

ÉTUDE DE FAISABILITÉ

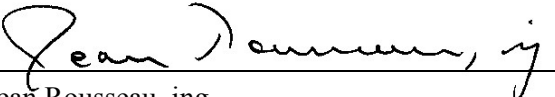
**Étude de faisabilité économique et d'opportunité
pour une nouvelle appellation réservée
pour le fromage au lait de vache canadienne**

**Rapport
Dossier BNQ 740-PE-40957**

À l'attention de :

Monsieur Mario Duchesne
Association de mise en valeur des bovins de race
canadienne dans Charlevoix
344, route 138
Saint-Hilarion (Québec) G0A 3V0

DIRECTEUR ADJOINT



Jean Rousseau, ing.
Bureau de normalisation du Québec

AGENTE DE CERTIFICATION



Andréanne Bilodeau, agr.
Bureau de normalisation du Québec

Québec, le 26 février 2010

Les personnes suivantes ont contribué à la réalisation de la présente étude :
M^{mes} Sabrina Benzid, Andréanne Bilodeau et Ginette Douville et M. Michel Bouchard.



TABLE DES MATIÈRES

	Page
1 INTRODUCTION	1
1.1 Objectifs du projet	2
1.2 Description des travaux	2
2 PRÉCISION SUR LE PROJET ET LES OBJECTIFS POURSUIVIS	3
3 ÉVALUATION DE LA CONFORMITÉ DU PROJET À LA <i>LOI SUR LES APPELLATIONS RÉSERVÉES</i> (LRQ, C. A20.02) [LE PRODUIT DOIT RÉPONDRE AUX CRITÈRES ET AUX EXIGENCES DU RÈGLEMENT]	3
4 ÉVALUATION DE LA NOTORIÉTÉ DU PRODUIT ET, S'IL Y A LIEU, DES PROBLÈMES QUANT À L'IMITATION OU À LA CONTREFAÇON	6
5 VÉRIFICATION DE L'EXISTENCE DE MARQUES DE COMMERCE OU DE NOMS D'ENTREPRISES SIMILAIRES OU QUASI SIMILAIRES À L'APPELLATION RÉSERVÉE DEMANDÉE	10
6 ÉVALUATION DES COÛTS DIRECTS ENGENDRÉS PAR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ADMINISTRATION DE L'APPELLATION RÉSERVÉE	11
7 ÉVALUATION DU POTENTIEL DE MARCHÉ ET DE REVENUS DE L'APPELLATION RÉSERVÉE	12
8 ÉVALUATION DU RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT ET DU TAUX DE RENDEMENT	14
9 IDENTIFICATION D'AUTRES OPTIONS STRATÉGIQUES (AUTRES MOYENS DE PROTECTION ET/OU DE MISE EN VALEUR DE L'IMAGE DE MARQUE)	15
9.1 Le nom de l'exploitant ou de son entreprise	15
9.2 La marque de commerce	15
9.3 La marque de certification	15
9.4 L'appellation réservée	16
10 RECOMMANDATIONS SUR L'OPTION À PRIVILÉGIER	16
10.1 Option à privilégier	16
10.2 Intérêt, capacité et sérieux du regroupement	17
11 AUTRE INFORMATION JUGÉE PERTINENTE	18
11.1 La génétique	18
11.2 Consensus sur la définition des termes	19
11.3 Groupement demandeur — Partenariat entre les différents groupes d'intérêt	19
12 CONCLUSION	20
BIBLIOGRAPHIE	21
Liste des annexes	24

1 INTRODUCTION

La vache canadienne authentique a toujours eu la réputation d'être une productrice économique d'un lait riche en composants multiples très variés et à taux élevé en matières solides, avec un ratio protéines/matières grasses très bien équilibré de 0,86 (comme mentionné par M. Rodrigue Martin, agronome au MAPAQ), pratiquement idéal pour la production fromagère. De plus, cette race, qui est la plus ancienne des races laitières d'Amérique, est issue de races françaises qui bordaient autrefois le littoral atlantique, il y a de cela quatre siècles et qui sont aujourd'hui disparues. La vache canadienne a su s'adapter aux rigueurs du climat canadien et aux conditions de nos sols carencés, acides et déficients en sélénium. Ces conditions de vie opérèrent une sélection naturelle et donnèrent cette race unique, qui bénéficie d'un héritage génétique très particulier qui caractérise bien sa chair et son lait.

Il importe de mentionner que ce lait a un parfum subtil et un goût délicat particulier. Il est rehaussé, lorsque la vache se nourrit au pâturage d'herbage et de fourrage variés, aussi fleuri que possible et surtout sans fermentation, puisque cette dernière fait disparaître ce qui caractérise l'arôme de la flore du lait. Par exemple, on fait du fromage avec du lait de vache canadienne de race pure et, le lendemain, on fait le même fromage avec du lait d'un producteur qui a des Holstein, des Jersey et quelques Ayrshire. On réalise deux bons fromages, mais, dans celui provenant du lait de vache canadienne, on retrouve un goût boisé, d'écorces de chêne ou de noyer et une pâte plus tendre que l'on n'a pas avec les autres laits.



Photo 1 : Vache de race canadienne pur sang

Source : Site de l'Association de mise en valeur des bovins de race canadienne dans Charlevoix

1.1 OBJECTIFS DU PROJET

Cette étude visait à collecter et à analyser un ensemble de données primaires et secondaires à partir desquelles la démarche en vue d'obtenir une appellation réservée pourrait ou non être recommandée. Il s'agissait donc, après s'être assuré que le projet s'inscrit dans le cadre de la *Loi sur les appellations réservées*, de proposer un diagnostic financier et commercial rapide pour évaluer le bienfondé de la démarche et pour vérifier quelles pourraient être éventuellement les autres options stratégiques possibles. Cette étude devait démontrer que le projet est techniquement réalisable. De plus, il fallait vérifier sommairement dans quelles mesures les écarts entre les investissements à priori nécessaires et les revenus potentiels attendus peuvent être comblés de manière satisfaisante.

Le présent projet s'est donc déroulé comme suit :

1. précisions sur le projet et les objectifs poursuivis;
2. évaluation de la conformité du projet à la *Loi sur les appellations réservées* (LRQ., c. A-20.02; le produit doit répondre aux critères et aux exigences du règlement);
3. évaluation de la notoriété du produit et, le cas échéant, des problèmes quant à l'imitation ou à la contrefaçon;
4. vérification de l'existence de marques de commerce ou de noms d'entreprises similaires ou quasi similaires à l'appellation réservée demandée;
5. évaluation des coûts directs engendrés par le développement et l'administration de l'appellation réservée;
6. évaluation du potentiel de marché et de revenus de l'appellation réservée;
7. évaluation du retour sur l'investissement et du taux de rendement;
8. identification d'autres options stratégiques (autres moyens de protection ou de mise en valeur de l'image de marque);
9. recommandations sur l'option à privilégier. Si l'option de développement d'une appellation réservée était retenue, évaluation de l'intérêt, de la capacité et du sérieux de l'ensemble du regroupement à maintenir l'appellation. L'étude devait alors démontrer que l'option recommandée était techniquement réalisable;
10. toute information jugée pertinente.

1.2 DESCRIPTION DES TRAVAUX

Pour atteindre les objectifs mentionnés à la section précédente, les travaux suivants ont été effectués :

- Recherche bibliographique dans le but de retracer et d'obtenir des documents d'intérêt en lien avec le sujet à l'étude; tous les documents pertinents sont cités dans la bibliographie à la fin de ce rapport;
- Identification de différents intervenants : experts au sein d'organismes en lien avec le projet tels que le MAPAQ, le CARTV, etc., éleveurs d'animaux de race canadienne, fabricants et distributeurs de fromages;
- Élaboration de questionnaires destinés aux intervenants ciblés;

- Contact de tous les intervenants ciblés préalablement;
- Analyse des questionnaires.

Dans l'annexe A, on trouve la liste des contacts effectués, alors que les questionnaires remplis par les éleveurs et les experts d'organismes sont dans l'annexe B et que ceux qui ont été remplis par les fromagers et les autres intervenants apparaissent dans l'annexe C.

