumey, G. et Etcheverria, O. (2004). *Atlas mondial des cuisines et gastronomies. Une géographie gourmande*, Paris, Éditions Autrement.
- Lacoursière, J. (1996). *Histoire populaire du Québec. Des origines à 1791*. Montréal, Éditions du Septentrion.
- Lambert, M. (2006). *Histoire de la cuisine familiale du Québec. Volume 1 : ses origines autochtones et européennes*, Québec, Les Éditions GID.
- Lambert, M. (2007). *Histoire de la cuisine familiale du Québec. Volume 2 : La mer, ses régions et ses produits, des origines à aujourd'hui*, Québec, Les Éditions GID.
- Lemasson, J-P. (2009). *Le mystère insondable du pâté chinois*. Montréal, Amerikmedia.
- Lemasson, J-P. (2011). *L'incroyable odysée de la tourtière*. Montréal, Amerikmedia.
- Poulain, J-P. (2002). *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Paris, Éditions Privat.
Récupéré de
<http://www.lemangeur-ocha.com/ouvrage/manger-aujourd'hui/>
- Poulain, J-P. et Corbeau, J-P. (2002). *Penser l'alimentation : Entre imaginaire et rationalité*. Paris, Privat.

- Poulain, J-P. (2002). *Sociologies de l'alimentation*, Paris, PUF.
- Rainville, M-A (dir.). (1999). *Les Terroirs*, Nicolet, Coll. Études rurales, Solidarité rurale du Québec.
- Régnier, F., Lhuissier, A. et Gojard, S. (2006). *Sociologie de l'alimentation*, Paris, Éditions de La Découverte.
- Strauss, A. (1992). *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. Paris, Éditions L'Harmattan.
- Touraine, A. (1994). *Qu'est-ce que la démocratie?* Paris, Fayard.
- Théorêt, C-A. (2007). *Maudite Poutine! L'histoire approximative d'un plat populaire*. Montréal, Hélio trope.
- Waridel, L. (2003). *L'envers de l'assiette et quelques idées pour la remettre à l'endroit*, Montréal, Éditions Écosociété.

Actes de colloques

- Lambert, R. et Jouve, F. (2013, janvier). *Rendez-vous agroalimentaire de l'Outaouais 2013*. Appellations réservées, termes valorisants et marques de certifications : comment s'y retrouve? 26 janvier 2013, Gatineau. Récupéré de <http://www.agrireseau.qc.ca/Marketing-Agroalimentaire/documents/AppellationsReservees.pdf>
- Société Québécoise des Ethnologues. (1998, mai). *Manger : de France à Nouvelle-France*, Actes du colloque, 27-28 mai 1998, Université Laval, Québec. vol. 12, no. 3

Entrevue

- Revel, G. (2014, 1^{er} avril). Entrevue sur le sujet suivant : L'appellation contrôlée en Champagne. Facebook.

Journaux

- Allard, M. (2011, 25 juin). Peu d'aliments québécois dans nos assiettes. *La Presse*.
Récupéré de
<http://www.lapresse.ca/actualites/national/201106/24/01-4412402-peu-daliments-quebecois-dans-nos-assiettes.php>
- Allard, M. (2013, 22 mai). Tout aliment produit au Québec est désormais local. *La Presse*.
Récupéré de
<http://www.lapresse.ca/vivre/gourmand/cuisine/en-vrac/201305/22/01-4653088-tout-aliment-produit-au-quebec-est-desormais-local.php>
- Beauchemin, R. (2007, 25 juin). Terre des hommes gourmande. *La Presse*. p. 1-3.
- Beauchemin, R. (2009, 16 janvier). Jean-Paul Grappe, la mémoire gastronomique du Québec. *La Presse*. p. 3.
- Chol, E. (2010, 17 novembre). Comment la gastronomie française est entrée au patrimoine de l'humanité. *La Tribune*. Récupéré de
<http://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/tourisme-loisirs/20101117trib000573646/comment-la-gastronomie-francaise-est-entree-au-patrimoine-de-l-humanite.html>
- Deglise, F. (2006, 6 décembre). Produits du terroir : Québec a refait ses devoirs. *Le Devoir*. Récupéré de
<http://www.ledevoir.com/non-classe/97076/produits-du-terroir-quebec-a-refait-ses-devoirs>
- Deglise, F. (2007, 24 octobre). Le Québec raconté par sa poutine. *Le Devoir*. p. D4.
- Deglise, F. (2007, 3 novembre). À la recherche du plat national du Québec. *Le Devoir*. p. D4.
- Deglise, F. (2007, 16 décembre). De la bouffe qui ne fait pas grossir. *Le Devoir*. p. D4.
- Deglise, F. (2007, 15 décembre). Le noble pâté. *Le Devoir*. p. A1 et A8.
- Deglise, F. (2007, 23 décembre). La difficile ascension des terroirs : pourquoi pas des Reflets du Québec sur les tablettes? *Le Devoir*. p. G8.
- Deglise, F. (2008, 25 février). Une première au Canada : un certificat en gastronomie inspiré du Slow Food entre à l'UQAM. *Le Devoir*. p. D2.

