

Rapport annuel 2025



**Assemblée générale annuelle
17 mars 2026
Centrexpo Promutuel, Drummondville**



Les Producteurs de cidre du Québec

555, boul. Roland-Therrien, bureau 100
Longueuil (Québec) J4H 3Y9
Tél. : 450 679-0540
info@cidreduquebec.com
www.cidreduquebec.com

Les Producteurs de cidre du Québec

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2025

Président	Marc-Antoine Arsenault-Chiasson	Ferme Cidricole Équinoxe
1er vice-président	Frédéric Le Gall	Cidrerie Chemin des Sept
2e vice-présidente	Cynthia Lee Bruneau	Cidre Intrus
Secrétaire-trésorier	Matthiew Quinn	La Capsule Temporelle
Administrateurs	Marc-Antoine Lasnier	Cidrerie Milton
	Antoine Lemieux-Tremblay (jusqu'en juin 2025)	Cidrerie Famille Tremblay
	Josuah Boucher	Moulton Hill Ferme Cidricole
	David Jodoin (dès juillet 2025)	Cidrerie Michel Jodoin



*Josuah Boucher, Frédéric Le Gall, Matthiew Quinn, Cynthia Lee Bruneau,
Marc-Antoine Arsenault-Chiasson et Marc-Antoine Lasnier
Absents de la photo : Antoine Lemieux-Tremblay et David Jodoin*

COLLABORATRICES 2025

Direction générale	Catherine St-Georges
Agente aux communications	Amélie Fortier
Agente de développement	Audrey Simard
Secrétariat	Catherine Dufour
Comptabilité	Alina Pivkina, commis comptable Sabrina Diez, CPA, auditrice, chef comptable Véronique Gagnon, comptable



A group of people are gathered outdoors, holding up beer glasses in a toast. The background shows a vast, hazy mountain landscape under a bright sky. The scene is captured in a warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning. The people are wearing casual clothing, and a picnic blanket with food and a beer bottle is visible in the foreground.

TABLE DES MATIÈRES

Avis de convocation 4

Projet d'ordre du jour 5

Procès-verbal de l'AGA du 20 mars 2025 6

Rapport d'activités du 1er janvier au
31 décembre 2025 11

AVIS DE CONVOCATION

Assemblée générale annuelle des Producteurs de cidre du Québec

Le 17 mars 2026 dès 8 h 30, au Centrexpo Promutuel
555, rue Saint-Amant – Drummondville

Le conseil d'administration est heureux de vous inviter à l'assemblée générale annuelle des Producteurs de cidre du Québec (PCQ) qui se tiendra :

Date :	17 mars 2026
Heure :	Inscriptions : 8 h 30 Assemblée : 9 h 00
Lieu :	Centrexpo Promutuel 555, rue Saint-Amant, Drummondville

Merci de remplir le formulaire ci-dessous afin de confirmer votre présence.

[S'INSCRIRE](#)

De plus, nous vous rappelons que la cotisation annuelle au membership des PCQ est payable à l'association et exigible avant l'assemblée générale annuelle si vous désirez exercer votre droit de vote ou vous présenter comme administrateur.

Veuillez consulter les documents :

[PROJET D'ORDRE DU
JOUR >](#)

[PROCÈS-VERBAL DE L'AGA
2025 >](#)

Lors de cette assemblée, nous procéderons à l'élection des administrateurs. De plus, nous adopterons les états financiers et le rapport annuel 2025. On compte sur vous pour orienter les actions de l'association pour les prochaines années.

Au plaisir de vous retrouver en grand nombre!

Les Producteurs de cidre du Québec



PROJET D'ORDRE DU JOUR

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

Les Producteurs de cidre du Québec

Le 17 mars 2026

Centrexpo Promutuel Drummondville

PROJET D'ORDRE DU JOUR

- 8 h 30 Accueil des participants
- 9 h 00 Lecture et adoption de l'ordre du jour
- 9 h 10 Lecture et adoption du procès-verbal de l'assemblée générale annuelle du 20 mars 2025
- 9 h 20 Présentation et adoption des états financiers 2025
- 9 h 50 Rétrospective de l'année et rapport d'activités 2025
- 10 h 20 Allocution du président
- 10 h 30 Étude des résolutions et échanges
- 11 h 00 Présentation du plan stratégique - Volet Cidre
- 11 h 30 Élection des administrateurs
- 11 h 45 Événements 2026 - Semaine du cidre et Soif de cidre
- 11 h 55 Divers
- 12 h 00 Levée de l'assemblée



PROCÈS-VERBAL

PROCÈS-VERBAL DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES PRODUCTEURS DE CIDRE DU QUÉBEC 20 MARS 2025, AU CENTREXPO PROMUTUEL, DRUMMONDVILLE

PRÉSENCES MEMBRES ACTIFS :

Entreprise	Prénom	Nom
1. La Capsule temporelle	Matthew Catherine	Quinn Grégoire Roch
2. Cidrerie Dragos	Dragos	Iuroaia
3. Domaine Ritt	Jean-François	Ritt
4. Cidre Sauvageon	Raphael	Lefort
5. Cidrerie Michel Jodoin	David	Jodoin
6. Les Roy de la pomme	Elphège Lise	Roy Breton
7. Vignoble Camy	Fred	Tremblay
8. Cidrerie et Distillerie CEPetch	Justin	Petch
9. Cidrerie du Village	Francis	Dubé
10. Ferme cidricole Moulton Hill	Josuah Cassie	Boucher Bélanger
11. Cidre Intrus	Cynthia Pierre-Édouard	Lee Bruneau Perron
12. La Ferme cidricole Équinoxe	Marc-Antoine	Arsenault-Chiasson
13. Cassine	Alexandre	Genest
14. Cidrerie Milton	Marc-Antoine	Lasnier
15. Cidrerie du Minot	Alan	Demoy
16. Vignoble et cidrerie Coteau St-Paul	Joffré	Roy-Beauregard
17. Chemin des sept	Frédéric	Le Gall

PRÉSENCES MEMBRES ASSOCIÉS, PARTENAIRES ET OBSERVATEURS :

Entreprise	Prénom	Nom
Concept B	Marjorie Katerine	Choinière Cusson Dumouchel
Ferme Bergeron -McClure	Viviane Pier-Luc	Bergeron Mc Clure
L'enclave des noyers SENC	Catherine Alexandre	Baril Bourque-Viens
Papilles Développement	Audrey	Simard
Les Producteurs de pommes du Québec	Jérôme-Antoine	Brunelle
Oak Leaf	Noël	Fourcroy
UPA	Sabrina	Diez
Forest Lavoie Conseils	Jean-François	Forest
Les Producteurs de cidre du Québec	Catherine Amélie Catherine	Dufour Fortier St-Georges



1. ACCUEIL DES PARTICIPANTS

Avant l'ouverture de la rencontre, le président, M. Marc-Antoine Lasnier, propose de faire un tour de table afin que chaque participant puisse se présenter. Celui-ci remercie les membres de l'association de leur participation à cette assemblée générale annuelle (AGA). Il souhaite également la bienvenue aux observateurs présents.

2. OUVERTURE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

M. Marc-Antoine Lasnier, après avoir constaté le quorum, déclare l'AGA ouverte à 8 h 58. Il présente les administrateurs et l'équipe des Producteurs de cidre du Québec. Le rapport annuel peut être consulté par le code QR sur les tables. Les procédures délibérantes sont dans nos règlements généraux dont quelques copies sont à l'avant pour consultation.

3. LECTURE ET ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR

Mme Catherine St-Georges procède à la lecture de l'ordre du jour :

1. Accueil des participants
2. Ouverture de l'assemblée générale annuelle
3. Lecture et adoption de l'ordre du jour
4. Lecture et adoption du procès-verbal de l'assemblée générale annuelle du 14 mars 2024
5. Présentation et adoption des états financiers 2024 et du budget 2025
6. Rétrospective de l'année et rapport d'activités 2024
7. Allocution du président
8. Plan stratégique : état d'avancement, grandes cibles et priorités
9. Étude des résolutions et échanges
10. Élection des membres du conseil d'administration 2025
11. Divers
12. Levée de l'assemblée

SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Marc-Antoine Arsenault-Chiasson et appuyée par M. Matthiew Quinn, il est unanimement résolu d'adopter l'ordre du jour comme proposé.

4. LECTURE ET ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DU 14 MARS 2024

Mme Catherine St-Georges procède à la lecture du procès-verbal de l'AGA du 14 mars 2024.

SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Matthiew Quinn et appuyée par M. Frédéric Le Gall, il est unanimement résolu d'adopter le procès-verbal de l'AGA du 14 mars 2024 comme présenté.

5. PRÉSENTATION ET ADOPTION DES ÉTATS FINANCIERS 2024 ET DU BUDGET 2025

Mme Sabrina Diez, CPA, directrice du service de la comptabilité et conseil client de l'Union des producteurs agricoles (UPA), présente les états financiers 2024 et l'avis au lecteur produit par le SCF Conseils Montérégie inc. Ces documents ont été préalablement adoptés par le conseil d'administration (CA).



SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Marc-Antoine Arsenault-Chiasson et appuyée par M. Matthiew Quinn, il est unanimement résolu d'adopter les états financiers 2024 comme présentés.

6. RÉTROSPECTIVE DE L'ANNÉE ET RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

Mme Catherine St-Georges présente le rapport des activités de l'année 2024. On souligne, par une ovation, tout le travail accompli par les PCQ : activités de représentations, recherche et développement, activités promotionnelles, multiples événements et différents services aux membres

7. ALLOCATION DU PRÉSIDENT

M. Marc-Antoine Lasnier entame son allocution en soulignant qu'il s'agit de sa dernière prise de parole à titre de président des Producteurs de cidre du Québec, son mandat prenant fin en mars 2025. Il mentionne d'entrée de jeu que le rôle d'administrateur revêt une importance stratégique pour l'avenir des PCQ. Il insiste sur l'occasion que représente un engagement au conseil : contribuer activement aux orientations de l'association et au développement structurant de l'industrie cidricole.

Tout en se disant très fier du chemin parcouru et de l'esprit dynamique et solidaire qui anime le conseil d'administration, M. Lasnier rappelle que beaucoup de travail demeure à accomplir. Dans un contexte où les ressources sont limitées, il souligne l'importance, pour la prochaine équipe, de prioriser les actions et de concentrer les efforts là où l'impact sera le plus structurant pour l'industrie.

En annonçant qu'il ne sollicitera pas un nouveau mandat, il invite de nouvelles personnes à s'engager, à apporter leurs idées et à poursuivre le travail amorcé. Il conclut en remerciant chaleureusement les administrateurs pour leur engagement au cours de la dernière année ainsi que l'équipe des PCQ pour l'ensemble des réalisations accomplies.

8. PLAN STRATÉGIQUE : ÉTAT D'AVANCEMENT, GRANDES CIBLES ET PRIORITÉS

M. Jean-Francois Forest, de Forest Lavoie, est invité à prendre la parole afin de présenter l'avancement du plan stratégique et les travaux réalisés à ce jour. Les grandes cibles sont rappelées, de même que les actions déjà mises en œuvre. Il est mentionné que, considérant les ressources limitées de l'association, une priorisation claire des dossiers sera essentielle pour la prochaine année afin de concentrer les efforts sur les initiatives les plus structurantes et porteuses pour l'industrie et établir un plan d'action concret.

9. ÉTUDE DES RÉOLUTIONS ET ÉCHANGES

La résolution est soumise pour discussion.

Précision sur la nature des doubles permis AC/FC dans l'industrie québécoise du cidre



- CONSIDÉRANT le fait que l'industrie du cidre dispose de deux permis, le permis artisanal (AC) et le permis de fabricant industriel (FC);
- CONSIDÉRANT la possibilité pour un artisan, lorsque cela est possible, de posséder les deux permis afin de bénéficier des avantages du permis FC, permettant de contourner les limites du permis AC;
- CONSIDÉRANT les impacts logistiques et financiers liés à la gestion des doubles permis;
- CONSIDÉRANT la lourdeur administrative supplémentaire liée à la gestion des doubles permis par les détenteurs;
- CONSIDÉRANT les revendications demandées au gouvernement pour les producteurs sous permis AC sont principalement le transport par un tiers et l'achat de pommes, qui sont possibles pour les doubles permis;
- CONSIDÉRANT que les revendications des Producteurs de cidre du Québec faites auprès du gouvernement sont actuellement remises en question par ce dernier, puisqu'il existe la possibilité pour les AC d'aller chercher le double permis, lorsque cela est possible;
- CONSIDÉRANT le gain en temps et en énergie qu'une simplification des permis avec un renforcement des pouvoirs du permis AC apporteraient;
- CONSIDÉRANT les impacts possibles d'un tel changement pour les détenteurs du double permis AC/FC;

Il est proposé à l'AGA des PCQ :

- D'ouvrir la discussion avec l'ensemble des producteurs de cidre sur l'orientation désirée sur la question des doubles permis;
- De demander au CA des PCQ d'organiser un groupe de discussion et d'endosser les recommandations faites par ce groupe.

SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Marc-Antoine Arsenault-Chiasson et appuyée par M. Matthiew Quinn, il est résolu d'adopter la résolution.

ADOPTÉE À LA MAJORITÉ

10. ÉLECTION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2025

Mme Catherine St-Georges procède à la lecture de la procédure d'élection des administrateurs.



SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Marc-Antoine Lasnier et appuyée par M. Marc-Antoine Arsenault Chiasson, il est unanimement résolu d'ouvrir la période d'élection et de nommer M. Jérôme-Antoine Brunelle comme président d'élection, Catherine St-Georges comme secrétaire d'élection et Mme Sabrina Diez comme scrutatrice d'élection.

Selon les règlements généraux, quatre postes d'administrateurs sont à combler pour un mandat de deux ans et cinq mises en candidature sont proposées.

	Candidature	Proposée par	Appuyée par
1.	Josuah Boucher	Alexandre Genest	Pierre-Édouard Perron
2.	David Jodoin	Marc-Antoine Arsenault-Chiasson	Josuah Boucher
3.	Cynthia Lee Bruneau	Mathiew Quinn	Marc-Antoine Lasnier
4.	Marc-Antoine Lasnier	Frédéric Le Gall	Mathiew Quinn
5.	Frédéric Le Gall	Marc-Antoine Lasnier	Mathiew Quinn

Le président d'élection vérifie, dans l'ordre de leur mise en nomination, le consentement de chaque candidat. Comme les cinq candidats acceptent leur mise en nomination, en conformité avec les règlements de l'association, un vote est alors appelé par scrutin secret.

Au terme du dépouillement des votes, le président d'élection confirme l'élection des quatre candidats suivants : Josuah Boucher, Cynthia Lee Bruneau, Marc-Antoine Lasnier et Frédéric Le Gall. On demande la destruction des bulletins de vote.

11. DIVERS

Souhaitant céder sa place à de nouveaux producteurs, Mme Pauline Macera, de Cidre Sauvageon, a choisi de ne pas solliciter un nouveau mandat au sein du conseil d'administration pour l'année 2025. Des remerciements ont été formulés pour sa contribution au développement de l'association.

M. Frédéric Le Gall est ensuite invité à rendre hommage au président sortant, M. Marc-Antoine Lasnier, pour ses huit années de dévouement exemplaire à représenter les producteurs de cidre du Québec. De chaleureux remerciements sont formulés pour sa contribution au développement de l'association. Durant sa présidence, l'industrie du cidre s'est grandement développée, avec un engouement sans précédent du consommateur pour le cidre, le démarrage de plusieurs entreprises de la relève, une consommation annuelle moyenne qui a plus que doublé, un plan de communication efficace et des avancées notables au niveau réglementaire pour tous les producteurs de cidre. Au nom de l'ensemble des Producteurs de cidre du Québec, nous le remercions pour son dévouement, son engagement, sa vision et sa passion qui ont contribué à faire rayonner encore davantage notre boisson locale favorite.

12. LEVÉE DE L'ASSEMBLÉE

Le président remercie les participants et les invite à assister au Congrès Cidres, vins et alcools d'ici qui sera lancé cet après-midi.

SUR MOTION DÛMENT PROPOSÉE par M. Marc-Antoine Arsenault-Chiasson et appuyée par M. Mathiew Quinn, il est unanimement résolu de clore l'AGA à 11 h 54.



RAPPORT D'ACTIVITÉS

COMMUNICATIONS ET ÉVÉNEMENTS

1er janvier au
31 décembre 2025

PLAN DE COMMUNICATION

Nous avons retenu les services de Oui L'agence pour la mise en œuvre de notre plan de communication. L'agence nous accompagne dans le déploiement de nos campagnes sur les réseaux sociaux ainsi que dans la prise de photos destinées au développement de divers contenus.

L'objectif de notre stratégie est de faire découvrir le cidre du Québec en l'associant à des occasions de consommation concrètes, tout en aidant les consommateurs à mieux le comprendre et à le repérer en magasin. Cette approche vise à encourager une consommation plus fréquente, autant chez les amateurs occasionnels que réguliers, et à faire du cidre un produit accessible et apprécié au quotidien.

Pour soutenir cette stratégie, différents types de contenus ont été déployés afin de promouvoir la marque Cidre du Québec, notamment :

- le développement de **recettes et de cocktails**;
- des contenus d'**éducation** sur les différents types de cidre et sur la production cidricole;
- l'**envoi d'infolettres** mettant en valeur les cidres disponibles, les événements en cours et des idées de recettes;
- des publications présentant des **portraits de producteurs**, afin de faire découvrir les personnes derrière les produits;
- le développement de la section « **Détaillants ambassadeurs** », pour promouvoir les meilleurs lieux de vente de cidres du Québec;
- la rédaction d'**articles thématiques** (événements, nouveautés du mois, accords mets et cidres, portraits de producteurs).