2 PRÉCISION SUR LE PROJET ET LES OBJECTIFS POURSUIVIS

L'Association de mise en valeur des bovins de race canadienne dans Charlevoix (ci-après l'Association) a fait appel au Bureau de normalisation du Québec (BNQ) en vue de réaliser une étude de faisabilité économique et d'opportunité pour une nouvelle appellation réservée pour le lait de vache canadienne destiné à la fabrication de fromage. Les objectifs visés par ce projet de l'Association sont de protéger les vaches de race canadienne qui sont en voie d'extinction et de valoriser le lait de ces vaches.

L'Association, créée en 2007, est un organisme sans but lucratif. Elle a pour mission « d'établir, de gérer, de développer et de valoriser une population de bovins de race canadienne de génétique ancestrale saine, durable et permanente, dans le but de mettre en place une filière laitière spécifique au terroir de Charlevoix »¹.

La portée de l'appellation visée par l'Association porte sur le fromage au lait de vache canadienne, puisque le lait de vache canadienne est destiné principalement à la transformation fromagère. L'objectif n'est pas de mettre de l'avant une spécificité qualitative du fromage, mais bien de mettre en évidence les qualités fromagères du lait de vache canadienne, ce qui justifie d'établir des critères de sélection de la « race canadienne ». L'appellation pourra ainsi être utilisée pour plusieurs types de fromages, dans la mesure où ces derniers sont faits à partir de lait de vache canadienne.

3 ÉVALUATION DE LA CONFORMITÉ DU PROJET À LA LOI SUR LES APPELLATIONS RÉSERVÉES (LRQ, C. A20.02) [LE PRODUIT DOIT RÉPONDRE AUX CRITÈRES ET AUX EXIGENCES DU RÈGLEMENT]

Il importe de noter que la version A20.02 du règlement a été utilisée dans le cadre de la présente étude. Un projet de *Règlement sur les appellations réservées* est paru en prépublication l'automne dernier dans la *Gazette officielle du Québec*. Bien que similaires, certains critères ont été modifiés dans la version préliminaire de la version A20.03.

L'appellation réservée visée est une attestation de spécificité pour le fromage fait à partir de lait de vache canadienne. Le fromage bénéficiant de cette attestation de spécificité pourra être fait partout au Québec.

Selon le *Règlement sur les appellations réservées* (c. A-20.02, r.1), « ... dans le cas d'une appellation attribuée à un produit à titre d'attestation de sa spécificité, ce produit doit posséder un élément ou un ensemble d'éléments qui le distingue nettement d'autres produits similaires appartenant à la même

1. [<http://vachecanadienne.com/fr.aspx>]

catégorie. On entend par “appellation” : l'identification d'un produit qui, de par ses caractéristiques particulières ou son mode de production, le distingue des autres produits de même catégorie. »

L'appellation attribuée à un produit alimentaire à titre d'attestation de sa spécificité ne pourra être reconnue par le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation que si le critère qui suit est respecté :

« ce produit doit posséder un élément ou un ensemble d'éléments qui le distingue nettement d'autres produits similaires appartenant à la même catégorie. »²

Le cahier des charges d'une attestation de spécificité qui doit accompagner une demande de reconnaissance d'une appellation doit comprendre les documents et les renseignements demandés dans le *Règlement sur les appellations réservées*. Ces derniers nous permettent de valider si le critère ci-dessus pourra être respecté et serviront éventuellement à étayer les arguments favorisant la reconnaissance de l'appellation réservée. Parmi les documents et les renseignements demandés, nous retrouvons les éléments suivants (article 2 du *Règlement sur les appellations réservées*) :

- a) le nom qu'il soit spécifique en lui-même ou qu'il exprime la spécificité du produit agricole ou alimentaire;

Dans le cas du fromage au lait de vache canadienne, le nom exprime la spécificité du produit alimentaire (le fromage), puisqu'il est fait à partir de lait qui provient de vaches de race canadienne.
La typicité et l'unicité de cette race qui est en voie d'extinction constituent le point central de la démarche et expriment la spécificité du fromage.

- b) la description de la méthode de production, y compris la nature et les caractéristiques de la matière première et des ingrédients utilisés ainsi que de la méthode d'élaboration du produit agricole ou alimentaire, se référant à sa spécificité;

Les points suivants, sans toutefois s'y limiter, pourraient faire l'objet d'une description détaillée sous forme d'exigences de certification dans un cahier des charges :

caractéristiques de la race : rustique et adaptée aux conditions climatiques du Québec, moins productive en quantité de lait, génétique (fréquence de l'allèle B du gène de la kappa-caséine), autres critères d'authenticité de la race, etc.

méthode de production du lait : alimentation du troupeau (pourcentage de la ration en foin sec élevé, céréales, aliments interdits [par exemple le maïs et l'ensilage], minéraux), mode de conduite des prairies, densité d'animaux au pâturage, techniques autorisées de séchage du foin, etc.

caractéristiques du lait (matière première) : taux de gras et protéines, qualité fromagère dans la mesure où les critères de sélection de la race permettent d'augmenter la fréquence de l'allèle B du gène de la kappa-caséine, etc.

méthode de transformation du lait en fromage : entreposage du lait, pourcentage de lait de

2. Article 1 du *Règlement sur les appellations réservées* (c.A-20.02, r.1) [2009, *Gazette officielle du Québec*]

vache canadienne minimal dans les fromages portant l'appellation, durée de transformation, équipements spécifiques, additifs, formes et dimensions, etc.

méthodes d'élaboration du fromage : conditions et durée d'affinage et de maturation, profil sensoriel du produit, texture, etc.

méthode de conditionnement : emballage spécifique du produit, etc.

traçabilité du produit : description du système permettant d'assurer la traçabilité du produit aux différents stades de production-transformation-élaboration, jusqu'à la mise en marché.

- c) les éléments permettant d'évaluer le caractère traditionnel, soit qu'il soit produit à partir des matières premières traditionnelles, soit qu'il présente une composition traditionnelle ou un mode de production et de transformation qui relève du type de production et de transformation traditionnel;

L'appellation réservée devra reposer sur le caractère traditionnel de la vache de race canadienne en tant que race patrimoniale ainsi que sur les caractéristiques propres au lait de vache de race canadienne.

- d) la description des caractéristiques du produit agricole ou alimentaire par l'indication de ses principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques et organoleptiques qui se rapportent à la spécificité;

Les caractéristiques du produit agricole (lait) devront être définies, mais il est déjà possible de relever des distinctions entre la composition du lait de vache de race canadienne et celle du lait d'autres races, dont les teneurs élevées en gras, en protéines et en d'autres composants ainsi que la coloration jaune et son goût distinctif.

Les caractéristiques du produit alimentaire (fromage) devront également être définies : durée d'affinage, pourcentage d'humidité, critères organoleptiques (aspect extérieur, couleur, saveur, odeur, texture, consistance), pourcentage minimal de lait de race canadienne, utilisation de ferments, etc.

Bien que, de prime abord, l'attestation de spécificité puisse s'adresser à tous les types de fromage, la définition des caractéristiques du produit alimentaire pourrait mener à cibler certains types de fromage.

L'état du produit à la vente devra également être défini : frais, réfrigéré, pasteurisé, portionné, etc.

e) les exigences minimales et les procédures de contrôle de la spécificité.

Puisque les objectifs visés par l'Association sont de protéger les vaches de race canadienne qui sont en voie d'extinction et de valoriser le lait de ces vaches, les exigences minimales devront cibler d'abord des caractéristiques de la race canadienne ainsi que les caractéristiques du lait de vache canadienne.

Les principaux points à contrôler, les méthodes d'évaluation (documentaire, visuel, analyse, tests organoleptiques, etc.), la fréquence d'évaluation et les sanctions applicables devront également être décrits dans le cahier des charges et le plan de contrôle.