Deglise, F. (2010, 7 août). Québec facilite l'émergence de produits du terroir. *Le Devoir*. Récupéré de <http://www.ledevoir.com/art-de-vivre/alimentation/293973/quebec-facilite-l-emergence-de-produits-du-terroir>.

Desjardins, A. (2003, 24 mai). Vive les aliments authentiques! *Le Soleil*. p. D1.

Dumas È. (2012, 22 décembre). Université de Boston : La cuisine québécoise à l'étude. *La Presse*. Gourmand p.4.

Gall, S. (2012, 19 septembre). La relève agricole, une « question de pouvoir ». *Le Soleil*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/zone/zone-agriculture/201209/17/01-4574837-la-releve-agricole-une-question-de-pouvoir.php>

Letarte, M. (2008, 12 mars). Manger santé, de plus en plus bio et végé. *Le Devoir*, p. C6.

Mollé, P. (2007, 22 décembre). Rollande Desbois : La grande dame du goût. *Le Devoir*. p. D6.

Morin, A. (2009, 16 janvier). L'industrie du fromage au lait cru en « crise d'adolescence ». *Le Soleil*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/agro-alimentaire/200901/15/01-818059-lindustrie-du-fromage-au-lait-cru-en-crise-dadolescence.php>

Ritoux, N. (2008, 1^{er} février). Apprendre à cuisiner à la télé. *La Presse*. p. 3.

Shields, A. (2008, 12 mars). Rapport Pronovost : Vers la ferme nouveau genre. *Le Devoir*. p. C3.

Thériault, N. (2007, 19 septembre). La table de chez nous. *Le Devoir*. p. D1.

Mémoires

Bis la boulange. (2005). *Mémoire présenté aux membres de la Commission sur l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation étudiant le projet de loi no 113 : loi modifiant la Loi sur les appellations réservées et termes valorisants*. Rivière-du-Loup : Marie-Anne Rainville.

Conseil des appellations réservées et termes valorisants. *La reconnaissance et la promotion des produits québécois d'identité*, Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec, Novembre 2007, p. 3. Récupéré de http://www.caaag.qc.ca/userfiles/File/Annexes-memoire/Memoire_CARTV.pdf

Fromagerie Tournevent Inc. (2005). *Mémoire présenté dans le cadre de la loi P-29, Loi modifiant la Loi sur les produits alimentaires également présenté devant la commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation dans le cadre du projet de loi no.113, Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées*. Chesterville: Gilles Lafontaine.

Garantie Bio-Écocert. (2005). *Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec*, France Gravel.

Option consommateurs. (2005). *Observations sur le projet de loi no 113, Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation de l'assemblée nationale du Québec*.

Poirier, L. (2010). *De l'histoire et de la politique agricole au Québec à l'émergence d'une agriculture soutenable*. (Mémoire de maîtrise en sciences de l'environnement). Université du Québec à Montréal.