Afin d'assurer la cohérence et la qualité des communications, l'agente aux communications et marketing, Amélie Fortier, effectue la validation des contenus, en plus de fournir les orientations et les approbations finales. Des rencontres régulières avec Oui L'agence permettent de planifier les éléments à mettre de l'avant et d'assurer une gestion efficace des contenus.

Nous remarquons que la communauté Cidre du Québec continue de croître chaque année.



NOMBRE D'ABONNÉS PAR PLATEFORME

Réseau social	Janvier 2025	Janvier 2026	% d'augmentation
Facebook	14 283 abonnés	14 362 abonnés	+ 0,55 %
Instagram	5 572 abonnés	6 133 abonnés	+ 10,07 %
Groupe Facebook J'aime le cidre QC	4 451 membres	4 536 membres	+ 1,90 %
Infolettre	3 984 abonnés	7 102 abonnés	+ 78,26 %

QUELQUES EXEMPLES DE CONTENUS



Les rapports de performance sont disponibles pour consultation et contiennent tous les indicateurs de performance reliés au plan de communication.

CAMPAGNES AD-BUYING

La clientèle cible de Cidre du Québec est particulièrement active sur les réseaux sociaux. C'est pourquoi plusieurs campagnes publicitaires ont été menées sur Facebook et Instagram au cours de l'année.

Voici quelques thèmes abordés par ces campagnes :

- Les nouvelles recettes de la saison;
- Détaillants ambassadeurs – promotion du répertoire;
- Abonnement à l'infolettre;
- Les événements Semaine du cidre, Soif de cidre Montréal, La Grande Presse, etc.



CONCOURS

Cidre du Québec a organisé des concours sur ses pages Facebook et Instagram au courant de l'année. Ceux-ci ont généré des milliers d'impressions ainsi que plusieurs participations. Voici un aperçu des thèmes :

- Concours Apéro-printemps - 17 au 31 mars;
- Concours Semaine du cidre - 1er au 11 mai;
- Concours Soif de cidre - 22 au 26 juin;
- Concours La Grande Presse - 1er au 16 octobre.



DÉVELOPPEMENT DE RECETTES ET COLLABORATIONS

Nous avons lancé un appel à tous les producteurs pour développer de nouvelles recettes. Une attention a été exercée pour sélectionner des produits n'ayant pas encore bénéficié de ce type de promotion. Les places ont été comblées rapidement, et les résultats sont délicieux.

Au total, 10 recettes ont été créées en collaboration avec des producteurs de cidre :

- Pâtes à la turc - Cidre fort, Vergers Denis Charbonneau
- Tortilla de patatas aux oignons caramélisés et au jambon - Cidre à l'érable, Joli Rouge
- Salade de fruits macérés - Cidre de glace, Val Caudalies
- Melon d'eau fizz - Melon d'eau, Au Pied de cochon
- Tartare de bœuf épicé - Moussette, Cidre Sauvageon
- Chausson aux pommes et rhubarbe - 18-82, Cidrierie Paradoxe
- Mini lobster rolls aux asperges - Cidre vigneron, Vignoble Camy
- Rouleaux de printemps végété et sauce miso au miel - Cidre de feu, Verger Allen Demers
- Bibimbap au bœuf épicé - Turbo brut, Cidrierie Chemin des sept
- Gaspacho du verger - Nature, Ferme cidricole Équinoxe

En partenariat avec Érable du Québec, cinq recettes ont été développées afin de marier les saveurs du cidre et de l'érable :

- Slush Érable-Fraise-basilic au cidre
- Cocktail framboise et rim sucré à l'érable
- Bol au saumon laqué miso érable cidre de glace
- Crêpes au cidre et sarrasin, compotée de fraises au sirop d'érable
- Cocktail Vermouth rhubarbe et barbe à papa à l'érable



Dans un objectif d'éducation et de simplification des accords mets et cidres, nous avons également développé des **planches apéros** inspirées des quatre pastilles de la nomenclature (cidre classique, cidre nature, cidre aromatisé et cidre liquoreux).



En collaboration avec l'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes, les Emballeurs de pommes du Québec et les Producteurs de pommes du Québec, 2 recettes éclatantes ont été développées par Max l'Affamé pour mettre de l'avant la pomme et le cidre. Des vidéos de recettes ont été réalisées et publiées sur nos réseaux sociaux afin d'en maximiser la portée et l'engagement.

- [Funky Pomme Basilic Spritz](#)
- [Tatin déstructurée aux pommes, caramel salé et crème fouettée au romarin](#)

MATÉRIEL PROMOTIONNEL

Une brochure a été produite « Tout sur le cidre du Québec » afin de présenter les données de l'industrie, le mode de production, les événements, la nomenclature, la répartition géographique des producteurs, les recettes, les types de pommes utilisées et les différents points de vente.

C'est un outil simple mais puissant pour faire découvrir, aimer et consommer le cidre du Québec. Pas moins de 2000 copies de ce document d'une douzaine de pages ont été imprimées.



SITE WEB

Le site Internet de l'association est toujours actif et renouvelé. Toutes les sections sont continuellement mises à jour afin de toujours en améliorer le contenu.

La section « Blogue » est particulièrement dynamique : nous publions des articles plusieurs fois dans l'année. Ces articles traitent principalement des événements de l'association, des nouveautés et recettes, des activités à faire dans nos cidreries et des caractéristiques des différents types de cidre.

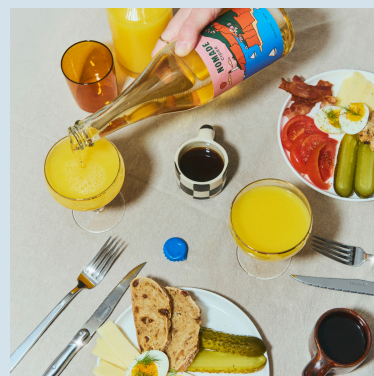


Nous mettons également continuellement à jour la section « Recettes et cocktails » de notre site Web. Cette section attire un grand public et est la plus populaire.

La section « Les cidreries » demeure très consultée en 2025. Cela démontre que les consommateurs utilisent beaucoup notre site Web pour trouver des cidreries lors de visites ou d'escapades.

DE NOUVELLES PHOTOS POUR NOS COMMUNICATIONS

Deux *shootings* photos ont eu lieu pour mettre en valeur le cidre sur nos différentes plateformes (réseaux sociaux, infolettres, articles de blogue, événements, etc.). Le premier *shooting* avait pour thématique l'hiver et s'est tenu à la Cidrerie Milton, tandis que le second avait pour thème le brunch. Des appels à tous ont été lancés au cours de l'année afin d'y inclure des cidres provenant de différents producteurs.



CAMPAGNE BRUNCH

Pour la période des Fêtes, le cidre a été proposé dans les brunchs des Québécois. Deux créatrices de contenu, Gabrielle Lacasse (@dentellefleurs) et Laura Beulé (@dashofohoney), ont réalisé des *reels* intégrant le cidre en cocktail façon Pomosa, accompagné d'un plat salé qui s'accorde parfaitement. Le tout a été publié sur Instagram dans la semaine du 15 décembre.

Pour accroître la visibilité de la campagne, le cocktail Pomosa a aussi été ajouté au site Web dans la section « Recettes ».

Trois campagnes publicitaires ont également été diffusées sur Facebook et Instagram, redirigeant vers un article de blogue, le répertoire des ambassadeurs et la recette du cocktail.



CAPSULE VIDÉO – DANS LES COULISSES DU CIDRE ET VOX POP



Deux capsules vidéo mettant en vedette des producteurs ont été réalisées afin de découvrir l'humain derrière le produit. En donnant un visage au cidre, elles contribuent à créer un lien plus fort entre les consommateurs et les producteurs. Elles soutiennent aussi notre stratégie de marketing de contenu en augmentant la visibilité sur les réseaux sociaux, en engageant la communauté et en renforçant l'image de marque collective de Cidre du Québec.

Les producteurs prennent la parole!

Une série de 4 Vox Pop a été diffusée sur les réseaux sociaux de Cidre du Québec afin de mettre en valeur le cidre d'ici et ceux qui le font rayonner. Nos cidriculteurs y partagent leur passion, leurs coups de cœur et leurs meilleurs arguments pour faire découvrir (ou redécouvrir) le cidre au grand public.

[Consultez la page YouTube de Cidre du Québec](#)



INFOLETTRES – GRAND PUBLIC



En 2025, nous avons envoyé 10 infolettres au grand public pour présenter les nouveautés, promouvoir nos événements, mettre de l'avant les activités chez nos producteurs et partager des articles de blogue.

Le nombre d'abonnés est passé de 3 984 à 7 102 en 2025. Le taux d'ouverture moyen est de 15,95 % et le taux de clics de 2,75 %, ce qui se situe dans la moyenne (2 à 5 %).

L'infolettre la plus populaire a été celle d'octobre, annonçant le retour de La Grande Presse, avec un taux d'ouverture de 19,9 %.