Selon les différents points décrits ci-dessus, il nous apparaît que le projet d'attestation de spécificité pour le fromage au lait de vache canadienne est en conformité avec le critère défini dans le *Règlement sur les appellations réservées* soit que « ce produit doit posséder un élément ou un ensemble d'éléments qui le distingue nettement d'autres produits similaires appartenant à la même catégorie. »³

4 ÉVALUATION DE LA NOTORIÉTÉ DU PRODUIT ET, S'IL Y A LIEU, DES PROBLÈMES QUANT À L'IMITATION OU À LA CONTREFAÇON

Les représentants de près d'une vingtaine de fromageries (points de vente au détail) du Québec ont été rejoints par téléphone ou encore visités (dans quelques cas). Un questionnaire a été utilisé lors de ces contacts et les questionnaires remplis se trouvent dans l'annexe B de ce rapport. Ces fromageries constituent un échantillon représentatif des quelque 90 fromageries qu'on trouve sur le territoire québécois. Leur choix a été fait de façon aléatoire, à partir d'une liste retrouvée sur le site des Pages jaunes [<http://www.pagesjaunes.ca> – rubrique « Fromageries »], tout en s'assurant de couvrir l'ensemble des régions.

Le tableau ci-dessous résume les réponses obtenues aux principales questions posées en rapport avec les deux fromages issus du lait de vaches canadiennes, soit le 1608 de la Laiterie Charlevoix inc. de Baie-Saint-Paul et le Pied-de-Vent de la fromagerie du même nom, aux Îles-de-la-Madeleine.

TABLEAU 1 — RÉPONSES AUX QUESTIONS POSÉES AUX FROMAGERS

Question	Point de vente des deux fromages	Connaissance du lien entre ces fromages et le lait de vaches canadiennes	Appréciation des consommateurs	Tendances des ventes
Fromagerie				
Fromagerie Atwater	Oui	Oui	Fromages très appréciés, surtout le 1608	Forte croissance des ventes
Fromagerie Hamel	Oui	Non	Les deux	Problèmes

3. Article 1 du *Règlement sur les appellations réservées* (c.A-20.02, r.1) [2009, *Gazette officielle du Québec*].

			fromages sont très appréciés	d'approvisionnement pour le 1608
Quartier Dix30	Oui	Oui	Consommateurs satisfaits	Bons vendeurs
Fromagerie Lemaire	Oui	Oui	Fromages appréciés	Ventes stables
L'artisan et son pays	Oui	Oui pour le 1608, non pour le Pied-de-Vent	Fromages appréciés	Bons vendeurs, pour les fondues, entre autres
À la vieille Fromagerie	Oui	Oui	Fromages très appréciés. Ils les aiment bien	Pied-de-Vent : stable 1608 : en croissance
Aux petits délices (Halles de Sainte-Foy)	Oui	Oui	Fromages appréciés	En croissance, surtout pour le 1608
Charcuterie et Fromagerie Trois-Continents	Oui	Non	Fromages appréciés	Constantes
Marché Public 440	Oui	Non	Fromages appréciés	En croissance, surtout pour le 1608
Culina	Oui, le 1608	Oui	Fromage apprécié	Un bon vendeur. Il occupe une place de choix dans le présentoir
Fromagerie des Gourmets	Oui, le 1608	Oui	Fromage très apprécié	En croissance
Fromagerie Bergeron	Oui, le Pied-de-Vent	Oui	Fromage apprécié	En croissance. Plait aux gens qui aiment le fromage corsé, au gout particulier
Pâtisserie à l'Européenne	Oui, le Pied-de-Vent	Non	Fromage apprécié	Bon vendeur, ventes stables
Fromagerie Gilbert	Non	Sans objet	Sans objet	Sans objet
Fromage La Bourgade	Non, la fromagerie fabrique ses propres fromages	Sans objet	Sans objet	Sans objet
Fromagerie Lehmann	Non, la fromagerie fabrique son fromage à partir de ses vaches suisses	Sans objet	Sans objet	Sans objet
Société des Fromages du Québec	Oui	Oui	Fromages appréciés	En croissance. D'autres fromageries pourraient s'y intéresser
Association des fromagers-artisans du Québec	Oui	Oui	Fromages appréciés	On pense qu'une prime pourrait être versée aux éleveurs qui fournissent le lait

Le fromage provenant du lait de vache canadienne a une forte notoriété sur le marché, car les consommateurs ont un intérêt marqué pour cette race patrimoniale, pour les produits du terroir et pour les fromages au goût corsé, particulier et typé. Un très faible pourcentage de l'échantillon sélectionné ne connaissait pas l'un ou l'autre des deux fromages (le 1608 et le Pied-de-Vent). De plus en plus, les gens aiment bien connaître l'histoire reliée aux produits de consommation qu'ils achètent et ils veulent aussi savoir ce qu'ils mangent exactement, quelles sont les matières premières utilisées, quel est le procédé de transformation, etc. Le fait que la race canadienne soit en voie d'extinction et qu'elle ait été déclarée race patrimoniale en 1999 est un élément d'intérêt pour le consommateur. Le 1608 et le Pied-de-Vent sont deux fromages reconnus et recherchés. L'exclusivité de ce type de fromages s'explique par la rareté des vaches canadiennes pur sang, ce qui se traduit par une plus grande notoriété.

La Laiterie Charlevoix inc. a pu constater aussi cet intérêt lors du lancement de son fromage le 1608, en aout 2008, lors des fêtes du 400^e anniversaire de la Nouvelle-France. Cet évènement a bénéficié d'une large couverture médiatique (articles et reportages confondus), notamment dans *Le Soleil*, *La Presse*, *Le Devoir*, *le Globe and Mail*, à l'émission la Semaine Verte, etc. (référence de ces articles en bibliographie), et ce, en dépit du peu de moyens dont la Laiterie Charlevoix inc. disposait. Les principaux points qui sont ressortis dans ces articles et reportages pour expliquer l'intérêt pour ce fromage sont les suivants :

- le lait provient d'une race en voie d'extinction, reconnue comme race patrimoniale du Québec en 1999;
- le fromage qu'on obtient à partir de ce lait est unique;
- le partenariat véritable qui existe entre le transformateur et les producteurs.



Le 1608 est fait de lait cru de pure vache canadienne. Sa pâte est cuite, pressée et affinée de 60 à 90 jours. Sa pâte jaune foncé, de texture crémeuse, est fondante dans la bouche. Il offre des arômes équilibrés de bouillon de bœuf, de navet et de pistache avec une touche acidulée en finale. Sa texture s'améliore avec l'âge et son goût se développe sans amertume.

Photo 2 : Étiquette d'emballage du fromage 1608

Source : Site Internet de la Fromagerie Atwater

Toujours selon la Laiterie Charlevoix inc., le principal facteur qui a contribué à accroître rapidement la notoriété de son produit a été le « bouche à oreilles », particulièrement au Canada anglais (Ontario, Saskatchewan et Colombie-Britannique). Cela s'expliquerait par deux facteurs principaux qui sont le goût du fromage et le fait que le fromage soit fait à partir de lait de vache canadienne. Selon certaines personnes interrogées par la Laiterie Charlevoix inc., le Canada anglais serait plus sensible à la valorisation d'une race patrimoniale et à la préservation de la biodiversité génétique que le Canada français.

Selon M. Alain Besré de la fromagerie Atwater, qui est concerné par la vente de fromage depuis 27 ans : « Le 1608 est le plus gros succès jamais rencontré. Il en achète auprès de la Laiterie Charlevoix inc. depuis un an seulement et il en a déjà vendu 10 000 kg, devenant ainsi le principal distributeur de ce fromage. C'est un succès plus important que le Riopelle ou d'autres fromages artisans connus. Le consommateur qui l'achète une première fois, revient pour en racheter. Lorsqu'on y goûte, on est conquis immédiatement. Ce fromage plait instantanément. Il sera bientôt disponible chez Loblaw et sa distribution se poursuit à l'échelle canadienne et américaine, avec les mêmes arguments ».

Toujours d'après M. Besré, le Pied-de-Vent est vendu depuis une douzaine d'années et il est maintenant bien connu sur le marché. Selon lui, le fromage est un excellent véhicule permettant d'aider à réimplanter et purifier la race de vache canadienne, avec la possibilité de plus petites fermes.



Inspiré des grandes traditions fromagères, le Pied-de-Vent est fabriqué à partir de lait issu d'un seul troupeau de vaches canadiennes. Ces vaches sont nourries de foin sec (l'ensilage étant proscrit) provenant de fourrages à l'état sauvage, non sélectionnés mettant en valeur le terroir des Îles-de-la-Madeleine. Le Pied-de-Vent est un fromage au lait cru entier, non pasteurisé, ni thermisé, dont le décaillage se fait à la main. L'affinage s'étend sur une période minimale de 60 jours et peut aller à 90 jours. Le Pied-de-Vent se déguste à 18 °C.