Solidarité rurale du Québec. (2005). *Les appellations : un enjeu de développement durable pour les territoires : mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation dans le cadre des auditions publiques sur le projet de loi 113 modifiant la Loi sur les appellations réservées*. Nicolet.

Riopel, O. (2005). *Comment mange-t-on au Québec? Une étude de cas sur l'alimentation québécoise*. (Mémoire de maîtrise en sociologie). Université de Montréal.

Tables de concertation agroalimentaire du Québec. (2005). *Étude du projet de loi 113 : Loi modifiant la Loi sur les appellations réservées : position des Tables de concertation agroalimentaire du Québec : protéger les économies agroalimentaires régionales du Québec*.

Union paysanne. (2005). *Mémoire sur le projet de loi concernant les produits du terroir*. St-Hyacinthe: Maxime Laplante, Benoit Girouard.

Union des producteurs agricoles. (2005). *Projet de loi no. 113 : Les enjeux d'un développement crédible et durable des appellations réservées au Québec*. Longueuil.

Rapports

Cimon-Morin, Virginie. *Rapport d'évaluation de la mesure soutien au développement des produits du terroir*, Ministère du développement économique et régional et de la Recherche, p.3. 2004. Récupéré de

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs57611>

Commission sur l'avenir de l'agriculture et l'agroalimentaire québécois. (2007). *Innovier ou s'estomper*. mai 2007. Québec : Hervé Bernier.

Québec. Ministère du développement économique et régional et de la Recherche. (2004). *Rapport d'évaluation de la mesure soutien au développement des produits du terroir*. Cimon-Morin, V. Récupéré de

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs57611>

Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec. (2007). *La reconnaissance et la promotion des produits québécois d'identité*. Québec, Novembre 2007. p.3. Récupéré de

<http://www.caaaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Annexes-memoire/Memoire`CARTV.pdf>

Québec. Assemblée nationale. (2003). *Rapport présenté à la ministre de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation madame Françoise Gauthier*. [Document PDF]. Rapport déposé en octobre 2003. Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir. Récupéré de

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs44634>

Langlois, S. (2002). *Tendances culturelles et socio-économiques du Québec contemporain*. Université Laval. Québec.

Mascolo, S., Rouffignat, J. et Vallée, A. (1992) *Manger, fait de culture, fait de société*. Québec. Publications du Québec.

Rodier F. (2009). *La valeur de la marque Aliments du Québec*. Sherbrooke. Rapport préliminaire. Chaire Bombardier de gestion de la marque.

Solidarité rurale du Québec. (2001). *Les produits du terroir québécois : Une façon de développer le Québec rural*. Nicolet.

Revue

Aubertin, M-N. (2011). Ingrédients de base pour un patrimoine gastronomique. *Continuité*, no 130, 18-20. Tiré du site Le Bulletin des agriculteurs : www.lebulletin.com/actualites/appellations-rserves-enfin-qubec-entend-le-milieu-agroalimentaire-13387

Consulté le 21 février 2015.

Chouhze, C. et Lambert, R. (2007). L'émergence des appellations d'origine au Québec. Naissance d'une nouvelle convention de qualité. *Économie rurale*, Mai 2007, 24-39.

Côté, F-X. (2008). Psycho poutine. *Québec science*, Mars 2008, 39-43.

Coulombe, C. (2005). Entre l'art et la science: la littérature culinaire et la transformation des habitudes alimentaires au Québec. *Revue d'histoire de l'Amérique française*, 58(4), 507-533.

Desjardins, M. (2007). La petite histoire du fast-food. *Urbania*, Hiver 2007 numéro 14, 55-57.

Duchaine, E. (2008). L'avenir des appellations au Québec. *Saveurs d'ici*, 2, 8-11.

Dumas, L., Menvielle, W., Perreault, J-D. et Pettigrew, D. (2006). Terroirs, agrotourismes et marketing : le cas des fromages québécois. *TÉOROS*, Printemps 2006, Récupéré de

<http://teoros.revues.org/1317>

Lachance, N. (2008). De l'Expo 1967 à nos jours : Le mangeur québécois! *LE must alimentaire*, 3(1), 36-37.