FOIRE VINS ET CIDRES

Les PCQ ont été partenaires de la Foire Vins et cidres d'ici qui s'est tenue les 9 et 10 août au Marché Jean-Talon de Montréal. L'événement a rassemblé 9 producteurs de cidre pour faire découvrir leurs cuvées aux visiteurs du marché.



ÉVÉNEMENTS

9^e édition de la Semaine du cidre
1er au 11 mai 2025



La Semaine du cidre est un événement qui se déroule sur 11 jours au mois de mai chez les détaillants, cidreries, restaurants et bars. Les acteurs de l'industrie sont invités à inscrire des activités à la programmation qui est ensuite présentée au grand public par différentes initiatives promotionnelles.

Pour promouvoir l'événement, nous avons mandaté l'équipe de Oui L'agence afin mettre sur pied une campagne de relations de presse traditionnelle et de marketing d'influence.

Campagne de gifting

Nous avons sélectionné 15 influenceurs québécois afin de créer du contenu sur les réseaux sociaux et ainsi faire découvrir l'événement à leur communauté. Les influenceurs ont reçu une sélection de cidres et de produits connexes :

- Bouteilles de cidre des producteurs du Québec;
- Items promotionnels Cidre du Québec;
- Planche de présentation à charcuterie;
- Différentes collations d'Aliments du Québec.

Résultats : une portée potentielle de **1 382 306 personnes**



Campagne médias traditionnels

Dans le cadre de la promotion de la Semaine du cidre, la campagne médiatique a généré plus de 48 parutions dans des médias reconnus tels que *La Presse*, *Le Devoir*, *7 Jours* et plusieurs autres plateformes locales et spécialisées. Ces articles ont mis en lumière les producteurs, les événements et les activités proposés pendant la Semaine du cidre, tout en valorisant le cidre québécois auprès d'un large public.

Grâce à cette couverture, la campagne a atteint plus de 14 381 612 impressions, dépassant largement les objectifs initiaux et renforçant la notoriété de l'événement et de la marque.

Promotion en boutique et concours

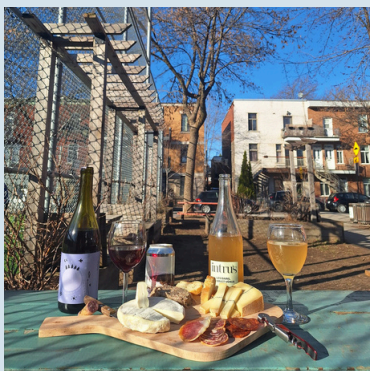
Un total de 400 affiches a été distribué dans les boutiques spécialisées et les cidreries pour promouvoir la Semaine du cidre et son grand concours, offrant la chance de gagner une glacière Yeti et 150 \$ de cidre échangeables chez le détaillant de son choix. La campagne a généré 848 participations.

Cette initiative a été rendue possible grâce au soutien financier de notre partenaire présentateur, Aliments du Québec.



Voici quelques résultats clés de la Semaine du cidre 2025 :

- 112 activités inscrites au programme officiel
- Près de 15 000 pages vues sur semaineducidre.com
- 201 000 personnes atteintes par l'ensemble des publicités sur les réseaux sociaux
- Promotion à la SAQ du 1er au 4 mai 2025 sur les cidres du Québec : les ventes ont augmenté de +99 % pour cette période



Peluso Beaubien



Auberge des balcons



Tite Frette Mirabel

4^e ÉDITION DE SOIF DE CIDRE MONTRÉAL 27 AU 29 JUIN 2025



Soif de cidre Montréal est l'événement estival idéal pour découvrir les cidres du Québec. Le temps d'un week-end, près d'une trentaine de producteurs de cidre, accompagnés de quelques producteurs agroalimentaires et restaurateurs, se sont réunis au Hangar 1825 pour offrir une expérience cidrée unique aux visiteurs.

En plus des 30 kiosques de producteurs de cidre, le festival Soif de cidre offrait une programmation animée et variée. Les visiteurs pouvaient découvrir le marché de Aliments du Québec, profiter d'un espace restauration et d'un bistro SAQ avec des cocktails à base de cidre, assister à des prestations de DJs, ainsi que participer à des accords cidres et mets, des ateliers de dégustation, un balado et des démonstrations de cocktails.

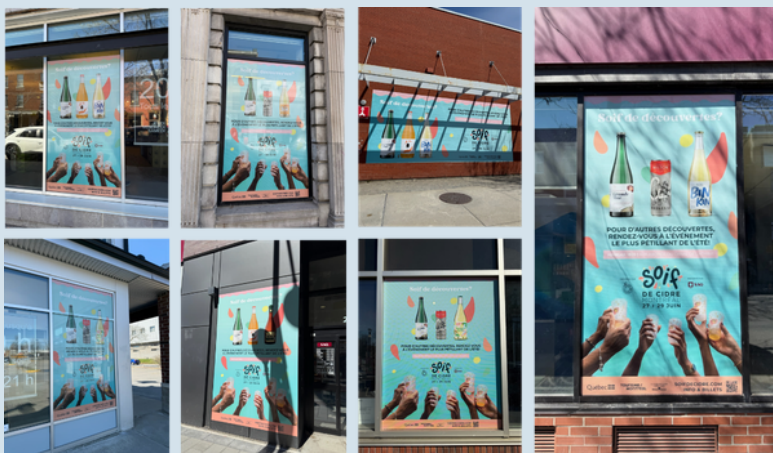
Les Producteurs de cidre du Québec ont également animé un kiosque interactif, offrant à 9 producteurs supplémentaires la possibilité de présenter leurs produits en dégustation et de se faire connaître auprès du public.

Campagne d'affichage BIXI

Nous avons misé sur un réseau d'affichage BIXI de 13 panneaux, un support urbain à fort achalandage, afin de maximiser la visibilité de l'événement auprès d'un public actif et localement engagé. Les installations ont été déployées du 2 au 29 juin, couvrant 4 semaines complètes avant et pendant l'événement.

Campagne d'influenceurs

Plus de 49 médias et créateurs de contenu étaient présents pendant l'événement, générant 83 pièces de contenus : articles, reels, stories, mentions sur les réseaux sociaux, etc.



Vitrines SAQ

Sept vitrines géantes ont été installées du 28 avril au 19 juillet dans plusieurs succursales de la SAQ dans la région de Montréal.

Celles-ci mettaient de l'avant l'initiative Soif de cidre Montréal, ainsi que les produits de 6 entreprises ayant collaboré à ce projet.



L'édition 2025 en quelques chiffres :

- Augmentation de l'achalandage de 8,1 % comparativement à 2024;
- 30 cidreries participantes et 9 exposants alimentaires;
- Plus de 200 cidres en dégustation;
- Une campagne auprès de 39 influenceurs qui a généré une portée de plus de 872 000 impressions;
- 83 mentions dans les médias.

Les coups de cœur du public

Lors de l'événement, les consommateurs ont pu voter pour leur cidre préféré. Voici le top 3 :

3^e place : Ô Fraise – Côteau St-Paul

2^e place : Le Petit St-Grégoire – Vergers Denis Charbonneau

Grand gagnant : Cidre 18-82 – Cidrerie Paradoxe

Visionner [ici](#) la vidéo récapitulative de l'événement



Merci à tous les partenaires de l'édition 2025 :

Ministère du Tourisme du Québec, Visitez Montréal, MAPAQ, Aliments du Québec, Vergers & Cidrerie Denis Charbonneau, Weezevent, Impressions Flexoplus, La Nouvelle Tablée, Alt Hotel Montréal, FleurExcel inc., Bonne Route Location D'autos, Groupe JMV, Jeux Spin MTL / Spiniko TOR



5^e ÉDITION DE LA GRANDE PRESSE 18 ET 19 OCTOBRE 2025



La cinquième édition de La Grande Presse a eu lieu dans 18 cidreries qui ont reçu des fans de cidre le temps d'une fin de semaine.

Les activités principales étaient la visite des installations, la démonstration de presse de pommes, la vente de jus pour cidre maison, des rencontres avec les producteurs, la dégustation de cidre commentée ainsi que des ateliers et conférences sur la production de cidre.

Les consommateurs étaient invités à se rendre dans les cidreries participantes pour découvrir ce qui s'y passe lorsque toutes les pommes sont cueillies et qu'il est temps de les presser pour fabriquer du cidre.

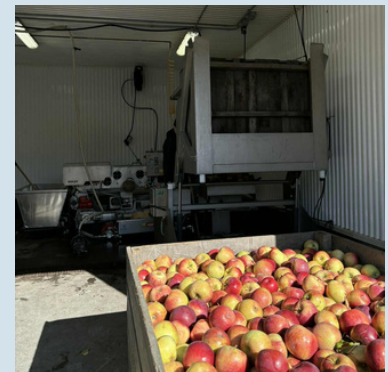
Concours

Pour faire la promotion de l'événement, Cidre du Québec organisait un concours pour les cidriculteurs amateurs. Parmi les 643 entrées, les personnes gagnantes du concours ont reçu un kit complet pour fabriquer du cidre maison ainsi que du jus pour commencer leur microproduction.



