



La pomme réinventée

Après le jus, le cidre, la compote et les tartes, voici la pomme transformée en objet de promotion.



En utilisant la technologie au laser, il est possible de transformer des pommes en objets promotionnels.

L'art du marquage des pommes, une tradition qui remonte à la cour des rois de France, était jadis réservé aux fruits consommés par la noblesse. L'opération consistait à grimper dans un pommier pour apposer un pochoir sur les pommes qui avaient atteint la grosseur désirée et d'attendre qu'elles aient rougi pour les retirer. Le procédé n'était guère rapide, mais le résultat était impressionnant. Aujourd'hui, le même résultat peut être obtenu en quelques secondes grâce à la technologie du laser. Alain Parent, un producteur de pommes de Saint-Joseph-du-Lac, a décidé d'utiliser la technique pour transformer ses délicieuses pommes en objets promotionnels.

Cette technologie d'Autriche reproduit des dessins de tous genres, logos ou inscriptions à l'aide du logiciel de dessin Corel Draw sur 40 à 45 pommes à la fois. Une fois ainsi transformées, ces pommes remplacent les stylos ou blocs-notes remis lors d'événements corporatifs. Synonyme de santé, elles sont populaires auprès de nombreux centres de conditionnement physique et d'associations médicales qui désirent remettre à leurs membres ou clients un cadeau original. Symbole d'amour, elles sont →



La production de l'ancien verger des Grands Parents était de 6350 minots. Celle du nouveau verger une fois à maturité devrait atteindre de 21000 à 27000 minots par année.

offertes comme souvenir lors d'un mariage en y inscrivant les noms des mariés. Plus récemment, elles ont gagné leur place en milieu scolaire; la vente de dessins d'enfants reproduits sur des pommes a servi à des levées de fonds en remplacement des barres de chocolat.

Du rêve à la réalité

Derrière l'entreprise ainsi que le verger, on apprend que le maître d'œuvre est un conseiller en placement. Comment s'est-il retrouvé en pomiculture? La réponse est: totalement par hasard! Alain Parent recherchait un petit coin de campagne à proximité de Montréal. Il a craqué pour le paysage bucolique du petit domaine de Saint-Joseph-du-Lac visité à l'automne 2003. «Ç'a été un coup de foudre, dit-il. On a visité le verger le matin et l'après-midi on a conclu l'offre d'achat.»

Fervent de la traditionnelle balade au verger l'automne pour y cueillir des pommes, il voyait l'achat d'un verger comme un projet rassembleur qui permettrait de passer

L'achat du verger n'était pas planifié, mais toutes les étapes de production et de valorisation ont été faites de façon stratégique.

de beaux moments en famille, avec ses enfants et petits-enfants.

La réalité s'est avérée moins romantique. Le verger «ne poussait pas tout seul», à sa grande surprise. Le terme «clés en main» stipulé dans l'acte de vente était loin de l'être; l'arroseuse et le vieux tracteur inclus dans l'achat fonctionnaient avec des prières et ont dû vite être remplacés. Il fallait procéder à des arrosages, obtenir des permis et des certifications pour se conformer aux normes environnementales, puis commercialiser la production.

Le comptable en lui était déçu. Après avoir épluché les livres, il s'est aperçu que l'entreprise achetée était non efficace et non rentable. Plus de 80% des arbres produisaient de la McIntosh. «De 2004 à 2006, les acheteurs nous offraient à peine 100\$ la benne (18 minots) pour nos pommes, dit Alain Parent. Je me suis beaucoup posé la question si on devait continuer pendant ces deux premières années.»

La décision a été de repartir à zéro. L'ancien verger a été abattu et 5 ha ont été replantés en haute densité principalement avec les cultivars Honey Crisp et Royal Court. ➔

Des prix exceptionnels en 2012

Les producteurs de pommes du Québec ont dégagé un profit plus élevé qu'à l'habitude l'an dernier, car l'Ontario n'a obtenu qu'environ 15% de sa récolte normale. De plus, l'État de Washington, devant une demande exceptionnelle des États du Michigan et New York, n'a pas noyé le marché québécois, explique Daniel Ruel, agronome à la Fédération des producteurs de pommes du Québec.

