

## Après le cidre de glace, le cidre de feu!

**Claudette Samson**

csamson@lesoleil.com

Après le cidre de glace, une nouvelle dénomination originale fait son apparition au Québec, celle du cidre de feu. À l'inverse du premier qui mise sur le froid, le second fait appel à la chaleur pour concentrer les sucres du jus de pomme.

Le gouvernement du Québec a indiqué hier qu'il modifierait le Règlement sur le cidre et les autres boissons alcooliques à base de pommes afin de préciser les normes de fabrication et de commercialisation de différents produits. L'objectif de

cette révision est de «protéger la qualité, l'authenticité et la notoriété de ces produits et d'en favoriser l'exportation».

De plus, Québec vient de donner ses orientations sur un sujet opposant depuis des années les fabricants de cidre de glace. Alors que les petits artisans réclamaient que le pressage des pommes soit effectué à la ferme, les deux gros producteurs que sont La Face Cachée de la Pomme et le Domaine du Pinnacle demandaient à pouvoir confier cette tâche en sous-traitance hors de la ferme. Le gouvernement accepte cette dernière option, mais l'assortit à l'obligation d'instaurer un système

de traçabilité qui permette de certifier que le jus qui revient à la ferme pour la suite des opérations provient véritablement des pommes du producteur.

### VERS L'APPELLATION RÉSERVÉE

Cette question devait être réglée pour que les cidriculteurs aillent de l'avant avec l'élaboration d'un cahier de charge pour une appellation réservée. Le président de l'Association des cidriculteurs artisans, Jacques Paradis, du Domaine d'Orléans, a dit hier vouloir attendre la publication du règlement avant de commenter. Il note toutefois que la traçabilité devra être très étanche

pour que son organisation accepte d'aller de l'avant dans le dossier de l'appellation réservée.

Parmi les autres nouveautés, le règlement autorisera également la commercialisation du cocktail au cidre dans les épicerie du Québec et la mise en marché du «mistle de pomme aromatisée». Le cidre de feu a été mis au point dans une cidrerie de Dunham, en Estrie.

L'adoption prochaine du nouveau règlement «est une excellente nouvelle pour notre équipe», a mentionné au *Soleil* l'une des propriétaires d'UNION LIBRE cidre & vin, Anoushka Bouchard. Sur le plan technique, le cidre de feu est obtenu par fermentation d'un moût réduit par évaporation. L'entreprise utilisait jusqu'ici un évaporateur de cabane à sucre au bois, mais utilisera à compter de la semaine

prochaine un nouveau système à l'électricité. La concentration de sucre doit être d'au moins 28 degrés Brix. Le nectar ainsi obtenu est fermenté en cuves durant plusieurs semaines avant d'entreprendre l'étape du vieillissement en barriques de chêne. «Le produit fini a un taux de sucre résiduel d'au moins 90 grammes par litre et un taux d'alcool d'au moins 9 % et d'au plus 14 %», selon ce que précise le site [www.unionlibre.com](http://www.unionlibre.com). Il se conserve pendant au moins 10 ans.

À Québec, on trouve le cidre de feu au Comptoir des terroirs du Marché du Vieux-Port. Selon M<sup>me</sup> Bouchard, il devrait se trouver sur les tablettes de la Société des alcools d'ici quelques mois, maintenant que le règlement est sur le point d'être publié.

L'entreprise produira par ailleurs ses premiers vins en 2013.

### SAINE ALIMENTATION

## Les Québécois peinent à changer leurs habitudes

**Claudette Samson**

csamson@lesoleil.com



**En matière d'alimentation, les Québécois sont déchirés entre la théorie et la pratique. Ils savent qu'ils doivent mieux manger, mais trouvent difficile de modifier leurs habitudes alimentaires.**

Un sondage Ipsos réalisé en octobre auprès de 1202 personnes pour le compte de Melior, une organisation sans but lucratif qui aide les entreprises alimentaires à rendre leurs produits plus sains, révèle à quel point il est difficile de faire des choix santé lorsque vient le temps de faire des achats ou de se mettre à table. Selon la directrice générale de Melior, Annick Van Campenhout, le quart des consommateurs ne regardent jamais les étiquettes nutritionnelles à l'épicerie. Quant à ceux qui le font, ils s'intéressent dans une proportion de 63 % au... nombre de calories.

«Seulement 11 % des personnes interrogées consultent en premier la quantité de sel, alors que

réduire de six grammes notre consommation de sel par jour diminuerait de 18 % les décès liés aux maladies cardiovasculaires», souligne pourtant Melior.