Quelques résultats clés de La Grande Presse :

- Nombre de cidreries participantes : 18
- Nombre de mentions médias : 19 (La Presse, Radio-Canada, TVBL, etc.)
- Nombre d'impressions pour la campagne médiatique : 7,4 M
- Visites sur le site Web : 8 000



RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

CONGRÈS CIDRES, VINS ET ALCOOLS D'ICI

Organisé conjointement par les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) et le Conseil des vins du Québec, le Congrès Cidres s'est déroulé les 20 et 21 mars 2025 à Drummondville. L'événement 2025 a été une belle réussite. Voici quelques faits saillants :

Plus de 350 participants dont :

- 195 producteurs de cidre et vignerons
- 22 conférenciers et panelistes
- 96 représentants fournisseurs de produits et services
- 37 autres professionnels



Merci aux 44 partenaires du Salon des exposants et aux commanditaires dont la SAQ comme partenaire majeur! Ce sont plus d'une centaine de vins et cidres qui ont été dégustés sur place.



PLAN STRATÉGIQUE DE LA FILIÈRE POMICOLE 2026-2030

En février, un sondage de priorisation a été mené auprès du comité de suivi, et des consultations individuelles des différents maillons de la chaîne de valeur du volet pommes et du volet cidres ont été conduites. Un total de 44 entrevues a été effectué dont 14 avec le volet cidre. Les résultats ont été compilés sous forme de diagnostic de l'environnement d'affaires et présentés lors de sessions de réflexion stratégique avec les comités de pilotage aux mois de mars et avril. Une présentation a aussi eu lieu dans le cadre de l'AGA du 20 mars 2025.

La rédaction du plan stratégique a ensuite mené à une rencontre de validation auprès du conseil d'administration des PCQ en novembre dernier afin d'y apporter des ajustements. C'est en décembre que la version finale du plan stratégique 2026-2030 a été entérinée par les représentants de la Table filière pomicole ainsi que le plan d'action de l'Année 1 – 2026.

Ce projet a été rendu possible grâce au Programme de développement territorial et sectoriel du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

RECUPOM

Les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) appuient le Réseau d'essais de cultivars et porte-greffes de pommiers (RECUPOM) selon une entente de collaboration. Le mandat du RECUPOM est d'évaluer les qualités agronomiques des arbres (résistance au froid, productivité, vigueur) et les qualités organoleptiques des fruits (teneur en sucre, acidité, fermeté, coloration, capacité de conservation).

Les résultats 2024 du RECUPOM sont publiés sur Agri-Réseau et les données ont été intégrées à la base de données puis partagées aux membres.



AUDIT DE MARQUE

Le projet d'audit de marque et d'analyse de la performance des emballages de cidre a débuté en 2024 puis s'est conclu au début de l'année 2025. Ce sont 9 cidres du Québec qui ont participé à ce projet réalisé grâce à la collaboration de Nielsen.

Les résultats de l'audit de marque ont été partagés avec les producteurs participants à ce projet et présenté par Nielsen. Une conférence au Congrès 2025 a aussi permis d'exposer les faits saillants du projet et de tenter de comprendre le comportement du consommateur face aux différents emballages et étiquettes de la catégorie Cidres.



ÉTUDE DE NOTORIÉTÉ – LÉGER

Les PCQ ont collaboré avec Léger Marketing pour le renouvellement de l'étude de notoriété réalisée par la firme en 2018. L'objectif principal de l'étude était de suivre les indicateurs clés de notoriété, de connaissance, de perception et de consommation du cidre dans le temps. La méthodologie suivante a été retenue pour cette analyse :

- Un sondage en ligne a été mené auprès du Panel LEO de Léger.
- L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 800 répondants québécois âgés entre 20 et 44 ans, pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Pour être éligibles, les répondants devaient consommer de l'alcool au moins une fois par an.
- La collecte de données a été effectuée du 27 mai au 3 juin 2025.
- Les résultats ont été pondérés selon l'âge, le sexe, la région, la langue maternelle, la scolarité et la présence d'enfant(s) dans le ménage afin d'assurer un échantillon représentatif de la population à l'étude.



Qui sont les consommateurs de cidre du Québec?

Les consommateurs fréquents de cidre du Québec sont significativement plus nombreux à être âgés de 20 à 24 ans. On retrouve aussi, parmi ces consommateurs réguliers, une plus forte proportion d'anglophones ainsi que d'hommes. Ils en consomment généralement au moins une fois par mois. Cette clientèle découvre généralement les cidres via les médias sociaux et les consomme dans des contextes festifs, comme les pique-niques, les BBQ ou les rassemblements dans les parcs. Ils achètent aussi leur cidre dans des lieux variés comme les dépanneurs, cafés ou boutiques spécialisées.

De manière générale, les amateurs de cidre entendent parler de cet alcool grâce à leur entourage ou aux médias sociaux. En parallèle, les 35 à 44 ans sont les plus nombreux à nommer spontanément le cidre comme un alcool produit au Québec. Ils en boivent plus fréquemment à la maison, et leur consommation est stable depuis les 12 derniers mois. La consommation globale, quant à elle, semble être demeurée plutôt stable, quoiqu'une plus grande proportion de consommateurs mentionne l'avoir réduite au fil du temps comparativement à la proportion de ceux l'ayant augmentée.

Qu'est-ce qui influence la consommation de cidre?

Les facteurs clés qui influencent la satisfaction de la consommation du cidre au Québec sont la qualité du produit, son goût, son image de marque locale et la diversité de l'offre. Notons d'ailleurs que la faible teneur en alcool constitue un point de satisfaction pour certains consommateurs, mais elle est un critère de choix pour une minorité, ce qui en fait un élément d'appréciation plutôt qu'un véritable moteur d'achat.

Les outils de promotion et le bouche-à-oreille jouent également un rôle important dans la décision d'achat, agissant souvent comme premiers déclencheurs de l'intérêt pour le cidre. Une fois cet intérêt éveillé, le caractère québécois du produit ainsi que son prix accessible viennent renforcer la décision et inciter à l'achat. L'argument de l'origine québécoise suscite d'ailleurs un intérêt croissant et renforce l'image positive du cidre auprès des consommateurs.

Depuis 2018, la satisfaction des consommateurs a augmenté notamment en ce qui concerne la variété des produits, leur disponibilité en magasin et l'information accessible sur le cidre. Bien que le fait d'être sans gluten puisse représenter un avantage pour certains, cette caractéristique du cidre n'est pas déterminante pour la majorité des consommateurs, mais demeure une source de satisfaction envers ce type de produit.

Comment rejoindre les consommateurs de cidre?

Pour atteindre efficacement les consommateurs de cidre, il est essentiel de miser sur le goût et les expériences de dégustation, qui motivent directement l'achat. La promotion, particulièrement sur les médias sociaux, joue également un rôle important, surtout auprès des jeunes adultes de 24 à 34 ans.

Encore peu connus du grand public, les événements liés au cidre du Québec suscitent un réel intérêt, notamment chez les consommateurs réguliers et les Montréalais. Les médias sociaux représentent donc un bon canal pour les faire découvrir et attirer de nouveaux publics, mais aussi le bouche-à-oreille, qui contribue à mieux faire connaître le cidre québécois et les activités qui y sont associées.



CONCOURS DU MEILLEUR ÉTUDIANT SOMMELIER DU QUÉBEC

Cidre du Québec a collaboré à la 4^e édition de cet événement qui a eu lieu le 28 avril. Nous avons présenté le prix reconnaissance du Terroir Québécois, offert une classe de maître sur les cidres du Québec avec dégustation de produits, ainsi que servi un verre de cidre lors du petit-déjeuner. Cet événement a permis de valoriser le cidre québécois auprès des participants au concours mais aussi des professeurs de 6 écoles hôtelières du Québec et des membres du jury, experts de renom.



LE CIDRE DU QUÉBEC À L'INSTITUT DE TOURISME ET D'HÔTELLERIE DU QUÉBEC (ITHQ)

Des représentants des PCQ ont participé à une présentation sur le cidre du Québec à laquelle assistaient des étudiants en sommellerie de l'ITHQ. Une dizaine de produits ont été dégustés, du matériel promo a été remis et deux tirages ont été organisés.



Ces futurs sommeliers connaissaient déjà un peu le cidre, mais deviendront assurément des ambassadeurs. Ils posaient des questions, proposaient des accords, étaient curieux d'en savoir plus sur la réglementation, les méthodes de fabrication... On y voit une clientèle assurément intéressante à rencontrer pour le développement de notre catégorie. Une belle occasion pour notre association de faire vivre à ces étudiants un moment CIDRE, de changer les perceptions et carrément présenter le cidre comme un produit complexe, raffiné et à mettre dans le verre de leurs futurs clients. Merci à nos deux producteurs porte-paroles qui ont su les charmer!