Alain Parent et son
petit-fils Zachary
adorent travailler
ensemble.



Jusqu'à 50% des pommes produites au Québec ne rencontrent pas les standards de qualité qu'exigent les clients.

grâce au programme de modernisation des vergers du MAPAQ (voir encadré ci-dessous).

«Au lieu d'avoir de 40% à 60% de bonnes pommes, on a maintenant de 80% à 90% de pommes de qualité, dit Alain Parent. Le tonnage à l'hectare est quatre fois plus élevé avec la haute densité et les variétés sont plus payantes.»

Valeur ajoutée: un incontournable

Jusqu'à 50% des pommes produites au Québec ne rencontrent pas les standards de qualité qu'exigent les clients. «Les gens veulent des pommes exemptes de défauts, entièrement rouges et rondes, ce qui fait que le taux de rejets augmente d'année en année et affecte la rentabilité des entreprises», explique Marc Vincent, président fondateur de la Coopérative pomicole du Lac des Deux Montagnes et producteur de pommes.

Pour dégager un profit, les producteurs doivent produire d'énormes volumes (le modèle ASRA est rendu à 29 000 minots) ou se regrouper. C'est ce qu'ont fait 18 producteurs de la région de Deux-Montagnes, de la Montérégie et un producteur de la région de Québec, en faisant l'acquisition de Naturpac, le plus gros emballer de pommes au Québec. D'autres optent pour la transformation de produits – le jus et le cidre de glace (qui vient d'obtenir son appellation réservée) demeurent en tête de liste, mais représentent toujours moins de 10% des recettes obtenues par la vente des pommes fraîches.

Ces options ne cadraient toutefois pas avec les objectifs d'Alain Parent. Travaillant depuis de longues années dans un milieu constamment à la recherche de façons de se démarquer auprès de sa clientèle, il a opté pour une technologie lui permettant de se lancer dans la publicité par l'objet.

En terme d'investissement, le coût du laser équivaut au prix d'une voiture luxueuse. Son fonctionnement est loin d'être intuitif, il a fallu plus de six mois à l'entreprise pour le maîtriser.

La production actuelle est d'environ 1000 pommes par jour. Chaque pomme est ensuite enduite de jus de citron pour éviter qu'elle n'oxyde. Elles sont ensuite recouvertes d'une pellicule alimentaire, puis emballées dans une boîte cadeau. Leur prix? Environ 5 \$ l'unité.

En bon planificateur financier qu'il est, Alain Parent souligne qu'un projet de retraite n'a pas besoin d'être un voyage en Europe ou un condo en Floride. Le sien en est un qui génère des revenus et le gardera en forme pour de nombreuses années. 🍏



Le verger permet aux trois générations de travailler ensemble. Alain Parent dirige l'entreprise Pommes Marquées ainsi que le verger des Grands Parents, son fils Mike est directeur de la production. On voit également son petit-fils Zachary.

Programme de modernisation des vergers

Débuté en 2006, le programme devait servir de pierre de lance au plan stratégique 2010-2015 visant à améliorer l'efficacité, la rentabilité et la compétitivité des vergers du Québec. L'accent a été mis sur les nouvelles variétés à valeur ajoutée comme la Honey Crisp et la Gala. «Au 1^{er} avril 2011, on avait déboursé à peine 120 000 \$ du 12 M \$», dit Daniel Ruel, agronome à la Fédération des producteurs de pommes du Québec. À ce jour, 332 des 588* entreprises agricoles ont bénéficié de ce programme qui se termine cette année. De ce nombre, 254 se sont prévaluées du programme d'arrachage, 77 pour l'arrachage et le replantage et une seule entreprise était inscrite uniquement pour le replantage. D'après Daniel Ruel, la faible popularité du programme de replantage serait liée à la lourdeur administrative de ce dernier. *(2010)