Photo 3 : Étiquette d'emballage du fromage Pied-de-Vent

Source : Site Internet de la Fromagerie du Pied-de-Vent

L'analyse du tableau ci-dessus, ainsi que les commentaires des fromagers et de leurs clients, nous amène à la conclusion que les deux fromages issus du lait de vaches canadiennes (le 1608 et le Pied-de-Vent) sont bien connus sur le marché et très appréciés des consommateurs qui en redemandent.

Une petite dégustation organisée rapidement pour une quinzaine d'employés du CRIQ, dans nos locaux, est venue confirmer les dires des fromagers consultés. Les deux fromages plaisent rapidement et de manière quasi unanime. Leurs goûts prononcés et différents, de même que l'histoire de la vache canadienne en voie de disparition qui donne le lait servant à les fabriquer, sont des éléments qui sont de nature à accroître la notoriété de ces deux fromages. La majorité des gens qui ont participé à la dégustation préfère le goût du 1608 à celui du Pied-de-Vent. L'apparence et la senteur assez prononcées du Pied-de-Vent ont été soulignées comme points négatifs.

Dans le cahier des charges, il faudra éviter de manquer de rigueur, ce qui pourrait conduire à des troupeaux tellement « abâtardis » par le croisement avec d'autres races de vaches que le fromage obtenu ne serait pas un vrai fromage de vache canadienne. Ces troupeaux mixtes possèdent diverses vaches qui sont croisées avec du sang de vache canadienne et avec des taureaux d'autres races; un tel produit (fromage provenant du lait de ces vaches) ne doit pas être identifié à la vache canadienne. Dans le cas où le cahier des charges manquerait de rigueur, il pourrait conduire à des cas de contrefaçon ou d'imitation. Entre autres, il faudra clairement définir ce qu'on entend par un bovin canadien de race pure. Il semble que le Pied-de-Vent soit fait à partir du lait de vaches canadiennes trop croisées pour être considérées comme des pur-sang, selon certains spécialistes de la question.

5 VÉRIFICATION DE L'EXISTENCE DE MARQUES DE COMMERCE OU DE NOMS D'ENTREPRISES SIMILAIRES OU QUASI SIMILAIRES À L'APPELLATION RÉSERVÉE DEMANDÉE

Des recherches poussées effectuées dans les bases de données sur les marques de commerce canadiennes et américaines ne nous ont pas permis de révéler l'existence de marques de commerce ou de noms d'entreprises similaires ou quasi similaires à l'appellation réservée demandée.

Les termes qui ont été utilisés pour effectuer ces recherches sont les suivants : 1608, Pied-de-Vent, vache, « Canadian Cattle », « Milk Cow » et « Cattle ». Au Canada, avec le terme « vache », il existe 25 marques de commerce, dont 11 sont déposées (enregistrées), 7 sont abandonnées et 7 qui ont été radiées. Parmi les 11 déposées (enregistrées), on note : la vache qui rit chez Dippers (et dessin), la vache qui regarde passer les trains et dessin, la petite vache, la vache qui rit, tête de vache qui rit (dessin), Pour l'amour des vaches, The laughing cow la vache qui rit et dessin, vache et dessin et vachekaval.

Les résultats de nos recherches sont inclus dans l'annexe D de ce rapport.

6 ÉVALUATION DES COÛTS DIRECTS ENGENDRÉS PAR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ADMINISTRATION DE L'APPELLATION RÉSERVÉE

Le tableau suivant représente une évaluation des coûts pour chacune des étapes menant à une appellation réservée :

TABLEAU 2 — ÉVALUATION DES COÛTS RELATIFS À UNE APPELLATION RÉSERVÉE

Étape	Évaluation du coût ANNÉE 1	Évaluation du coût ANNÉE 2
Étude de faisabilité	10 000 \$	Sans objet
Élaboration du cahier des charges incluant des visites de validation qui consistent à mettre à l'épreuve une première version du cahier des charges auprès de producteurs et de fromagers	50 000 \$*	Sans objet
Élaboration des outils de contrôle et du protocole de certification (plan de contrôle) et mise en place du programme de certification	15 000 \$	Sans objet
Coûts annuels de certification	Entre 750 \$ et 1 000 \$	Entre 750 \$ et 1 000 \$
Gestion collective de l'appellation réservée par le groupement demandeur **	50 000 \$ ** (une ressource à temps plein)	50 000 \$ ** (une ressource à temps plein)
Promotion de l'appellation réservée, conception d'un plan marketing	45 000 \$	Sans objet
Développement d'outils de communication, publicité (radio, journaux, télé, etc.), présence à des foires et des salons, tenue de kiosques, présence à des marchés agricoles, etc. **	25 000 \$ **	50 000 \$ **
Total (excluant les coûts annuels de certification)	195 000 \$	100 000 \$
* Ce montant n'inclut pas les essais éventuels (organoleptiques, génétiques, etc.) qui pourraient être requis dans le cadre de l'élaboration des exigences de certification) ** Ces chiffres sont donnés à titre indicatif seulement et devront faire l'objet d'une évaluation plus exhaustive.		

7 ÉVALUATION DU POTENTIEL DE MARCHÉ ET DE REVENUS DE L'APPELLATION RÉSERVÉE

L'Association souhaite aller vers le développement de fromages de spécialité faits à partir de lait de vache canadienne, afin de limiter l'offre et d'augmenter les revenus, et ainsi offrir un produit à valeur ajoutée aux consommateurs. Il s'agit d'un produit de niche, s'adressant aux consommateurs qui recherchent des produits distinctifs, typés et au goût corsé. C'est un marché en pleine expansion.

Le potentiel de marché est là, mais la limite vient du nombre peu élevé de producteurs et du nombre de sujets de race « pure » canadienne limité à moins de 200 actuellement (environ 800 avec les croisements). Selon l'Association, ce nombre pourrait augmenter à 1 000 dans le meilleur des scénarios. Le nombre de producteurs demeurera vraisemblablement peu élevé, mais il s'agira de le maximiser dans la mesure du possible.

Par ailleurs, selon le directeur général de la Fédération des producteurs de races patrimoniales du Québec (FPRPQ), M. André Auclair, avec les travaux en cours, dans 10 ans le cheptel pourrait atteindre 1 500 femelles authentiques de race pure. En se basant sur ces estimations, environ 95 000 kg par année de fromage certifié pourraient être produits actuellement, et d'ici 10 ans, on pourrait produire près d'un million de kilogrammes par année de fromage certifié. Il importe de souligner que, selon M. Jean Labbé de la Fromagerie Charlevoix inc., avec 1 000 litres de lait de vaches canadiennes, on peut obtenir environ 120 kg de fromage (approximativement 12 % de rendement).

Toujours selon monsieur Auclair, l'intérêt est croissant partout au Québec pour utiliser le lait de canadienne en fromagerie et en transformation. Mais ce n'est pas n'importe quoi qui peut être fait au nom de la race canadienne. Ainsi, vu le faible effectif actuel de la race pure et aux fins de l'appellation de spécificité pour un lait de vache canadienne de transformation, il faudrait exiger la certification des troupeaux avec les paramètres suivants : un troupeau doit être composé du tiers des vaches possédant quatre générations consécutives de pères purs et toutes les autres vaches en production devraient posséder trois générations consécutives de pères purs. Ceci, pour une période donnée, comme d'ici à la fin de l'année 2015, après quoi, on ne devra produire pour l'appellation que du lait de vache canadienne qui provient de vaches de quatre générations consécutives et plus, de pères purs canadiens.

En 2009, la Laiterie Charlevoix inc. a transformé 2 200 000 litres de lait, dont environ 150 000 litres de lait de vache canadienne (transformé pour faire le fromage 1608). En 2010, ce fromager prévoit transformer entre 250 000 et 300 000 litres de lait de vache canadienne. La laiterie souhaite atteindre un volume approximatif de 625 000 à 835 000 litres d'ici 5 ans (entre 75 000 kg et 100 000 kg de fromage certifié par année, en supposant un rendement approximatif de 12 %). Il importe de souligner que cette fromagerie a vendu 2 000 kg de fromage 1608 en 2008 et 18 000 kg en 2009, et elle prévoit des ventes totales oscillant entre 30 000 kg et 36 000 kg en 2010. Jusqu'à maintenant, la laiterie a été incapable de répondre à la demande. Il importe de rappeler que, avec 1 000 litres de lait, on peut produire environ 120 kg de fromage, selon M. Labbé (rendement de 12 %).

