

NOUVELLES

La voix de l'industrie alimentaire du Canada

L'industrie québécoise de l'alcool incitée à adopter le code d'éthique

L'industrie québécoise des boissons alcooliques ainsi que ses pratiques de commercialisation ont été récemment examinées de près par l'organisme montréalais Educ'alcool.

L'organisme indépendant et sans but lucratif qui regroupe des personnes des associations de l'industrie des boissons alcooliques et des régulateurs des différents secteurs de l'alcool de la province, se concentre sur le message de modération, de responsabilité sociale, et de prévention de consommation abusive d'alcool par le biais de l'éducation. C'est la raison pour laquelle, cet automne, le groupe a commencé à inciter les fabricants d'alcool, les détaillants et les distributeurs à examiner de plus près le message véhiculé par l'industrie des boissons alcooliques.

“Nous avons vécu deux années de débats sérieux et approfondis, et maintenant le code d'éthique a été adopté,” précise Hubert Sacy, directeur général d'Éduc'alcool. Le code d'éthique pour l'industrie des boissons alcooliques au Québec, qui couvre l'emballage des produits, la communication commerciale, les cibles de marketing et les pratiques commerciales et promotionnelles, interdit “l'utilisation de l'alcool comme argument de vente; l'association de l'alcool avec un comportement violent ou asocial, ou avec les drogues illicites; le sexisme ou l'association du produit avec la performance sexuelle, l'attirance sexuelle ou la popularité;

et les implications que le produit améliore les capacités physiques ou intellectuelles ou encore qu'il offre des bénéfices pour la santé.”

De plus, le code prohibe l'utilisation d'acteurs qui ont l'air d'être âgés de moins de 25 ans, ainsi que l'incitation au calage et à la recherche de l'ivresse. Les rabais excessifs et autres offres promotionnelles qui incitent à la consommation excessive sont également prohibés. Selon le point de presse émis par Educ'alcool, le groupe reconnaît “qu'entre le plaisir lié à une consommation d'alcool modérée et les problèmes surconsommation, la marge est sans doute mince. C'est pour cela qu'Éduc'alcool privilégie le développement de la culture de la dégustation - par opposition à celle de l'ivresse - l'éducation et la responsabilisation des consommateurs, mais aussi la responsabilité de l'industrie.” Monsieur Sacy explique: “Tout repose sur l'idée que simplement obéir à la loi est la moindre des choses qu'un individu puisse faire. C'est un signe de responsabilité sociale et d'implication, et le code s'étend au-delà de la responsabilité légale.”

Biscuits Leclerc inaugure une usine sans arachide

Lorsque les enfants de Jacques Leclerc étaient plus jeunes, ils ne pouvaient rapporter aucun des produits fabriqués par l'entreprise de leur père à l'école au cas où un compagnon de classe soit allergique aux noix. Ce ne serait plus un problème aujourd'hui, car l'entreprise familiale de 100 ans exploite maintenant sa propre usine de transformation sans arachide.

Située dans la banlieue de St-Augustin-de-Desmaures près de la ville de Québec, Biscuits Leclerc fabrique une gamme de produits, comprenant des biscuits, des barres collation, des barres muffin, des barres de céréales, des galettes, des gaufrettes, des céréales, des craquelins et des mélanges de grignotines, de marque Célébration, Distinction, Choco, Quattro, Tendres, Vital, Les p'tits bonjours et Chocomax. L'entreprise compte à présent cinq usines de transformation, dont trois dans la région de Québec, une en Ontario et une autre aux États-Unis. Le 12 juin dernier, ils ont officiellement inauguré l'usine de chocolat sans arachide la plus moderne en Amérique du Nord située dans le parc industriel Cardinal à Québec.

Le chocolat est une matière première incontournable pour plusieurs produits de l'entreprise. L'investissement avoisinant les 40 millions de dollars leur permettra de fabriquer le chocolat pour leur propres produits au lieu de



Michel Després, ministre des transport, Jean-Robert Leclerc, président du CA- Biscuits Leclerc Ltée., et Andrée Boucher, mairesse de la Ville de Québec, ont célébré l'inauguration officielle de la nouvelle usine

dépendre d'un fournisseur externe. Ceci donnera plus de contrôle à l'entreprise sur la qualité des ingrédients qu'elle utilise dans ses produits selon monsieur Leclerc, vice-président de la nouvelle usine. “Puisque j'achète les fèves, cela changera le goût [de nos produits] car nous pourrions faire nos propres mélanges,” mentionne-t-il. “Nous pouvons contrôler le goût à partir de la fève que nous choisissons.” L'entreprise fabrique déjà ses propres garnitures aux fruits, achetant les fruits et les transformant en purées et en confitures avant de les incorporer dans un de leurs produits. Ils s'attendent à ajouter une autre dizaine de produits grâce à leur nouvelle usine de 200 000 pieds carrés.