Lachance, N. (2008). Célébrons les repas en famille! *LE must alimentaire*, 3(2), 28-30.

Lassagne, F. (2007). Et demain? Zoom sur ce qui nous attend. *Science & vie* Hors série 238, Mars 2007, 142-148.

Lavoie, J. et Tremblay, V. (2007). Du bon manger bien de chez nous. *Urbania*, Hiver 2007 numéro 14, 23-27.

Lemasson, J-P. (2006). Montréal, capitale gastronomique. *TÉOROS*, Printemps 2006, 24-31.

Lemasson, J-P. (2006). Penser le tourisme gourmand. *TÉOROS*, Printemps 2006, 3-4.

Lemasson, J-P. (2006). Qui est le touriste gourmand canadien? *TÉOROS*, Printemps 2006, 32-33.

Lemasson J-P. et Trubek A. (2010). Les Produits du terroir en Amérique du Nord; rêves ou futures réalités? *Cuizine: The Journal of Canadian Food Cultures / Cuizine : revue des cultures culinaires au Canada*. 2(2). Récupéré de <http://www.erudit.org/revue/cuizine/2010/v2/n2/044350ar.html>
Consulté le 21 février 2015.

McCulloch, S. (2012). Thought for food. *University Magazine Concordia*, Winter 2012-2013, 36(4), 24-28.

Millot, P. (2009). C'est bien meilleur ensemble. *Québec science*. Numéro spécial, été 2009, 70-72.

Millot, P. (2009). Le paradoxe québécois. *Québec science*. Numéro spécial, été 2009, 74-76.

Millot, P. (2009). Le Québec au goût du jour. De Montréal à Gaspé, la cuisine québécoise est en train de se réécrire sous nos yeux. *Québec science*. Numéro spécial, été 2009, 39.

Mollé, P. (2008). Vision 2008. Alerte : Les métiers de bouche en danger! *Flaveurs La gastronomie et l'art de vivre gourmand du Québec*. Édition annuelle, 7, 91-93.

Monnier, E. (2007). Ce que manger veut dire. Quand sapiens se met à table. *Science & vie*. Hors série 238, Mars 2007, 39-48.

Morin, S. (2012). 100 Trésors du Québec à savourer et partager! Sélection 2013. *Cultures et Terroirs*, 1, 98.

Suraniti, S. (2011). Terroir québécois 2011 : Un 'Je me souviens' en émergence. *Hôtels, restaurants & institutions : La ressource des passionnés de l'industrie*. 28 février 2011. Récupéré de <http://www.hrimag.com/Terroir-quebecois-2011>

Villedieu, Y. (2011). 35 produits pour savourer le terroir du Québec. *L'Actualité*. 9 mars 2011. Récupéré de <http://www.lactualite.com/culture/35-produits-pour-savourer-le-terroir-du-quebec>.

Sites

Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. Récupéré de <http://www.caaaq.gouv.qc.ca>

Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. Récupéré de <http://cartv.gouv.qc.ca>

Institut national de l'origine et de la qualité. Récupéré de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Projects/voyageEtude/Guide_du_demandeur_AOC-AOP.pdf

L'histoire du fromage : Les Fromages de l'Isle d'Orléans. Récupéré de <http://www.fromagesdeliledorleans.com/brin-histoire/l'histoire-du-fromage/>

Gouvernement du Québec. *Politique de souveraineté alimentaire*. Récupéré de <http://www.politiquesa.gouv.qc.ca/davantage-daliments-dici-dans-les-etablissements-publics-une-bonne-nouvelle-pour-leconomie-du-quebec/>

Québec. Assemblée nationale. (2011). *Projet de loi 82 (2011, chap.) Loi sur le patrimoine culturel*. Québec, 7. Récupéré de www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=5&file=2011C21F.PDF

Université du Québec à Montréal. Département de gestion. *Certificat en gestion des pratiques socio-culturelles de la gastronomie de l'UQAM*. Récupéré de www.etudier.uqam.ca/cours?sigle=EUT5503&tp=4035