Actuellement, il y a 2 producteurs qui vendent la totalité de leur lait à la Laiterie Charlevoix inc. Afin d'atteindre les objectifs de production pour 2010, il sera essentiel pour ce fromager de s'approvisionner auprès d'un 3^e producteur. D'autres producteurs devront éventuellement s'ajouter afin de répondre au potentiel de production et à la demande de fromages. Actuellement, la Fromagerie du Pied-de-Vent (aux

Îles-de-la-Madeleine) ne fait pas partie de l'Association. Cette dernière produit 2 fromages faits à partir de lait de vache canadienne: le Pied-de-Vent et la Tomme des Demoiselles (qui n'est pas vendu à l'extérieur des Îles) et possède un troupeau d'une cinquantaine de vaches. Il serait essentiel que cette fromagerie intègre le projet de développement d'une appellation réservée. D'ailleurs, M. Jérémie Arseneau, le propriétaire de cette fromagerie et de la ferme Pointe-Basse, est vivement intéressé par ce projet d'obtention d'une appellation réservée pour les fromages issus du lait de vache canadienne.

Comme mentionné précédemment dans la section 4 (tableau 1), une analyse des résultats d'une enquête menée auprès d'une quinzaine de fromageries nous amène à la conclusion que, dans le cas du 1608, le marché est en croissance, mais l'approvisionnement semble avoir causé des problèmes au début. Pour le Pied-de-Vent, les ventes sont plutôt stables ou en légère croissance, mais il est bien établi sur le marché.

En Europe, principalement en France, il existe depuis plusieurs décennies des produits d'appellation d'origine contrôlée (AOC). Cette AOC est une dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité et les caractères sont dus, exclusivement ou essentiellement, au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et humains. Deux études distinctes ont été réalisées récemment sur les impacts économiques, sociaux et territoriaux des filières AOC. Dans l'une d'elles, on apprend que, en France, 42 fromages étaient reconnus d'AOC en 2006 (28 au lait de vache, 11 au lait de chèvre et 3 au lait de brebis). Ces fromages d'AOC représentent 17 % des fromages affinés français, soit une production d'environ 194 000 tonnes. 70 % sont au lait cru⁴. Un cahier des charges s'applique à toutes les étapes de la fabrication (éleveur, fromager et affineur).

L'impact économique observé est une progression de la production à un rythme régulier de 3 % par année depuis 10 ans. De plus, l'AOC permet de mieux maîtriser l'offre, d'améliorer la qualité et d'obtenir une meilleure couverture publicitaire. Ainsi, le prix du lait d'AOC se situait à environ 37 €/hl en 2006, par rapport à quelque 30 €/hl pour le lait standard français (un peu plus de 23 % plus élevé). Ces produits d'AOC contribuent à attirer les touristes et à développer les activités de restauration et d'hôtellerie.

Dans le cas des produits banalisés, la qualité est synonyme de sécurité sanitaire, alors que, dans le cas des produits d'AOC, la qualité est plutôt synonyme de typicité. L'AOC permet le maintien d'un tissu professionnel dense et a un impact important sur les emplois. En général, les zones d'AOC permettent de générer 63 % plus d'emplois et des investissements 2,5 fois plus importants que celles sans AOC⁵. Le dynamisme des régions de produits d'AOC limite l'exode rural avec presque deux fois moins de départs que dans les zones sans produits d'AOC. Cette appellation permet de préserver les paysages ouverts, transition entre les champs et la forêt et de maintenir une diversité floristique des prairies naturelles.

Avec le présent projet de développement d'une appellation réservée pour le fromage au lait de vache canadienne, il ne serait donc pas surprenant d'observer des impacts économiques, sociaux et territoriaux un peu similaires à ceux qui sont remarqués en France en particulier avec les AOC et en Europe en général.

Présentement, il y a sur le marché québécois certains fromages qui sont faits à partir du lait des vaches suisses brunes ou encore des Jersey, mais leur notoriété n'est certainement pas mieux établie que celle des deux fromages au lait de vaches canadiennes actuels. De plus, pour la mise en marché de ces fromages, on

4. Impact des filières fromagères d'AOC en France. CNIEL — CNAOL

5. Impacts économique, social et territorial des filières AOC Savoyardes. Les fromages des Savoie, 2008

ne peut certainement pas se servir du fait que ces races sont en voie d'extinction comme argument de vente.

Les cibles commerciales visées doivent être les boutiques et les maisons spécialisées en fromages, les distributeurs de fromages fins, les restaurants et les hôtels, ainsi que les épicerie. Toutefois, comme mentionné précédemment, compte tenu de la faible quantité de lait disponible présentement, le marché des épicerie à grandes surfaces peut être mis de côté pour l'instant.

8 ÉVALUATION DU RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT ET DU TAUX DE RENDEMENT

Tout d'abord, mentionnons que le fromage Pied-de-Vent se vend autour de 55 \$ par kilogramme sur le marché (5,49 \$ pour 100 g), alors qu'on peut se procurer le 1608 pour environ 43 \$/kg (4,29 \$ pour 100 g), soit une différence de 12 \$/kg, approximativement. Dans le cas de ce dernier, le producteur, c'est-à-dire la Laiterie Charlevoix inc., dit recevoir entre 20 \$/kg et 22 \$/kg. Étant donné qu'il faut 8,33 litres de lait pour obtenir 1 kg de fromage (rendement de 12 % et densité du lait voisine de 1 kg/l), le fromager obtient donc entre 2,40 \$ et 2,65 \$ du litre de lait. L'obtention d'une appellation réservée pour les fromages provenant du lait de vaches canadiennes aurait certainement un impact à la hausse sur les prix de vente obtenus, si on se base sur ce qui est vécu en France avec les AOC.

En posant l'hypothèse que le fabricant de fromages obtiendrait un prix un peu plus élevé pour ces produits issus du lait de vaches canadiennes, lui permettant ainsi d'accorder une prime de 0,10 \$ par litre au producteur de lait, il importe d'analyser sommairement le retour sur l'investissement et le taux de rendement pour un éleveur qui adhérerait à cette appellation réservée. Il importe de remarquer que cette somme de 0,10 \$ représente la prime actuelle qui est accordée aux deux fermes laitières de vaches canadiennes qui alimentent la Laiterie Charlevoix inc. de Baie-Saint-Paul, pour la fabrication du 1608. Soulignons que, en 2007-2008, le prix moyen annuel du lait payé aux fermes laitières du Québec a été de 69,85 \$/hl, soit environ 0,70 \$/litre, donnée mentionnée dans le « Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise 2009 », publié par le MAPAQ au mois d'aout dernier⁶.

Par exemple, un fermier qui aurait un troupeau de 25 vaches canadiennes produisant, en moyenne, 6 000 litres de lait par année, recevrait donc une prime annuelle totale d'environ 15 000 \$ (25 x 6 000 x 0,10 \$), alors que les couts de certification annuels sont évalués sommairement entre 750 \$ et 1 000 \$ (voir le tableau 2 de la section 6 ci-dessus). Donc, si on tient compte uniquement des frais reliés à la certification, le taux de rendement serait de 1 500 % et la période de retour sur l'investissement de seulement 0,8 mois ou un peu plus que 3 semaines. Dans le cas d'un fermier qui posséderait un plus gros troupeau de vaches canadiennes, le calcul serait encore plus avantageux évidemment. Toutefois, il importe de noter que ce même calcul ne tient pas compte de certaines sommes que l'éleveur pourrait investir en promotion et publicité pour faire la mise en marché de son lait auprès des fromagers ou encore pour la mise en place d'un système qualité. Il faudrait aussi tenir compte de l'ensemble des maillons de la chaîne, par exemple des frais de transport plus importants du producteur au transformateur, puis jusqu'au fromager qui fait la mise en marché du produit.