La fabrication de son propre chocolat dans une usine sans arachide donne également à Biscuits Leclerc un plus grand contrôle dans le contexte épineux des allergies alimentaires en évitant la contamination croisée avec les noix et les arachides. L'entreprise prévoit faire la demande de certification du contrôle des allergènes, ce qui rendra ses produits accessibles pour un plus grand nombre de consommateurs, incluant des milliers d'enfants. — Héléna Katz

NOUVELLES

Il y aura également un Conseil d'éthique constitué de cinq membres responsable de réviser les plaintes des consommateurs. Si les entreprises ne se conforment pas à la décision du conseil, leurs actions répréhensibles seraient rendues publiques.

Jusqu'à date, mentionne monsieur Sacy, la réaction au Code a été "absolument ce à quoi nous nous attendions. Tout se déroule comme prévu." À ce jour, trois organismes ont volontairement adopté le code: la Corporation des propriétaires de bars, brasseries et tavernes du Québec, le Conseil des chaînes de restaurants du Québec, et l'Association des restaurateurs du

Québec. "Nous n'avons encore aucune implication des brasseurs ni des détaillants en alimentation, mais ils n'ont pas encore dit non," souligne monsieur Sacy, indiquant que ces groupes ont encore besoin de temps pour consulter leurs membres.

L'expo de l'industrie alimentaire prend de l'expansion

Les transformateurs alimentaires peuvent maintenant puiser de l'information d'un autre bassin quand il s'agit de rechercher des fournisseurs de nouvel équipement, de services, d'ingrédients et de solutions d'emballage. Pour la deuxième fois, l'exposition de l'industrie alimentaire sera ouverte à toute l'industrie de transformation alimentaire, cette fois avec une exposition plus grande et plus accessible.

Établie au départ par l'OIMP (les transformateurs de viande indépendants de l'Ontario) et restreinte aux transformateurs de viande et autres intervenants de l'industrie de la viande, l'exposition bisannuelle s'est retrouvée, en 2005, avec un co-organisateur, l'alliance des transformateurs alimentaires de l'Ontario (AOF), qui elle, a ouvert l'exposition à la totalité de l'industrie alimentaire. Reflétant les changements au sein des membres de l'OIMP et de l'AOF, l'exposition se tiendra à Mississauga, Ont. l'an prochain.

Selon l'OIMP, environ 100 espaces d'exposant ont déjà été alloués (quoique ce nombre pourrait très bien augmenter lorsqu'on se rapprochera de la date de l'expo) pour participer à l'événement de deux jours, ou l'on attend approximativement 600 participants, le double du nombre de visiteurs de l'expo à London, Ont. en 2005.

La prochaine exposition de l'industrie alimentaire se tiendra à l'International Centre à Mississauga, Ont., les 23 et 24 février 2007. Pour de plus amples informations, consultez le www.foodindustryexpo.ca.

Un nouveau transformateur de veau leader dans le marché

Cet automne, deux des joueurs les plus importants au pays dans l'abattage, la transformation et la distribution du veau s'unissent afin

Une équipe de Butter Buds découvre le secret de l'excellent goût des biscuits.

Après des années d'explorations menées par des équipes de R&D du monde entier, le secret des biscuits au goût si riche et si savoureux - bien qu'abordable - a été découvert par une équipe des ingrédients alimentaires de Butter Buds. Cette recherche, qui a conduit l'équipe aux endroits les plus éloignés du globe, a finalement abouti dans leur propre laboratoire d'application.

Le chef de l'équipe, Bill Buhler, a affirmé : « Je me rappelle que ma grand-mère disait que c'est la très grande quantité de beurre qu'on met dans les biscuits qui leur donne un goût aussi riche. À en juger par les biscuits achetés au magasin aujourd'hui, j'ai l'impression que le beurre a été oublié, ou c'est peut-être parce qu'il coûte trop cher. Et si ce n'était pas le beurre qui donne à ces biscuits ce goût si riche, mais la faveur du beurre? »

« Ce fut la réussite lorsque notre équipe d'application se mit à préparer les biscuits en se servant de Butter Buds MD, un cascadeur de beurre naturel propriétaire. Ces biscuits étaient délicieux! »

L'ajout de Butter Buds MD aux biscuits préparés avec un corps gras végétal leur donnait le même goût que s'ils avaient été faits avec du beurre, mais à une fraction du coût. Même les biscuits à faible teneur en gras avaient une saveur riche et une meilleure sensation en bouche.