APPELLATION CIDRE DE GLACE DU QUÉBEC – INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE

Au cours de la dernière année, les Producteurs de cidre du Québec ont poursuivi leurs efforts afin de renforcer la reconnaissance et le rayonnement de l'appellation Cidre de glace du Québec – Indication géographique protégée (IGP).

Grâce à l'obtention d'une aide financière dans le cadre du Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants (PADARTV), une vaste campagne promotionnelle a été amorcée afin d'accroître la notoriété du cidre de glace et consolider son image de marque auprès du public. Cette initiative constitue une occasion unique de faire rayonner collectivement ce produit d'exception et de créer un véritable mouvement autour de l'IGP.



Parallèlement, dans le cadre du Programme d'appui aux appellations réservées du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), les Producteurs de cidre du Québec ont obtenu un financement pour soutenir la gestion et la relance de l'appellation. La firme Papilles a été mandatée pour accompagner l'organisation dans l'élaboration d'un plan de communication et la relance du comité de suivi de l'appellation Cidre de glace du Québec.

Dans cette perspective, un sondage a été réalisé auprès des membres afin de mieux comprendre les perceptions et les attentes entourant le cidre de glace et l'IGP. Au total, 22 producteurs ont participé à cet exercice, dont les résultats ont été analysés lors d'une rencontre du comité Cidre de glace – IGP. Cette rencontre a également permis de présenter les projets soumis au MAPAQ en vue d'obtenir un appui financier pour la poursuite des travaux.

Déploiement d'une nouvelle identité et d'un plan de communication

L'une des étapes importantes de cette relance a été le développement d'une nouvelle identité visuelle pour le Cidre de glace du Québec, en cohérence avec l'image des Producteurs de cidre du Québec et visant à mieux distinguer l'appellation auprès des consommateurs. Cette identité servira de base au déploiement d'un plan de communication structuré autour de l'IGP.

Actions promotionnelles

Plusieurs initiatives de promotion ont été mises en œuvre afin de mettre en valeur le cidre de glace auprès du grand public :

- Publicité interactive dans La Presse+, diffusée du 7 au 23 décembre dans le cadre des célébrations du Temps des Fêtes.
- Chronique télévisée à l'émission Salut Bonjour!, mettant en valeur trois cidres de glace du Québec grâce à une capsule animée par le mixologue Max Boivin, diffusée également sur les plateformes numériques de l'émission.
- Partenariat avec le festival Montréal en Lumière - édition 2026 : le 6 mars, le Village gourmand a accueilli la Journée Expérience Cidre de glace du Québec, comprenant ateliers de cuisine, sommellerie et cocktails, ainsi qu'un combat de mixologues et un 5 à 7 animé.



Ces actions ont permis d'accroître la visibilité du cidre de glace et de mettre en valeur le savoir-faire des producteurs québécois auprès d'un large public.

Plusieurs initiatives sont actuellement en préparation afin de poursuivre la mise en valeur du Cidre de glace du Québec IGP dans les prochains mois. Les Producteurs de cidre du Québec entendent poursuivre leurs efforts afin de consolider cette appellation et d'encourager davantage de producteurs à s'y joindre, dans le but de renforcer collectivement le positionnement de ce produit emblématique du Québec.

REPRÉSENTATIONS ET PARTENARIAT

MODERNISATION DE LA CONSIGNE

Depuis 2023, en vertu du Règlement visant l'élaboration, la mise en œuvre et le soutien financier d'un système de consigne de certains contenants, les producteurs de boissons doivent devenir membres de l'Association québécoise de récupération des contenants de boissons (AQRCB).

Ainsi, les producteurs de cidre visés par la première phase de la modernisation de la consigne ont complété leur processus d'adhésion en transmettant un formulaire d'inscription ainsi qu'une liste complète et détaillée des contenants qu'ils mettent en marché.

La consigne sur les contenants d'aluminium est entrée en vigueur le 1er novembre 2023. Les Producteurs de cidre du Québec ont accompagné leurs membres dans cette transition en relayant l'information stratégique pertinente et en partageant les invitations aux différentes séances d'information virtuelles organisées dans le cadre du déploiement du système. Ces rencontres ont permis de présenter l'état d'avancement de la modernisation, de clarifier les nouvelles obligations réglementaires et de répondre aux questions des producteurs.

Initialement prévue pour mars 2025, l'implantation de la consigne sur les contenants de verre a finalement été reportée à mars 2027, ce qui offre un délai supplémentaire à l'industrie pour s'adapter à cette prochaine phase du système.

Par ailleurs, dans un contexte marqué par la hausse des coûts liés à la responsabilité élargie des producteurs (EEQ), les Producteurs de cidre du Québec ont joint leur voix à celle des autres producteurs de boissons alcooliques commercialisées à la SAQ afin de demander au ministre des Finances du Québec que la SAQ retire le tarif EEQ de sa majoration. Cette demande vise à éviter que ces coûts environnementaux additionnels soient amplifiés dans la structure de prix et à assurer un traitement équitable pour les producteurs.



En 2025, les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) ont poursuivi leur engagement comme membres de Éduc'alcool, en contribuant à la diffusion des programmes, publications et initiatives menés par l'organisme en matière de consommation responsable.

Le 28 avril, Éduc'alcool a également convié ses partenaires, dont les PCQ, à l'événement annuel « Perspectives sur la consommation responsable », une rencontre visant à présenter différentes démarches favorisant la consommation responsable d'alcool ainsi que l'évolution de l'offre de services et des outils développés par l'organisme.

LES PRODUCTEURS DE POMMES DU QUÉBEC



Les PCQ ont maintenu en 2025 des rencontres de concertation mensuelles avec les Producteurs de pommes du Québec (PPQ) afin d'échanger sur les enjeux communs aux deux organisations et de mieux arrimer les besoins de leurs membres respectifs. Dans ce cadre, les PCQ ont également collaboré aux démarches visant à rappeler aux producteurs leurs obligations liées au Plan conjoint de la pomme et de la Convention de mise en marché. Ce travail a notamment consisté à valider et à transmettre des listes de destinataires selon le type de permis détenu, en s'appuyant sur les registres de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ).

Le partenariat établi entre les PPQ et les PCQ s'est poursuivi cette année afin d'assurer un levier financier permettant le développement de l'industrie du cidre. Dans le cadre d'une entente, les PPQ remettent 85 % des contributions en provenance des entreprises cidricoles aux PCQ. Ainsi, pour la récolte 2022, le nombre total de minots de pommes destinés au cidre via les déclarations des PPQ est de 247 418 minots pour un montant global de 42 061 \$.

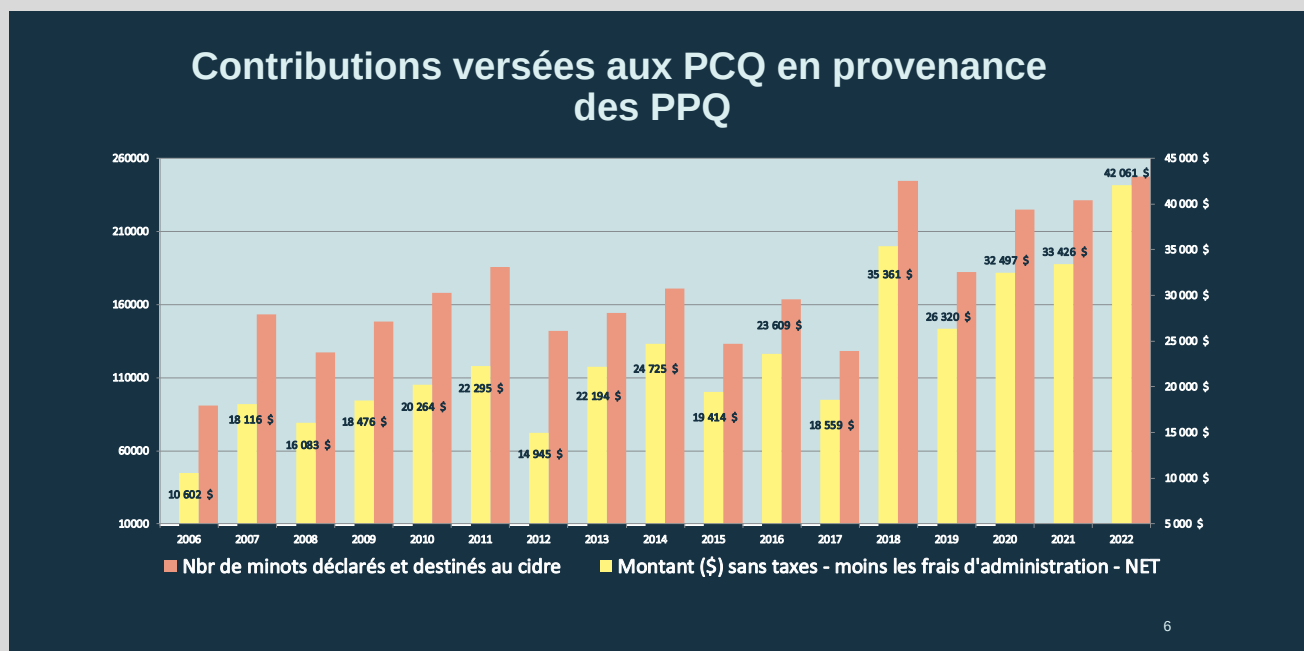


TABLE FILIÈRE POMICOLE

Présidée par les Producteurs de pommes du Québec, la Table filière pomicole du Québec réunit les membres des maillons de l'industrie et de l'État.