De plus, il y a des éléments, comme la redynamisation des régions qui sont difficilement quantifiables. Il convient de remarquer que les retombées dans une région donnée d'une telle démarche sont aussi sociales

6. Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise 2009 (page de titre, table des matières et pages 42 et 43), ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, aout 2009.

et territoriales. Comme mentionné précédemment, les impacts économiques, sociaux et territoriaux d'une AOC en France sont importants et considérables et on peut penser qu'on observerait essentiellement ces mêmes impacts ici au Québec pour une telle appellation réservée. Il importe de noter toutefois que les AOC en France sont très populaires, ce qui n'est pas le cas des appellations réservées au Québec qui font leur début timidement pour l'instant.

9 IDENTIFICATION D'AUTRES OPTIONS STRATÉGIQUES (AUTRES MOYENS DE PROTECTION ET/OU DE MISE EN VALEUR DE L'IMAGE DE MARQUE)

9.1 LE NOM DE L'EXPLOITANT OU DE SON ENTREPRISE

L'une des options stratégiques qui s'offre à l'Association est le nom d'entreprise pour la commercialisation du fromage au lait de vache canadienne. Il s'agit de l'option stratégique la plus simple, mais aussi la plus contraignante, puisqu'elle s'appuie sur la réputation actuelle du fabricant. Le consommateur reconnaît le fabricant en question (par exemple la Laiterie Charlevoix inc.) et réclame les produits qui proviennent de l'entreprise.

9.2 LA MARQUE DE COMMERCE

Une autre option stratégique peut se faire grâce à la *Loi sur les marques de commerce* par l'intermédiaire de l'enregistrement d'une marque de commerce auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC). La marque de commerce identifie le produit plutôt que son fabricant. La promotion du produit est axée sur la marque plutôt que sur le nom du fabricant dans la mesure où la marque bénéficie d'une bonne notoriété auprès des consommateurs. La marque de commerce sert à distinguer le produit et permet aux consommateurs de reconnaître et de repérer plus facilement le produit en question.

9.3 LA MARQUE DE CERTIFICATION

Une troisième option stratégique qui s'offre à l'Association peut se faire grâce à la Loi sur les marques de commerce par l'intermédiaire d'une **marque de certification** réservée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) et le développement d'un cahier des charges. Ce dernier spécifie les exigences que le produit doit respecter et les conditions d'utilisation de la marque. Cette option peut impliquer une démarche collective si plusieurs demandeurs se regroupent pour établir les exigences du cahier des charges. Tout comme la marque de commerce, la marque de certification n'est pas du domaine public et appartient au demandeur.

Il importe ici de souligner que cette option ne permet pas de protéger les mots « fromage au lait de vache canadienne » mais permet la protection d'un logo, d'une image, d'un dessin (couleur, lettrage) représentatifs du produit à mettre en valeur et qui appartient au demandeur. Cette option ne permettrait pas à l'Association d'atteindre son objectif de protection de la vache de race canadienne puisqu'elle ne permet pas la protection des termes « fromage au lait de vache canadienne », contrairement à l'option de l'appellation réservée. Aussi, la reconnaissance par les consommateurs d'une marque de certification demande plusieurs années et des investissements importants de la part du propriétaire de la marque pour la faire connaître auprès des consommateurs et des commerçants au moyen de campagnes promotionnelles et autres. Cette option est l'aboutissement d'une démarche individuelle ou collective, mais ne va pas

nécessairement de pair avec la vérification des exigences du cahier des charges par un organisme de certification de tierce partie comme le BNQ (certification de troisième niveau). Le regroupement peut faire le choix d'une certification de premier niveau, qui consiste en la déclaration du respect des exigences de certification par les entreprises elles-mêmes ou de deuxième niveau, qui consiste en la vérification du respect des exigences de certification par les acheteurs.

9.4 L'APPELLATION RÉSERVÉE

L'option du développement d'une appellation réservée grâce à la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* vise un produit particulier et implique une démarche collective, une structuration du milieu, plus particulièrement de la filière, et une prise en charge du projet par le milieu. Contrairement à la marque de commerce ou à la marque de certification qui sont des marques privées, tout adhérent qui se conforme au programme de certification d'une attestation de spécificité pourra bénéficier de l'utilisation de la marque réservée au programme de certification lié à l'attestation de spécificité. « Le groupement demandeur n'est pas propriétaire de la dénomination, mais uniquement utilisateur de la dénomination, qui devient du domaine public. »⁷ Tous ceux qui respectent le cahier des charges enregistré peuvent donc utiliser la dénomination y ayant trait. Les produits visés par l'appellation doivent être contrôlés par un organisme de certification et la surveillance de la marque contre les usurpations et les imitations est effectuée par l'organisme de certification, de pair avec le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV). Le contrôle par un organisme de certification de tierce partie vise à vérifier que le produit possède bien les caractéristiques établies dans le cahier des charges et à garantir la spécificité du produit au consommateur.

10 RECOMMANDATIONS SUR L'OPTION À PRIVILÉGIER

10.1 OPTION À PRIVILÉGIER

Nous estimons que l'option à privilégier, afin de protéger les vaches de race canadienne qui sont en voie d'extinction et de valoriser le lait de ces vaches, est le développement d'une appellation réservée de type « attestation de spécificité ». En effet, un fromage au lait de vache canadienne est un produit distinct et spécifique qui possède une valeur ajoutée qui peut être perçue par le consommateur.

Treize éleveurs, deux transformateurs (producteurs de fromage au lait de vaches canadiennes) et quelque six organismes ont été contactés et un questionnaire comportant 9 questions leur a été transmis⁸. De ce nombre, 11 éleveurs, les 2 transformateurs, de même que 4 organismes se sont montrés très intéressés par la démarche visant l'obtention d'une appellation réservée pour le fromage issu du lait de vache canadienne. Pour certains, le fait de reconnaître les qualités exceptionnelles du lait et du fromage fait à partir du lait de vaches canadiennes serait certainement une plus value pour leur entreprise. Pour d'autres, c'est une façon de promouvoir les grandes qualités de la race par une spécificité liée à un produit (le fromage) fait à partir de son lait. D'autres encore ont mentionné que c'était une façon de différencier leur lait de celui de l'industrie et de valoriser le travail beaucoup plus complexe de l'élevage de bovins

7. Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2008) RAR1RG3100b *Règlement sur l'examen des demandes de reconnaissance d'appellations*, Montréal, CARTV.

8. Le questionnaire est présenté dans l'annexe B.

canadiens pur sang (consanguinité, manque d'animaux pour assurer la croissance de l'entreprise, recherche constante de nouveaux taureaux, etc.). Un éleveur a souligné que l'obtention d'une telle appellation était pour lui une belle opportunité de vendre des animaux pour démarrer des troupeaux de pur-sang et ainsi assurerait la survie de la race et sa pérennité. Enfin, selon d'autres intervenants, une des meilleures façons de préserver la race est qu'elle s'oriente vers des marchés spécifiques lui permettant d'associer son nom à des marchés de créneau. Il ne fait donc aucun doute que l'intérêt des éleveurs, des transformateurs et d'autres intervenants est quasi unanime, en fonction toutefois des modes de détermination d'une vache pur sang.

Par ailleurs, il n'y a que deux éleveurs qui ont dit ne pas être intéressés par ce projet d'obtention d'une appellation réservée; le premier, parce qu'il ne voulait pas changer l'alimentation de ses vaches qui sont nourries à l'ensilage actuellement et le second, parce que tout son lait (celui des vaches canadiennes et celui des autres races) va dans le même réservoir en vrac (*bulk tank*), le tout étant mélangé.

10.2 INTÉRÊT, CAPACITÉ ET SÉRIEUX DU REGROUPEMENT

L'Association de mise en valeur des bovins de race canadienne dans Charlevoix est légalement constituée depuis 2007 comme « association personnifiée » (Personne morale [organisme] sans but lucratif) et est composée de membres qui se divisent en trois catégories : les membres permanents, au nombre de trois, qui sont des producteurs et des transformateurs et sont majoritaires au conseil d'administration (Ferme Hengil s.e.n.c. a/s M. Steve Tremblay, Ferme Lyne Breton et Laiterie Charlevoix inc.), les membres associés ou de soutien, au nombre de deux, qui ont droit de vote (Les Élevages Franc-Nord et M. Jacques Lévesque) et les membres honoraires, au nombre de deux, qui sont sans droit de vote (Mme Fabienne Thibeault et M. Laurent Avon [anciennement de l'Institut de l'élevage de France]). Bien que l'Association soit actuellement le groupe porteur du projet, le groupement demandeur de reconnaissance de l'appellation auprès du CARTV reste à définir. La gestion de cette appellation réservée ne pourra peut-être pas être faite par l'Association à moins que le mandat ne lui soit donné par la majorité des producteurs visés par cette appellation. L'un des rôles de ce groupement, et non le moindre, sera d'assurer une coordination qui permettra une concertation entre les différents groupes d'intérêt. L'établissement et le maintien de ce partenariat avec tous les groupes d'intérêt sont primordiaux pour l'avancement du projet (voir point 11.3).