Lorsqu'on demanda à M. Buhler comment, selon lui, devaient se sentir les équipes rivales sous le coup de la réalisation de son équipe, il a répondu d'un ton très sérieux : « La vie ce n'est pas toujours du gâteau. »

Distribution exclusive au Canada par
DI DEALERS INGREDIENTS INC.
www.dealersingredients.com
TEL (905) 673-7774 • Télécop. (905) 673-7779

Butter Buds™. Faites-en vous-même la découverte.
2330 Chocery Road | Racine, WI 53403 | Tél: 262.598.9900 | Télécop: 262.598.9999
800.426.1119 | courriel: bbf@butterbuds.com | www.butterbuds.com
Butter Buds™ est une marque déposée de Continental Packing Corp.

ButterBuds
FOOD INGREDIENTS
Une division de Continental Packing Corp.

NOUVELLES

“d’innover et de moderniser la distribution et la mise en marché des produits de veau pour le Canada et les États-Unis,” selon le point de presse de l’entreprise.

Cette nouvelle entreprise, Montpak International, située à Montréal, naît

de la fusion à parts égales entre Montpak de Québec et la division Bellivo de Delimax. Dans les prochains mois, les deux entreprises intégreront graduellement leurs équipes de direction, d’activités commerciales, d’achat de bétail de même que des systèmes comptables et de logistique. L’entreprise conservera ses deux sites d’opération à Ste-Angèle-de-Prémont et à Montréal.

Notre machinerie assure la qualité et la sécurité de vos produits alimentaires!

BOULANGERIE • COLLATIONS • CONSERVES • FRAIS FROMAGES • SURGELÉS • VIANDES

Chez **ECKERTMACHINES**, nous sommes dépositaire de la machinerie de haute qualité de:

AK DEVELOPMENT COMPANY
MANUFACTURE & DESIGN

DORNER
Performance in motion

Lineu

EME

BEST
Belgian Electronic Sorting Technology
ELBICON **RoboSP**

FAM

SPIROMATIC

Commercial
MANUFACTURING

VANMARK®

Málo

Nous fournissons des solutions efficaces à vos problèmes de production. C'est le temps de prendre action! Communiquez avec:

ECKERTMACHINES

3841 chemin Portage • Niagara Falls, ON • L2J 2L1
Tél: 905-356-8356 • Fax: 905-356-1704
www.eckertmachines.com • info@eckertmachines.com

NOUVELLES EN BREF

- Cet automne, **Agri-Traçabilité Québec** a célébré ses cinq ans d’existence. Cet organisme indépendant sans but lucratif est un partenariat entre les producteurs agricoles et le gouvernement provincial, et a pour mission l’application d’un système suivi d’identification et de traçabilité pour les animaux d’élevage.
- **ICBS Limitée**, une entreprise de consultation en développement d’affaires, financier et de gestion, située à Montréal, fera l’acquisition de **Comfy Cuisine Co.**, située à Long Island, New York. **Comfy Cuisine Co.** fabrique une gamme de produits alimentaires italiens surgelés tous naturels, exempts de sucre et de gluten.
- **Agropur** a annoncé le déménagement de son siège social, ainsi que de ses activités d’entreposage et de distribution, et de recherche et développement à Longueuil, Qué., ce qui représente un investissement de 40 millions de dollars. Le nouveau centre de recherche et développement constitue également une première dans l’industrie agroalimentaire canadienne, et vient confirmer le Québec comme le coeur du développement de l’industrie laitière au pays. Selon l’entreprise, qui opérait sa Division Fromages et Produits fonctionnels depuis deux entrepôts situés à Laval, et sa Division Fromages fins de Montréal-Nord, le déménagement permettra de rencontrer la croissance associée aux plans stratégiques des deux divisions et offrira des synergies additionnelles au niveau de la chaîne d’approvisionnement. Plus de 200 employés déménageront à Longueuil une fois la construction du nouveau centre terminée.
- **Fleury Michon S.A.**, situé à Pouzauges, France, un fabricant de plats cuisinés frais, a fait l’acquisition de **Delta Dailyfood (Canada) Inc.**, une entreprise de Montréal, un chef de file dans la fabrication de plats surgelés pour les secteurs du transport aérien, du service alimentaire et des marques privées. Selon Delta Dailyfood, cette transaction encouragera le développement et la croissance continue, permettant à l’entreprise de mettre l’emphase sur le segment des plats cuisinés frais.