Les PCQ participent activement aux rencontres de cette instance de concertation afin de faire le point sur les différents dossiers d'intérêt pour la filière, notamment les activités de représentation, les initiatives sectorielles et les campagnes de promotion.

Dans le cadre des travaux de la Table filière, un appui financier a été obtenu pour l'embauche d'un agent de développement, permettant d'assurer les services de coordination de la firme Papilles Développement en lien avec plusieurs projets spéciaux menés par la filière pour la période 2023-2026.



La Table filière pomicole s'est réunie à deux reprises en 2025, soit en avril et en novembre, et a surtout contribué au cours de la dernière année à finaliser la planification stratégique 2026-2030 du secteur où sa mission et sa vision ont été renouvelées.

Sa mission RENOUELÉE (raison d'être)

Stimuler la production et la mise en marché de pommes et de cidres qui répondent aux attentes des consommateurs, tout en valorisant l'excellence, l'innovation et la collaboration au sein de la filière.

Sa vision RENOUELÉE (où l'on s'en va)

La pomme, le cidre et leurs produits dérivés s'imposent comme les choix préférés des Québécoises et des Québécois, et ce, tout au long de l'année.

Ses valeurs : fierté, leadership, savoir-faire et audace

Par ailleurs, les membres de la Table filière ont accueilli favorablement la Politique bioalimentaire du Québec 2025–2035, une démarche ambitieuse axée sur l'autonomie alimentaire, la durabilité, l'innovation et la prospérité des régions. Ils ont toutefois invité le gouvernement à poser des gestes concrets pour soutenir la modernisation des vergers, un levier essentiel pour assurer la compétitivité de l'industrie. Le secteur pomicole, qui regroupe plus de 400 entreprises ainsi qu'une centaine de productrices et producteurs de cidre, est prêt à investir, mais souligne qu'un appui financier structurant demeure nécessaire pour accompagner ces investissements.

L'UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES



Les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) poursuivent leur collaboration avec L'Union des producteurs agricoles (UPA) dans le cadre d'une entente de services visant à soutenir les activités de l'organisation. Cette entente permet aux PCQ de bénéficier de différents services administratifs et professionnels, notamment en comptabilité, secrétariat, ressources humaines, gestion de la paie, technologies de l'information et services collectifs.

Les PCQ participent également à la Table des secrétaires des groupes spécialisés de l'UPA, un lieu d'échange permettant de partager les enjeux et les bonnes pratiques entre les différentes filières agricoles.

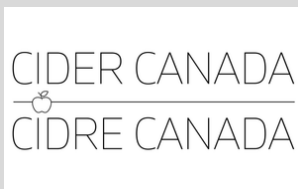
Dans le cadre des travaux entourant un projet d'allègement réglementaire, l'UPA, en collaboration avec les PCQ, a diffusé un sondage auprès des producteurs portant sur le système de marquage et de timbrage des boissons alcooliques, reconnu depuis plusieurs années comme un irritant réglementaire pour le secteur. Cette démarche vise à mieux documenter les impacts de ce système afin de renforcer les représentations auprès des instances gouvernementales.

Cidre du Québec a également participé au 101^e Congrès annuel de l'UPA, une occasion privilégiée de mettre en valeur un produit local auprès des participants et des nombreux intervenants du secteur agroalimentaire. Lors du cocktail précédant le gala, le cidre La Festive à la framboise, du Domaine du Petit St-Joseph, a été servi aux invités. Ce cidre léger à 3 % d'alcool, aux fines bulles et à la robe rosée, s'avérait une introduction rafraîchissante pour entamer la soirée. Cette initiative a été rendue possible grâce à la collaboration des Producteurs de pommes du Québec et du Domaine du Petit St-Joseph, offrant ainsi une belle visibilité au Cidre du Québec dans le cadre de cet événement phare du milieu agricole.



CIDRE CANADA

En 2025, 40 producteurs du Québec ont joint les rangs de Cidre Canada grâce à une entente avec Cidre du Québec, portant le nombre total de membres de partout au pays à 165 pour environ 31 M de litres de cidre. Depuis sa fondation, les PCQ participent au conseil d'administration de cette organisation afin de représenter les intérêts des producteurs québécois et de contribuer au développement de l'industrie canadienne du cidre.



Cidre Canada a pour mission de représenter l'intérêt des producteurs canadiens, de contribuer à l'éducation des consommateurs, de réfléchir à la qualité du cidre produit, de réseauter les différents producteurs canadiens et de négocier des ententes de services avantageuses pour ses membres.

RÉGIE DES ALCOOLS, DES COURSES ET DES JEUX (RACJ)

Afin de permettre à leurs membres de se conformer à l'article 20 du Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques, les PCQ ont élaboré et déposé un programme détaillé d'engagements à la RACJ. Cette démarche a permis d'obtenir un certificat de conformité au nom de chacun des membres.

Par ailleurs, la Loi modifiant diverses dispositions principalement aux fins d'allègement du fardeau réglementaire et administratif a été sanctionnée le 9 avril 2025. Cette loi prévoit plusieurs mesures visant à réduire les obligations administratives, dont certaines modifient les conditions d'exploitation du permis de production artisanale.



Dans ce contexte, la RACJ a apporté des modifications au Rapport trimestriel des activités d'un titulaire de permis de production artisanale, notamment afin d'y inclure les activités de sous-traitance. Une nouvelle version du formulaire, accompagnée d'un guide explicatif, est désormais disponible pour les titulaires de permis.

CONCERTATION AVEC LES AUTRES PRODUCTEURS D'ALCOOL

Quelques fois par année, les représentants des différentes associations du secteur des boissons alcooliques se rencontrent afin d'échanger sur les enjeux communs à l'industrie. Les microbrasseries, producteurs d'alcools d'érable et de miel, vigneron, cidriculteurs, distillateurs ainsi que l'UPA se concertent afin d'harmoniser certaines positions et de soutenir des représentations communes, notamment dans le cadre de l'analyse et du suivi de projets de loi ayant un impact sur leurs secteurs respectifs.



En 2025, les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) recevaient une aide financière dans le cadre du Programme Initiatives Proximité pour la mise à jour de leur site Web au niveau de la nomenclature, pour une étude de notoriété sur le cidre auprès de Léger Marketing ainsi que pour la tenue d'une nouvelle Journée détaillants.

Plusieurs communications ont été échangées avec les représentants du MAPAQ pour discuter des enjeux entourant le secteur et obtenir leur appui à différents projets : appellation réservée, Programme Proximité, planification stratégique et soutien à nos divers événements.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INNOVATION ET DE L'ÉNERGIE (MEIE)

Diverses rencontres ont eu lieu avec l'équipe dédiée aux boissons alcooliques du MEIE afin de discuter du Programme d'appui au positionnement des alcools québécois (PAPAQ) et de sa révision, du projet de loi 85 et du projet de loi 11, de la révision du Règlement sur le cidre, des impacts économiques, de l'appui aux producteurs et à l'association ainsi que des différents enjeux entourant le secteur cidricole.

Les PCQ ont bénéficié d'une aide financière pour l'année 2025-2026 dans le cadre du PAPAQ pour différents projets, notamment le plan de communication.

Projet de loi 85

Le 11 février, les PCQ ont été invités à témoigner dans le cadre des consultations particulières de la Commission de l'économie et du travail sur le projet de loi 85. Cette intervention a permis de présenter les réalités du secteur cidricole et de mettre de l'avant certains ajustements nécessaires pour soutenir le développement des producteurs artisanaux.



Le 9 avril, l'Assemblée nationale du Québec adoptait le projet de loi. Celui-ci prévoit plusieurs mesures d'allègement réglementaire pour les titulaires de permis de production artisanale. Parmi les principaux changements :

Sous-traitance de certaines activités de fabrication

Un titulaire de permis de production artisanale peut désormais, à certaines conditions, confier à un autre titulaire de permis de production artisanale le pressage de ses matières premières ainsi que certaines opérations de transformation, comme la filtration et l'embouteillage. Il est également possible de louer l'équipement d'un autre établissement et d'y réaliser ces activités.

Sous-traitance de la livraison

Les titulaires de permis de production artisanale de boissons alcooliques (à l'exception des alcools et spiritueux) peuvent maintenant confier leurs activités de livraison à un autre titulaire de permis de production artisanale.

Projet de loi 11

Le 4 décembre, le ministre délégué à l'Économie et aux Petites et Moyennes Entreprises, Samuel Poulin, a déposé le projet de loi 11, intitulé Loi modifiant diverses dispositions principalement aux fins d'allègement du fardeau réglementaire et administratif.