Le groupement demandeur détient un rôle clé pour la réussite d'un projet d'appellation de par son rôle de rassembleur et de leader dans la démarche de développement de l'appellation et de par son rôle de défense et de gestion de l'appellation. D'où l'importance, pour le groupement demandeur, d'arriver à regrouper « l'ensemble des acteurs économiques significativement impliqués dans la production ou la transformation du produit, représentés si possible de façon équilibrée et pour assurer la non-prédominance d'intérêts dans son fonctionnement »⁹. La capacité, le sérieux et la discipline du groupement demandeur seront des facteurs clés du succès pour le maintien de l'appellation.

Parmi d'autres facteurs clés du succès de ce projet, le partenariat entre les principaux intéressés (producteurs, transformateurs) devra être réussi, des investissements permanents dans le développement de toute la filière (production et transformation du lait de vache canadienne) devront être faits, une communication permanente vers le consommateur et les commerçants afin de leur faire connaître l'appellation devra être effectuée et le cahier des charges devra s'appliquer avec rigueur et le contrôle

9. Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2008). RAR1RF3200B *Règlement d'application concernant la reconnaissance d'une appellation attribuée à un produit à titre d'attestation de sa région de production*, Montréal, CARTV.

devra se faire de manière rigoureuse et crédible, principalement en ce qui a trait à la pureté de la race et à sa définition exacte et précise.

11 AUTRE INFORMATION JUGÉE PERTINENTE

Les points suivants devront être pris en considération dans la poursuite éventuelle du projet de développement d'une appellation réservée.

11.1 LA GÉNÉTIQUE

Dans les trente dernières années, la sélection des taureaux et des vaches laitières de race canadienne a été principalement faite selon les critères de production laitière industrielle et la conformation. Afin de mettre de l'avant les caractéristiques spécifiques du lait de vache canadienne pour faire du fromage, l'un des défis consiste à améliorer la génétique de la race afin d'améliorer les qualités fromagères du lait par l'augmentation de la fréquence de l'allèle B du gène de la kappa-caséine (génotypes BB, AB ou BE) dans les troupeaux de race canadienne. En effet, les résultats d'une étude portant sur l'évaluation du potentiel fromager de la population de bovins de race canadienne de Charlevoix par l'analyse de la fréquence de l'allèle B du gène de la K-caséine « semblent démontrer que l'incidence de l'allèle B du gène de la K-caséine au sein de la population de bovins de race canadienne est très faible en comparaison avec plusieurs autres races laitières destinées à la production d'un lait fromager. Une sélection qui favorise l'allèle B du gène de la K-caséine est nécessaire pour permettre d'améliorer les aptitudes fromagères de cette population. »¹⁰ L'augmentation de la fréquence de l'allèle B nécessite cependant un travail de longue haleine qui passe par le développement de nouveaux taureaux répondant à ce critère. Des démarches sont actuellement en cours avec le Centre d'insémination artificielle du Québec (CIAQ) et le Centre de recherche en sciences animales de Deschambault (CRSAD) qui fait partie de l'Institut de recherche et de développement en agroenvironnement (IRDA). Il importe de noter que le CIAQ prépare actuellement un plan rassembleur de développement et d'avancement pour les éleveurs de bovins canadiens et une appellation réservée pour les fromages de lait provenant de la vache canadienne est tout à fait en lien avec ce plan, selon M. Mathieu Désy de cet organisme.

Il ne faut pas utiliser le nom de race canadienne comme prétexte pour vendre un fromage plus cher et qui serait fait avec n'importe quelles vaches qui a un papier d'enregistrement de la Société des éleveurs de bovins canadiens (SEBC), ce n'est pas crédible, ni digne d'une appellation, selon M. Auclair de la FPRPQ. En effet, il faut savoir que le registre actuel de la vache canadienne devra être revu de fond en comble, parce que beaucoup d'animaux « croisés » sont appelés « pur sang » sur leur enregistrement. Et c'est précisément cela qui est en train de détruire les derniers bovins canadiens véritables et d'en diminuer seulement le nombre. Il faut donc exiger de l'authenticité, sinon, l'appellation réservée pourrait devenir un instrument qui aurait comme effet d'encourager la disparition totale des derniers éléments purs de la race du patrimoine.

Si ce n'était que la kappa-caséine B qui vient déterminer la qualité fromagère du lait, un produit n'aurait pas besoin de jouir d'une appellation de spécificité, du fait que toutes les races actuelles ont déjà mis

10. Duchesne Mario, Allard Diane et Rochefort Florian, *Évaluation du potentiel fromager de la population de bovins de race canadienne de Charlevoix par l'analyse de la fréquence de l'allèle B du gène de la K-Caséine* – Rapport de projet. (25 juin 2008), Saint-Hilarion (Québec), Association de mise en valeur des bovins de race canadienne.

L'accent pour leur sélection sur ce trait d'efficacité demandé par l'industrie. Une étude comparative sur la caractérisation des races bovines du nord de l'Europe amène à penser que le phénotype des premiers éléments de la race canadienne, aujourd'hui particulièrement prononcé chez le bétail pur d'origine et aussi celui de race pure authentique, est garant de la spécificité quant à ce qui détermine les teneurs spécifiques de son lait en albumine, immunoglobuline, acides gras essentiels, lactalbumines, lactoflavines, lactoglobulines, béta et alpha kappa-caséine, acides aminés spécialement la lysine, folates et enzymes qui sont présentes dans des proportions typiques et à des intervalles de fréquences qui caractérisent bien le produit spécifique issu de la race canadienne. Ces produits se retrouvent dans tous les laits, mais une race a ses proportions propres et quelques éléments mineurs spécifiques. Il est donc déterminant de bien saisir que le manque de rigueur dans la préparation du cahier de charges concernant le bétail authentique du patrimoine favorisera sa disparition advenant la facilité d'obtenir un lait dit « de canadienne » avec des vaches croisées.

11.2 CONSENSUS SUR LA DÉFINITION DES TERMES

L'élaboration d'un cahier des charges implique l'établissement de règles de production et de transformation communes et partagées parmi les intéressés. Un autre défi sera d'arriver à un consensus parmi les intéressés au sujet de la définition de ce qu'est une « vache canadienne de race pure ». Les croisements seront-ils acceptés dans le cahier des charges? Si oui, jusqu'à quel taux? Est-ce que seul le lait provenant de sujets de « race pure » sera accepté? Cette définition des termes « vache canadienne de race pure » ne semble pas faire consensus dans le milieu. Il importe de noter que, si une définition restrictive des termes « vache canadienne de race pure » est adoptée, le volume de lait respectant cette définition pourrait être très limité, tout comme le potentiel de développement de marché.

11.3 GROUPEMENT DEMANDEUR — PARTENARIAT ENTRE LES DIFFÉRENTS GROUPES D'INTÉRÊT

La présente étude a été commandée par l'Association. Le processus d'obtention d'une appellation réservée inclut une étape appelée « consultation publique ». Cette étape donnera le droit à l'ensemble des personnes concernées par l'appellation de se prononcer sur les éléments du dossier du groupement demandeur qui comprendront, entre autres, les éléments principaux du cahier des charges. Ainsi, l'établissement d'un groupement demandeur représentant les différents groupes d'intérêt est un gage de succès dans le projet de développement et d'obtention d'une appellation réservée. La faisabilité du projet pourrait être remise en cause à défaut d'établir ce partenariat parmi les intéressés. Il serait donc opportun de définir le groupement demandeur dans les premières étapes du projet. Ce groupement demandeur pourrait être constitué, par exemple, de l'Association, de la Fédération des producteurs de races patrimoniales du Québec, de la Société des éleveurs de bovins canadiens (SEBC), de producteurs avec quotas de lait qui possèdent des vaches canadiennes (pure race, croisées) mais dont le lait de vache canadienne n'est pas valorisé comme tel à l'heure actuelle, de producteurs qui n'ont pas de quotas en majorité, mais qui possèdent quelques sujets considérés « pure race », de fromageries qui utilisent du lait de vache canadienne, etc.

