



Communiqué de presse

PÉRIL EN LA CABANE : LES CABANES À SUCRE EN APPELLENT À LA SOLIDARITÉ DES QUÉBÉCOIS

Montréal, le 22 février 2021. – Frappées de plein fouet par la pandémie, les cabanes à sucre font appel aux Québécois pour préserver la tradition du temps des sucres. Depuis un an, une quarantaine d'entre elles ont dû cesser leurs activités agrotouristiques. Celles qui restent refusent cependant de baisser les bras et lancent une initiative mobilisatrice : macabanealamaison.com.

Un patrimoine en péril

Dès le 22 février 2021, près de 70 cabanes s'invitent chez les Québécois, en leur offrant l'expérience des sucres dans le confort de leur foyer. « L'objectif est de sauver la tradition des sucres pour que nous puissions nous rassembler à nouveau dans ces lieux festifs, l'an prochain. Nos cabanes à sucre sont au bord de la faillite et si nous ne faisons rien, 75 % d'entre elles risquent de disparaître à tout jamais », explique Stéphanie Laurin, présidente de l'Association des salles de réception et érablières du Québec (ASEQC) et copropriétaire du Chalet des Érables.

Une saison des sucres réinventée

Pour permettre aux Québécois de manifester leur appui, le site de Ma cabane à la maison leur propose donc de commander des boîtes gourmandes. Chacune des cabanes participantes a élaboré un menu composé de produits locaux à 90 % et mettant en vedette des classiques comme le jambon à l'érable, les fèves au lard, les oreilles de crisse, les omelettes soufflées ou les grands-pères au sirop. Des options végétariennes, véganes, sans porc et sans gluten sont aussi offertes. De plus, fière d'appuyer l'achat local et soucieuse de limiter l'empreinte environnementale, Ma cabane à la maison utilise des contenants et des emballages entièrement recyclables, fabriqués au Québec.

Un cri du cœur entendu

Lorsque Stéphanie Laurin a lancé un cri du cœur dans les médias en juillet dernier, Sylvain Arsenault, président et associé de l'agence de communication marketing Prospek, s'est senti interpellé. De leur rencontre est née l'initiative Ma cabane à la maison. La suite est une histoire de passion et d'engagement! Les professionnels de l'agence ont épousé la cause sans réserve. Des centaines d'heures ont été investies dans le projet pour créer une marque inspirante, élaborer un plan de communication marketing de haut calibre, créer des contenus pertinents qui mettent les cabanes à sucre en valeur et recruter des collaborateurs capables de développer une plateforme de commerce électronique adaptée au temps des sucres.

Un partenaire en or

La stratégie de vente étant établie, restait à trouver une façon de distribuer ces boîtes gourmandes sur l'ensemble du territoire québécois. Approchée par les instigateurs du projet, la chaîne Metro a spontanément offert 196 points de cueillette, en plus de donner une importante visibilité au projet dans plusieurs initiatives marketing ciblées.

« C'est sans hésiter que nous avons offert notre réseau de magasins pour accueillir ce projet, qui aura un impact sur les propriétaires de cabanes à sucre impliqués, mais également sur la pérennité de tout un pan de notre culture, a commenté Richard Pruneau, vice-président principal, bannière Metro. L'ensemble de nos épiciers aux quatre coins du Québec sont enthousiastes à l'idée de prêter main-forte à ces entrepreneurs et de participer à cet élan de solidarité. »

Les boîtes gourmandes peuvent donc être récupérées dans l'une des épiceries Metro et Metro plus participantes ou directement à la cabane à sucre sélectionnée. Certaines cabanes assurent aussi la livraison à domicile.

Le Québec se mobilise

« Les cabanes à sucre font partie de notre culture et de notre identité. Pour moi, il fallait tout faire pour les sauver, en faisant appel à la mobilisation collective », ajoute Sylvain Arsenault.

Le gouvernement québécois a répondu à l'appel en octroyant une aide financière au projet. Il invite d'ailleurs les Québécois à soutenir les cabanes à sucre en profitant pleinement de la saison des sucres qui s'amorce.

L'initiative Ma cabane à la maison s'est aussi attiré le soutien inestimable d'autres partenaires comme Cascades, Publisac, Emballage LM, le Groupe Lacroix, Lafleur, l'agence Web QuatreCentQuatre, UEAT, la Maison de production Soma et Tuango. La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), les associations touristiques régionales (ATR), les Producteurs et productrices acéricoles du Québec et la Fédération des producteurs d'œufs du Québec ont également emboîté le pas pour permettre à ce mouvement de solidarité de prendre son envol.

Une première historique

Emballées par l'idée, des cabanes à sucre des quatre coins du Québec se sont jointes à l'initiative. « Pour nous, c'est un moment historique. C'est la première fois que les cabanes à sucre, qui sont normalement en concurrence, s'unissent pour préserver une tradition bien de chez nous », se réjouit Stéphanie Laurin. Pour Mélanie Charbonneau, propriétaire de l'Érablière Charbonneau, « ce projet a ravivé la flamme en nous et nous a redonné confiance en l'avenir. Ça nous permet de continuer à faire ce que nous aimons, c'est-à-dire partager du bonheur sucré à travers nos repas ».

Des artistes qui s'impliquent

Et l'élan de solidarité ne s'arrête pas là. Ne reculant devant aucun défi, Ma cabane à la maison a fait appel à l'équipe de la plateforme boucaneendirect.com pour rassembler des professionnels du milieu artistique en vue d'organiser et de webdiffuser un spectacle inédit. Pour ce spectacle présenté par Lafleur, plusieurs artistes, dont le duo **2Frères, Daniel Boucher, Yves Lambert et Guylaine Tanguay**, ont voulu appuyer le projet en mijotant un spectacle festif, capté

au fond des bois. Les personnes ayant commandé une boîte gourmande pourront donc visionner ce spectacle Web en exclusivité.

Chiffres clés

- Les cabanes à sucre génèrent habituellement **plus de 300 millions de dollars** en retombées économiques, sans compter leur apport au tourisme.
- Au cours de la dernière année, en raison des mesures sanitaires empêchant les rassemblements, elles ont été fragilisées par une **baisse de revenus de plus de 90 %**, selon les données obtenues par l'ASEQC auprès de ses membres.
- On estime que Ma cabane à la maison générera des retombées économiques de plus de **10 millions de dollars** dans les régions du Québec sur une période de 8 semaines.
- La situation actuelle touche plus de **6 000 travailleurs** et tout un écosystème de fournisseurs et de distributeurs alimentaires qui dépendent des cabanes à sucre.

Pour en savoir plus : macabanealamaison.com

[Sur Facebook](#)

[Sur Instagram](#)

– 30 –

Source :

Ma cabane à la maison

Renseignements et demandes d'entrevues :

Diane Jeannotte / Diep Truong

dianej@djcom.ca / diep@exergue.ca

514 772-8019 / 514 436-2121