Parmi les produits réduits en sel que les répondants se disent prêts à manger pour diminuer leur apport quotidien, les croustilles et les soupes en conserve obtiennent la faveur à hauteur de 61 % et les céréales à 65 %. Le pain, qui est pourtant la principale source de sel des Canadiens, arrive bon dernier à 44 %. «Ça montre qu'il y a encore un manque d'information sur les apports en sel», note la directrice.

### UN RÔLE CRUCIAL

Elle croit que les difficultés qu'éprouvent les consommateurs à modifier leurs habitudes démontrent à quel point l'industrie agroalimentaire joue un rôle crucial dans l'amélioration de l'alimentation. Par contre, comme l'espace dans les épicerie n'est pas extensible, il faut travailler à améliorer les produits déjà existants et pas seulement en ajouter de nouveaux, ce qui permet aux gens de faire attention à leur santé sans avoir à trop changer leurs habitudes.

Melior a également tenu un groupe de discussion avec des infirmiers et des infirmières et réalisé des entrevues téléphoniques avec des médecins généralistes. Il en ressort que ces professionnels de la santé ne se considèrent pas comme LA solution en la matière, mais estiment plutôt que cette responsabilité revient à d'autres spécialistes comme les nutritionnistes.

Une autre analyse, réalisée par Influence Communication, révèle que l'alimentation arrive au cinquième rang des sujets abordés par les médias entre septembre 2011 et septembre dernier. Ce sujet a représenté 6 % de tout ce qui s'est dit en santé, mais seulement 12 % des articles donnaient des conseils pour bien se nourrir et un faible 1,15 % abordaient la question du sel.

Depuis le début de ses activités il y a un an, Melior a obtenu l'adhésion de cinq grandes organisations qui se sont engagées à améliorer leur offre alimentaire, soit Pacini, Commensal & Cie, IGA, Nutrifrance et Groupe Compass.

Melior a conçu un indicateur qui permet de connaître la progression des engagements de chacune des compagnies ([www.programme-melior.org](http://www.programme-melior.org)).

### Accusé de multiples sévices sexuels

→ Un résidant de Québec de 52 ans doit faire face à une quinzaine de chefs d'accusation pour avoir imposé de multiples sévices de nature sexuelle à cinq victimes de sexe féminin, entre 1979 et 1994. La porte-parole de la police de Québec, Catherine Viel, confirme que le suspect, qui était sous mandat d'arrestation, a été appréhendé hier au palais de justice par les constables spéciaux. M<sup>me</sup> Viel affirme que

les présumées victimes étaient des membres de l'entourage du suspect. Certaines auraient été d'âge mineur au moment des faits allégués, qui se seraient déroulés à Montréal et à Québec. Parmi la quinzaine d'accusations, on retrouve notamment des chefs de viol, d'agression sexuelle, de menaces de mort, d'attentat à la pudeur et d'incitation à des contacts sexuels. M<sup>me</sup> Viel indique que l'enquête qui a permis le dépôt de ces accusations a duré plusieurs mois. **Matthieu Boivin et Dominique Hardy**

3085598

POUR UN NOËL VIVEMENT

GOULU

15 ANS

DU NOUVEAU CETTE ANNÉE !

\* MAGNIFIQUES PANIERS CADEAUX \*  
EN BOUTIQUES À METTRE SOUS LE SAPIN

GRANDE VARIÉTÉ DE PRODUITS DE CANARD

Faites plaisir à ceux que vous aimez. Séduisez vos invités. \*

\* LE CANARD GOULU \*  
Naturel. Authentique.

VISITEZ-NOUS \*

FERME & BOUTIQUE  
524, Bois Joly ouest, Saint-Apollinaire (Qc)  
418.881.2729

BOUTIQUE & RESTAURANT  
1281, avenue Maguire, Québec (Qc)  
418.687.5116

CANARDGOULU.COM

3074371

40% à 60%\* DE RABAIS sur toute la collection d'automne

Jusqu'à 25% de rabais sur les manteaux Styla

40% de rabais sur une sélection de bijoux ZINZI

Boutique Lamontagne 1983 Inc.

828, avenue Myrand, Sainte-Foy

418 681-0249

TAXES INCLUSES SUR TOUT EN MAGASIN

TAILLES 4 À 22 ANS

\* Non valide sur la lingerie, les accessoires et les nouveautés croisières. Détails en magasin.

Ouvert le dimanche • Grand stationnement