



Québec propose du cidre à la grande fête du vin de Bordeaux

(Québec) La Ville de Québec sera la vedette de la grande fête du vin à Bordeaux, en France, la semaine prochaine. Pour l'occasion, elle tiendra un kiosque mettant en évidence un producteur de... cidre de glace de la Montérégie!

Québec aura son propre pavillon sur les quais de sa ville jumelle du 24 au 27 juin, un privilège accordé à l'invitée d'honneur de l'événement Bordeaux fête le vin. Organisé tous les deux ans, en alternance avec le salon international Vinexpo, celui-ci fait la promotion des vins et des vignobles de cette grande région viticole française.

Pour représenter le Québec gourmand, la délégation compte sur François Blais, chef cuisinier du Panache de l'Auberge Saint-Antoine, dont la tâche est de faire découvrir la haute gastronomie québécoise. Pour offrir à boire aux visiteurs du kiosque de la Ville de Québec, c'est cependant le producteur de cidre de glace La face cachée de la pomme de Hemmingford, en Montérégie, qui a été choisi.

L'organisme de développement économique Pôle Québec Chaudière-Appalaches a présidé à ce choix. François Paquet, porte-parole de l'organisme, explique que 25 entreprises des régions de Québec et de la Chaudière-Appalaches ont été approchées par courriel, en mars, afin de faire partie de la délégation. C'est le Groupe Export qui a fourni une liste d'intéressés potentiels en fonction du principal critère établi par Pôle : avoir un réseau de distribution en France ou en Europe. L'offre est demeurée sans réponse et les démarches auprès des entreprises locales se sont arrêtées là.

«C'est après que la Ville et nous, on s'est tourné de bord pour avoir quand même quelque chose et qu'on a dû sortir de la région de Québec», continue M. Paquet. Un nouvel appel de produits a permis d'identifier deux entreprises intéressées par le voyage et prêtes à en assumer tous les frais. Il s'agit des deux plus gros producteurs de cidre de glace de la province, La face cachée de la pomme et le Domaine Pinnacle, situé en Estrie celui-là. C'est finalement le premier qui animera le kiosque du matin au soir tous les jours de la fête du vin de Bordeaux.

Mission commerciale

M. Paquet rappelle que l'événement est considéré comme «un salon comme un autre», une mission commerciale dont l'objectif est de «favoriser la pénétration de ce marché par les entreprises de la région ou dans ce cas-ci plus de l'accroître». En plus du pavillon de la Ville de Québec, des visites d'entreprises et des missions de recrutement seront menées en parallèle. Côté culturel, un grand spectacle de la Saint-Jean est organisé le 24 juin. Les artistes de la relève à l'affiche proviennent majoritairement de la région de Québec.

Charles-Henri de Coussergues, président de l'Association des vignerons du Québec (AVQ), n'a pas même entendu parler de la présence de Québec à Bordeaux, pas plus que la demi-douzaine de propriétaires de vignobles de la grande région de Québec contactés par *Le Soleil*.

«En 2010, il y a encore trop d'événements qui se passent au Québec où on sert des vins étrangers, des alcools étrangers. [...] C'est vrai qu'on a une amertume par rapport à ça. L'administration [publique] n'a pas le réflexe des achats locaux», déplore M. de Coussergues. Celui-ci donne pour preuve les fêtes du 400e anniversaire de Québec, où seuls des vins français ont été servis aux grands invités.

Cela dit, le vigneron admet qu'aucun de ses membres n'a la capacité d'exporter en France aujourd'hui. «Si le but est strictement commercial, je dois être honnête, il n'y a aucun vigneron qui serait allé. Mais si c'est pour faire du bruit, se faire connaître au niveau agrotourisme, alors là oui, peut-être», dit-il. Cela s'est d'ailleurs déjà fait «avec succès» lors d'un événement conjoint avec des producteurs de vins de Graves.

Louis Denault, du vignoble Sainte-Pétronille, confirme que les petites entreprises agroalimentaires limitent leurs sorties aux rendez-vous qui auront des retombées réelles, surtout pendant la belle saison, Mais dans ce cas-ci, il n'a même pas eu l'occasion de réfléchir puisqu'il n'était pas au courant de la mission. «C'est une belle vitrine pour Québec, pour allumer nos cousins français et leur montrer qu'il se passe des belles choses ici au Québec», croit-il néanmoins.

Annie MORIN