

Le vin québécois à l'honneur

Francine Saint-Laurent

Number 173, Summer 2022

Patrimoine et vin. L'héritage de nos vignerons

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/99372ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (print)

1923-2543 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Saint-Laurent, F. (2022). Le vin québécois à l'honneur. *Continuité*, (173), 36–38.

Le vin à l'honneur



Ça y est! Le vin québécois a enfin trouvé son public, et affiche une croissance prometteuse. Qu'est-ce qui se cache derrière le succès enfin obtenu par les cuvées de notre coin de pays?

FRANCINE SAINT-LAURENT

Depuis quelques années, le vin québécois joue les vedettes. Cependant, sa mise à l'honneur n'est pas venue seule. Vignerons de même que professionnels du tourisme et de la Société des alcools du Québec (SAQ) s'accordent pour dire qu'une série d'idées fructueuses, le contexte actuel et la passion des producteurs y sont pour quelque chose.

L'une des premières initiatives visant à mieux faire connaître le vin québécois date de 2004. Créée par le Centre local de développement (CLD) de Brome-Missisquoi, avec

Vignoble Domaine Bresee à Sutton, dans les Cantons-de-l'Est.
Source : Centre local de développement de Brome-Missisquoi

québécois neur

la complicité des vignerons du coin, La Route des vins sillonne cette région des Cantons-de-l'Est sur 140 km. Pour Danie Béliveau, relationniste de presse à Tourisme Cantons-de-l'Est, la mise sur pied de ce circuit a suscité un effet d'entraînement. Plusieurs commerçants ont vite compris la belle occasion que représentait ce fil magique qui relie un vignoble à un autre. « Il y a ce qu'on appelle "les Amis de La Route des vins", des commerçants venus se greffer aux activités œnotouristiques. Parmi eux se trouvent des restaurants, des auberges, des boutiques, des galeries d'art et des lieux de plein air. »

Selon elle, cette offre diversifiée fait de La Route des vins une escapade très intéressante pour les touristes, qui peuvent à la fois visiter des vignobles, acheter des produits gourmands, manger dans un parc et parcourir des galeries d'art. « Elle permet aussi d'attiser la curiosité des gens pour l'agrotourisme et de développer l'engouement pour le vin québécois. Ils prennent de plus en plus conscience de la valeur de ce qu'ils ont dans leur assiette et dans leur verre. »

De son côté, La Route des vins de la Montérégie, créée en 2011, déroule son itinéraire sur 170 km. Elle permet de découvrir une trentaine de vignobles dispersés ici et là dans la région. « C'est à Rougemont, à Saint-Paul-d'Abbotsford et à Hemmingford qu'on trouve le plus grand nombre de vignobles. Nous avons des vins rouges, blancs, rosés, des vins de glace et même des vins orange. Le Vignoble Coteau des Artisans est le premier au Québec à produire du vin en amphores de grès et de terre cuite », relate Lauranne Lanthier, coordonnatrice marketing et relations de presse à Tourisme Montérégie. « C'est une méthode qui existe depuis la nuit des temps », ajoute avec une pointe de fierté Karine Lamoureux, copropriétaire de cette entreprise.

Des escapades qui donnent soif

Non seulement la soif des Québécois pour les produits fins et du terroir est bien implantée, mais elle va toujours en croissant. Des chiffres l'indiquent clairement. Selon Guylaine

Beaudoin, conseillère en développement touristique au CLD de Brome-Missisquoi, La Route des vins de cette région a accueilli 135 900 visiteurs en 2019, 168 401 en 2020 et 186 543 en 2021. Qui sont-ils? « Ceux que nous recevons sont des *baby-boomers* à environ 75 %, confie Charles-Henri de Coussergues, vigneron et copropriétaire du Vignoble de l'Orpailleur. Il faut dire que nous sommes ouverts sept jours sur sept, alors les personnes qui viennent en semaine sont en grande partie semi-retraitées ou retraitées. Cependant, durant les fins de semaine de l'été, le pourcentage des 30-40 ans augmente, et cette tendance semble être en croissance d'année en année. »

Justement, afin d'attirer une clientèle plus jeune, le CLD de Brome-Missisquoi s'est lancé, depuis cinq ans, dans une campagne de séduction axée particulièrement sur du contenu visuel. Des photos prises dans des décors à faire rêver et diffusées sur les réseaux sociaux donnent le goût à la population ciblée d'en faire partie. Et ça marche! « Selon Google Analytics, il y a eu plus de visiteurs âgés de 20 à 35 ans sur le site Internet de La Route des vins en 2020. La clientèle de 25 à 40 ans continue aussi d'augmenter sur place. Les vignerons confirment que cette tranche d'âge est présente dans les vignobles », de dire Guylaine Beaudoin.