12 CONCLUSION

La meilleure option à privilégier pour protéger les vaches de race canadienne qui sont en voie de disparition est sans contredit l'obtention d'une appellation réservée, de type « attestation de spécificité », pour le fromage fait à partir de son lait qui possède d'excellentes qualités fromagères selon les spécialistes de la question. En effet, ce type de fromage est un produit distinct, typé et spécifique qui possède une valeur ajoutée perçue par le consommateur.

D'après l'analyse des informations qui a été effectuée dans le cadre de ce mandat, il nous apparaît que le projet d'attestation de spécificité pour le fromage au lait de vache canadienne est en conformité avec le critère défini dans le *Règlement sur les appellations réservées*, soit que « ce produit doit posséder un élément ou un ensemble d'éléments qui le distingue nettement d'autres produits similaires appartenant à la même catégorie ».

Les résultats de cette étude ont démontré également que les deux fromages faits actuellement à partir du lait de vache canadienne (le 1608 et le Pied-de-Vent) ont une grande notoriété. De plus, le marché pour ces fromages est en croissance. En fait, ce qui le limite présentement, c'est essentiellement le nombre restreint de vaches canadiennes pure race qui sont en mesure de produire le lait tant recherché.

Par ailleurs, nos recherches dans les bases de données sur les marques de commerce ne nous ont pas permis de révéler l'existence de marques de commerce ou de noms d'entreprises similaires ou quasi similaires à l'appellation réservée demandée.

Pour ce qui est de l'évaluation du retour sur l'investissement, il importe de mentionner simplement qu'un éleveur ayant un troupeau de 25 vaches pourra rentabiliser son investissement correspondant aux coûts annuels de certification, qu'on estime entre 750 \$ et 1 000 \$, en moins d'un mois. Toutefois, il convient de noter que ce même calcul ne tient pas compte de certaines sommes que l'éleveur pourrait investir en promotion et publicité pour faire la mise en marché de son lait auprès des fromagers ou encore pour la mise en place d'un système qualité.

En terminant, compte tenu de tout ce qui précède, on ne peut que conclure en la faisabilité économique et à l'opportunité de l'obtention d'une nouvelle appellation réservée pour le fromage au lait de vache canadienne.

BIBLIOGRAPHIE

1. Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2008). RAR1RF3200B *Règlement d'application concernant la reconnaissance d'une appellation attribuée à un produit à titre d'attestation de sa région de production*, Montréal, CARTV.
2. Conseil des appellations réservées et des termes valorisants. (2008) RAR1RG3100b *Règlement sur l'examen des demandes de reconnaissance d'appellations*, Montréal, CARTV.
3. *Lois sur les appellations réservées et les termes valorisants* LRQ (c.A-20.03, a.57) [2009]. *Gazette officielle du Québec*.
4. *Loi sur la généalogie des animaux* [1985, ch. 8 (4^e suppl.)], ministère de la Justice – Canada.
5. *Règlement sur les appellations réservées* (c.A-20.02, r.1.) [2009, *Gazette officielle du Québec*].
6. <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Transformation/>.
7. <http://vachecanadienne.com/fr.aspx>.
8. Duchesne Mario, Allard Diane et Rochefort Florian, *Évaluation du potentiel fromager de la population de bovins de race canadienne de Charlevoix par l'analyse de la fréquence de l'allèle B du gène de la K-caséine* – Rapport de projet. (25 juin 2008), Saint-Hilarion (Québec), Association de mise en valeur des bovins de race canadienne.
9. Laiterie Charlevoix – Le 1608 [<http://www.fromagescharlevoix.com>].
10. La fromagerie Atwater – Blog du *Boutique, Fromage de la semaine* : le 1608. [<http://www.fromagerieatwater.ca/BlogFromagerie/>].
11. Le terroir assure la pérennité de la race bovine canadienne – Association de mise en valeur des bovins de race canadienne dans Charlevoix [<http://vache-canadienne.blogspot.com/>].
12. La laiterie Charlevoix lance « Le 1608 » [<http://www.fromagescharlevoix.com>].
13. La vraie nature du fromage uniquement fait de lait entier. Fromagerie du Pied-De-Vent [http://www.fromageduquebec.qc.ca/fr/fromagerie.php?fromagerie=pied_de_vent].
14. Fromage des Îles. La Semaine Verte.
15. Gastronote : Le 1608, un fromage unique? Samedi 16 mai 2009. [<http://gastronote.blogspot.com/2009/05/le-1608-un-fromage-unique.html>].
16. Vive la Canadienne, *L'hebdo Charlevoisien*, samedi le 9 février 2008.

17. Histoire de la vache canadienne. La Semaine Verte.
[<http://www1.radio-Canada.ca/actualite/semaineverte/colorsection/agriculture/030302/vache.shtml>].
18. La vache Canadienne par Fabienne Thibeault.
[http://www.fabiennethibeault.com/defensedesterroirs/la_Canadienne.html].
19. More Canadian than maple syrup. The *Globe and Mail*, April 22, 2009.
[<http://theglobeandmail.com/life/article1138156.ece>].
20. Péril à la ferme. CyberSciences, Magazine - Reportages – juillet-aout 2007.
21. L'esprit coopératif règne chez les producteurs des Îles-de-la-Madeleine. The Atlantic Cooperator, septembre-octobre 2009.
22. Recherchées : vaches canadiennes pour fromage unique. Cyberpresse.ca – Publié le 13 mai 2009.
23. Sauver des vaches en mangeant du fromage. Altermedia. Info, 7 décembre 2008.
24. Sortir les bêtes de la torpeur. *Le Devoir.com*, vendredi 12 février 2010.
25. Vache canadienne. Exploitation des ressources du territoire. 2002-2003.
26. Vache Canadienne, [http://www.cfagr.com/canadienne_cow_french.htm].
27. La race bovine Canadienne. Institut de l'élevage, Laurent Avon, 3 décembre 2007.
28. Race bovine canadienne – Wikipédia.
[http://fr.wikipedia.org/wiki/race_bovine_canadienne].
29. Comment faire, en pratique? Complicé, le Slow Food? Passeportsanté.net
30. Conférence de presse de M^{me} Solange Charest, députée de Rimouski. Adoption du projet de loi n° 199, Lois sur les races animales du patrimoine agricole du Québec, le mercredi 15 décembre 1999.
31. Contenu du site de l'Association de mise en valeur des bovins de race canadienne dans Charlevoix [<http://vachecanadienne.com/partenaires.aspx>].
32. Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise 2009 (page de titre, table des matières et pages 42 et 43), ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, aout 2009.
33. Impact des filières fromagères d'AOC en France. CNIEL – CNAOL, Solidarité rurale du Québec, 9 mars 2006.
34. Impacts économique, social et territorial des filières AOC savoyardes. Les fromages des Savoie. 2008.

35. Volume des principaux produits laitiers transformés au Québec, janvier 2007 et 2008. Institut de la statistique du Québec.
36. Ferme Jean-Noël Groleau inc. Beurrerie du patrimoine, Cuisine du Québec.com.
37. Les États-Unis pour la Fromagerie Jonathan. Agribionet.
38. Société des éleveurs de bovins canadiens. *Règlements d'éligibilité*.
39. Constitution, Société des éleveurs de bovins canadiens. 27 octobre 2004.
40. Catégorie : Fromage AOC. Wikipédia.
41. Le mangeur, la montagne - AOC/AOP fromagères de longue date : des emplois directs et indirects.

LISTE DES ANNEXES

- Annexe A : Liste des contacts effectués
- Annexe B : Copies des questionnaires remplis par les éleveurs et les experts d'organismes
- Annexe C : Copies des questionnaires remplis par les fromagers et les autres intervenants
- Annexe D : Résultats des recherches dans les bases de données de marques de commerce