

# le monde FORESTIER

Vol. 25, N° 07  
SEPTEMBRE  
2011  
24 pages

Congrès nord américain de la coopération du travail 2011 p.4

Comment cohabiter avec le castor p.6

Forum sur l'énergie: cap sur les ressources renouvelables p.18

Photo: Claude Morin



■ Le 25<sup>e</sup> congrès annuel de RESAM s'est tenu en bordure de la rivière Désert, un affluent de la Gatineau à Maniwaki.

## Le congrès RESAM 2011 pages 8 à 13

*D'ORIGINA de la Coopérative forestière Girardville*

# Du Lac-Saint-Jean à la Chine

Mis en marché il y a deux ans à peine au Québec, les produits D'Origina de la Coopérative forestière de Girardville, ont déjà voyagé jusqu'en Chine! En effet, entre les 27 août et 21 septembre derniers, les visiteurs de la foire alimentaire de Shinkong Place, un centre commercial de luxe de Beijing, ont pu déguster cinq épices en provenance de la forêt boréale et des bonbons à saveur d'huile essentielle d'épinette noire. Cette initiative s'est déroulée en lien avec la mission commerciale en Asie du premier ministre JEAN CHAREST. Voici l'histoire d'un petit projet qui pourrait bien devenir grand!

Mélanie Grenier

Les produits D'Origina sont littéralement nés d'un instinct de survie. Plutôt que de baisser les bras devant la crise forestière, les dirigeants de la Coopérative forestière de Girardville ont choisi le développement. «Nous voulions ajouter de la valeur aux territoires forestiers et rentabiliser nos coûts fixes en utilisant d'autres ressources que les 2' X 4' ou les pâtes et papiers», explique JÉRÔME SIMARD, le directeur général. À partir de là, un biologiste passionné des plantes a fait le reste. Et en septembre 2009, des épices aux noms poétiques : délicatesse de gadelle sauvage, épice de thé du Labrador, graines de myrica, poivre des dunes, etc., étaient offertes aux consommateurs québécois. Un an plus tard, en novembre 2010, une ligne de produits cosmétiques, fabriqués à partir de ressources naturelles de la forêt boréale, voyait le jour également.

### Un produit haut de gamme

Dès le départ, les concepteurs du projet sont conscients que leur production s'adresse à un marché de niche et que pour assurer un développement à long terme, il faut

envisager l'exportation. C'est pourquoi dès 2009, M. Simard a personnellement participé à une mission économique en Chine «pour tâter le pouls», dit-il. Il a rapidement constaté l'énorme potentiel de développement, mais il a aussi entrevu les défis importants qui se posaient. Pour arriver à ses fins, il s'est adjoint le soutien de deux entreprises québécoises: le Groupe WSX, spécialisé en développement des affaires en Asie et l'agence Viva Marketing, désormais responsable de la mise en marché des produits D'Origina.

### Une opportunité en or

Lorsque l'occasion de la mission commerciale québécoise en Chine s'est présentée, c'est donc toute une équipe qui a mis l'épaule à la roue. «Il a fallu faire traduire tout l'étiquetage en mandarin dans un délai de trois ou quatre semaines», raconte MAUREEN COX, présidente de Viva Marketing. Cette dernière s'est rendue en Chine elle-même afin de tout mettre en place pour la foire alimentaire à laquelle participaient aussi 25 autres entreprises québécoises et

qui a été inaugurée par le premier ministre JEAN CHAREST. Avant l'ouverture, elle a rencontré un chef chinois pour qu'il concocte quelques recettes avec les épices D'Origina. «Simplement en humant les épices, il a tout de suite été inspiré et nous a cuisiné des biscuits et une gaspacho», rapporte Mme Cox. Ces denrées ont été préparées tous les jours et offertes aux consommateurs chinois pour dégustation.

### Les Chinois enthousiastes

Intéressés par l'exotisme, les Chinois ont, semble-t-il, offert une belle réception aux produits D'Origina. «Les visiteurs ont montré un grand intérêt en plus d'une grande confiance envers les produits certifiés par Santé Canada», assure Mme Cox. Au-delà de cette exposition, l'objectif de cette mission pour D'Origina était de trouver un distributeur chinois. «Nous avons pris contact avec cinq distributeurs dont un qui gère plusieurs bannières spécialisées en épices», annonce Mme Cox.

Les épices D'Origina pourraient donc retourner en Chine prochainement et pourraient être accompagnées de la ligne de produits cosmétiques qui n'y était pas cette fois pour cause de délai de certification. D'ici là, le développement se poursuit au Québec. «Nous avons un travail d'éducation à faire pour emmener les gens à découvrir des produits authentiques de la forêt boréale», conclut M. Simard.

Carrefour Forêt Innovations  
Page 14 et 15

PETITES ANNONCES  
Page 6

ABONNEZ-VOUS  
[www.lemondeforestier.ca](http://www.lemondeforestier.ca)

Numéro de convention de la  
Poste-publications 40010164