Et ce n'est pas tout! Afin de s'assurer que ce parcours gourmand n'échappe pas au regard des automobilistes et des cyclistes, La Route des vins de Brome-Missisquoi est signalée par des panneaux bleus délivrés par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, symbolisant une grappe de raisin. Il existe aussi, pour encourager le cyclotourisme, le programme de certification « Fièremment vélo! », auquel ont adhéré des vignobles ainsi que d'autres entreprises. Lancé par les régions des Cantons-de-l'Est et de la Montérégie, il vise à bonifier l'accueil des cyclistes. Chaque établissement qui adhère à cette initiative et arbore le logo se voit remettre une trousse comprenant des cadenas, une pompe à air manuelle et des outils afin de pouvoir sécuriser ou réparer les vélos de leurs clients sur place.



L'Économusée du vigneron propose à ses visiteurs de découvrir le métier tel qu'il est exercé en climat nordique.

Source : Économusée du vigneron

La pandémie comme un outil

Un facteur imprévu a également contribué au succès du vin québécois : l'arrivée de la COVID-19. « L'appel à l'achat local du gouvernement a fait bondir la vente des vins d'ici. En 2020 et 2021, elle a connu une augmentation de 40 % à la SAQ. Et l'année 2022 s'annonce prometteuse », dit Stéphane Denis, directeur des comptes Nouveau Monde et produits du Québec à la SAQ. « Étant donné la fermeture des restaurants, les gens se sont appliqués à cuisiner davantage de bons petits plats à la maison en s'offrant une bouteille à l'occasion. Et l'appel à l'achat local a favorisé nos vins. »

Profitant de cet engouement, la société d'État a mis sur pied le concept de la « Caisse Découverte » : Vins d'ici et Cidres d'ici. Contenant six bouteilles et se renouvelant au fil des saisons, ces caisses permettent aux consommateurs de déguster des produits de différents producteurs. Par ailleurs, au nombre de ses initiatives qui visent à appuyer les Banques alimentaires du Québec depuis 2011, la SAQ tient un événement annuel à saveur locale. Pour chaque alcool de chez nous vendu, elle remet un repas à ce collectif d'organismes.

En 2021, la SAQ s'est associée au Domaine Bergeville, situé dans le canton de Hatley, pour l'élaboration et la mise en marché du vin mousseux soulignant son 100^e anniversaire, L'Effervescent. Depuis juin 2020, elle a également implanté deux nouveaux labels pour les produits d'ici ; « Préparé au Québec » et « Embouteillé au Québec » viennent s'ajouter à

« Origine Québec » afin de mieux guider les consommateurs dans leurs choix. La mention « Origine Québec » est réservée aux produits élaborés par des artisans québécois avec des ingrédients cultivés ici. L'étiquetage « Préparé au Québec » identifie les produits conçus ou distillés dans la province avec des ingrédients québécois et d'ailleurs. Pour finir, « Embouteillé au Québec » se rapporte aux produits non québécois, mais assemblés et mis en bouteille par une entreprise locale.

Vins du Québec en lumière

La passion des vignerons pour leur métier a aussi contribué à donner ses lettres de noblesse au vin québécois. Par exemple, le 17 novembre 2018, après une longue bataille et de nombreux efforts, naissait finalement l'indication géographique protégée « Vin du Québec ». Cette mention, émise par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, est une autre façon pour les consommateurs de repérer les vins locaux. Elle garantit notamment que les raisins utilisés dans l'élaboration du produit proviennent d'ici.

Également, des initiatives comme l'Économusée du vigneron, proposé par le Vignoble de l'Orpailleur à Dunham, contribuent à la renommée des vins de chez nous en mettant leur culture en lumière. Cette salle de 128 mètres carrés ouverte en 2000 constitue un véritable lieu de savoir sur le sujet. Grâce notamment à des panneaux d'interprétation, les visiteurs s'informent sur l'histoire du vignoble ainsi que sur les premières plantations de vignes en Nouvelle-France, comme celles effectuées par Samuel de Champlain. Ils en apprennent aussi davantage sur le métier du vigneron. Une visite enrichissante qui inclut le plaisir de déguster le fruit du travail des artisans.

Bref, que ce soit en sillonnant l'une de nos routes des vins, en choisissant nos produits avec soin grâce aux labels de la SAQ ou en visitant l'Économusée du vigneron, il y a mille et une façons de lever notre verre aux vins de chez nous. L'engouement pour ces produits uniques de notre terroir n'est pas près de disparaître ! ♦

Francine Saint-Laurent est journaliste indépendante.



CONGRÈS NATIONAL DE GÉNÉALOGIE

LA CONTRIBUTION DES MILITAIRES À LA POPULATION QUÉBÉCOISE

de la Nouvelle-France à aujourd'hui

Sous la présidence du Major-général Alain Forand (retraité), CMM, OStJ, EC, CSM, CD





Du 30 septembre au 2 octobre 2022

congresgenealogie.com

L'Hôtel Québec, Ville de Québec