Ce projet de loi propose plusieurs mesures visant le secteur des boissons alcooliques, notamment :

- L'élargissement des possibilités de sous-traitance pour les producteurs artisanaux;
- Un allègement des obligations administratives liées aux timbres d'identification des contenants;
- Certaines modifications touchant l'approvisionnement direct lors des permis de réunion.

Les PCQ ont entrepris une analyse détaillée du projet de loi et ont amorcé des échanges avec le MEIE afin de bien comprendre la portée des mesures proposées et de faire valoir les besoins de l'industrie cidricole.

Une demande officielle a également été déposée auprès de la Commission de l'économie et du travail afin de participer aux consultations particulières. Les PCQ poursuivent leurs travaux d'analyse et la préparation d'un mémoire en prévision d'éventuelles audiences.

Par ailleurs, des échanges ont été menés avec les différentes associations du secteur, notamment sous l'égide de l'Union des producteurs agricoles, afin d'évaluer certaines positions communes et de coordonner les représentations.

MISE EN MARCHÉ

DÉTAILLANTS AMBASSADEURS

Depuis le lancement du projet de mise en valeur des détaillants ambassadeurs, ce sont plus d'une centaine de commerces qui s'affichent dans cette section de notre site Web. Du matériel promotionnel a été développé pour accompagner ces détaillants. Ceux-ci sont sollicités dans le cadre de nos différents événements et sont également mis de l'avant dans les contenus du plan de communication. Cette section est mise à jour régulièrement afin de refléter l'ajout de nouveaux détaillants ambassadeurs ainsi que la fermeture ou le retrait de certains commerces.



JOURNÉE DÉTAILLANTS AMBASSADEURS

Le 22 septembre avait lieu la 3e édition de la Journée Détaillants Ambassadeurs Cidre du Québec. Ce sont 40 participants, dont une quinzaine de représentants détaillants ambassadeurs et tout autant de cidriculteurs qui y prenaient part.

Nous avons échangé sur le cidre, profité d'un repas accord mets-cidres et assisté à une conférence de Nadine Lecellier, experte en merchandisage, présidente L Décors Studio design, dont la présence et l'expertise approfondie promettent une collaboration porteuse pour notre filière.

Un grand merci à la Cidrerie Le Somnambule pour son accueil chaleureux et son cadre inspirant et à Papilles Développement pour l'organisation de cette formidable journée.



SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC (SAQ)

Deux fois par année, les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) rencontrent des représentants de la SAQ afin d'échanger sur la performance de la catégorie cidre dans le réseau, les promotions à venir, le déploiement des produits en succursale ainsi que l'appui aux initiatives de promotion du cidre québécois. Ces rencontres permettent de partager les enjeux et préoccupations de part et d'autre et de maintenir un dialogue constructif favorisant le développement de la catégorie.

Au cours de l'année, les PCQ ont également rencontré le président de la SAQ, Jacques Farcy, lors d'un dîner d'échanges portant notamment sur sa vision des produits du Québec et son intérêt pour le développement de la catégorie cidre dans le réseau.

Dans un contexte où les ventes d'alcool sont en recul à l'échelle mondiale, la SAQ a présenté un bilan financier affichant une baisse des ventes pour une deuxième année consécutive (-2,5 % en valeur et -4,9 % en volume). L'organisation a également souligné que près de 37 % des ventes d'alcool au Québec se font désormais à l'extérieur de son réseau, ce qui l'amène à mettre en place différentes mesures pour rejoindre et fidéliser cette clientèle.

Malgré ce contexte, la catégorie cidre se démarque positivement. Les ventes de cidre dans le réseau de la SAQ ont connu une croissance de 6,1 % au cours de la dernière année et de 25 % sur cinq ans, confirmant l'intérêt grandissant des consommateurs pour les cidres d'ici.



Par ailleurs, dans un contexte commercial marqué par le retrait de certains produits américains en réponse aux tensions tarifaires, la SAQ a déployé davantage de produits identifiés Origine Québec, contribuant à accroître la visibilité des cidres québécois.

Promotion et visibilité du cidre québécois

À l'occasion de la Fête nationale du Québec et de la campagne Soif de cidre, la SAQ a mis en valeur les cidres québécois à travers une promotion entièrement consacrée aux produits locaux.

Parmi les initiatives déployées :

- Une infolettre Inspire envoyée à plus de 1,7 million de membres mettant en vedette les cidres du Québec;
- Une mise en valeur sur SAQ.com avec une section dédiée aux cidres d'ici et des produits en promotion;
- Un relai de certaines publications sur les réseaux sociaux;
- Une promotion Inspire offrant 3 000 points bonis à l'achat de 30 \$ de produits Origine Québec.





Activités de réseautage et de formation

Les PCQ ont également participé à différentes initiatives favorisant les échanges avec les représentants du réseau de la SAQ, notamment le Blitz annuel en juin.

Le 29 mai, une formation SAQ 101 a été offerte aux producteurs afin de mieux comprendre le fonctionnement du réseau, les processus de mise en marché et les opportunités commerciales.

Les PCQ ont aussi pris part au tournoi de golf annuel de l'Association des directeurs et directrices de succursales de la SAQ, tenu le 29 septembre au Château Bromont. Des producteurs de cidre, dont La Cidrerie du Minot, ont animé un trou de dégustation, tandis qu'un kiosque de dégustation a permis aux participants de découvrir plusieurs cidres lors du cocktail et du souper.

Cet événement a été l'occasion d'aller à la rencontre de directeurs de succursales provenant de partout au Québec, de renforcer les relations avec le réseau et d'accroître la notoriété du cidre auprès des décideurs. La formule privilégiant exclusivement les produits des producteurs présents lors du cocktail et du souper a offert une vitrine particulièrement intéressante pour les cidres québécois.

À noter aussi qu'en 2025, le *Guide des relations d'affaires destiné aux producteurs artisans et distillateurs québécois* a été actualisé.



ADMINISTRATION DE L'ASSOCIATION ET MEMBERSHIP

RENCONTRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 2025, il y a eu 10 rencontres du conseil d'administration et une assemblée générale.

DATES				
29 janvier	26 février	20 mars	9 avril	8 mai
18 juin	30 juillet	17 septembre	13 novembre	11 décembre

Les frais liés aux contributions volontaires des administrateurs pour la tenue des conseils d'administration ont été comptabilisés dans les états financiers et ont été estimés à 5 988 \$ pour l'année 2025.



SERVICE AUX MEMBRES

En 2025, les PCQ pouvaient compter sur 4 membres associés et 73 membres actifs.

MEMBRES ASSOCIÉS :

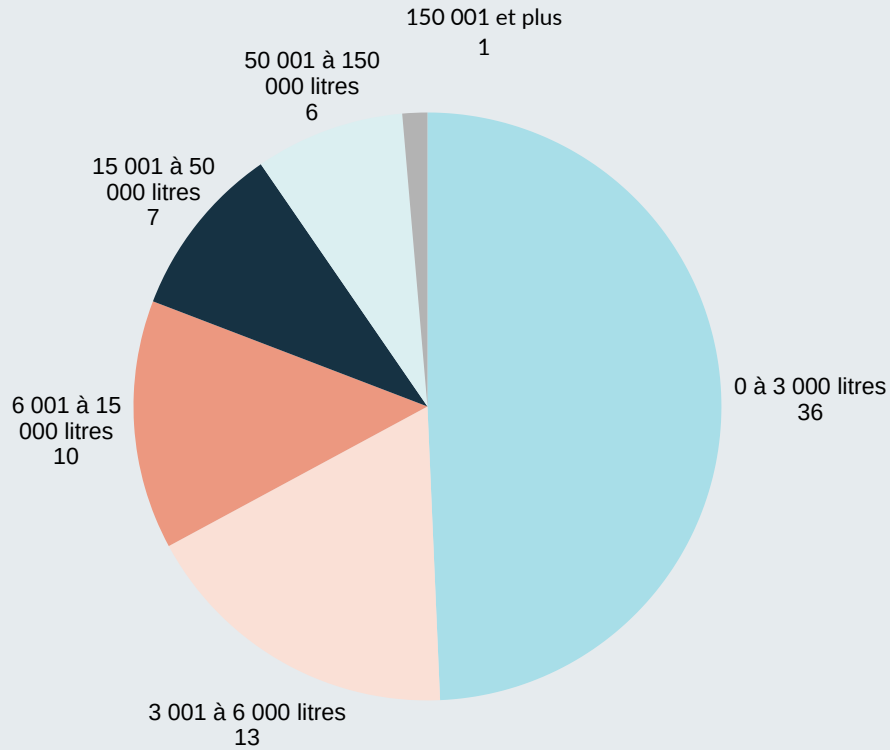
1	Pomdial
2	L'enclave des noyers
3	Ibride Cidre nature
4	Pomme Sauvage



MEMBRES ACTIFS :

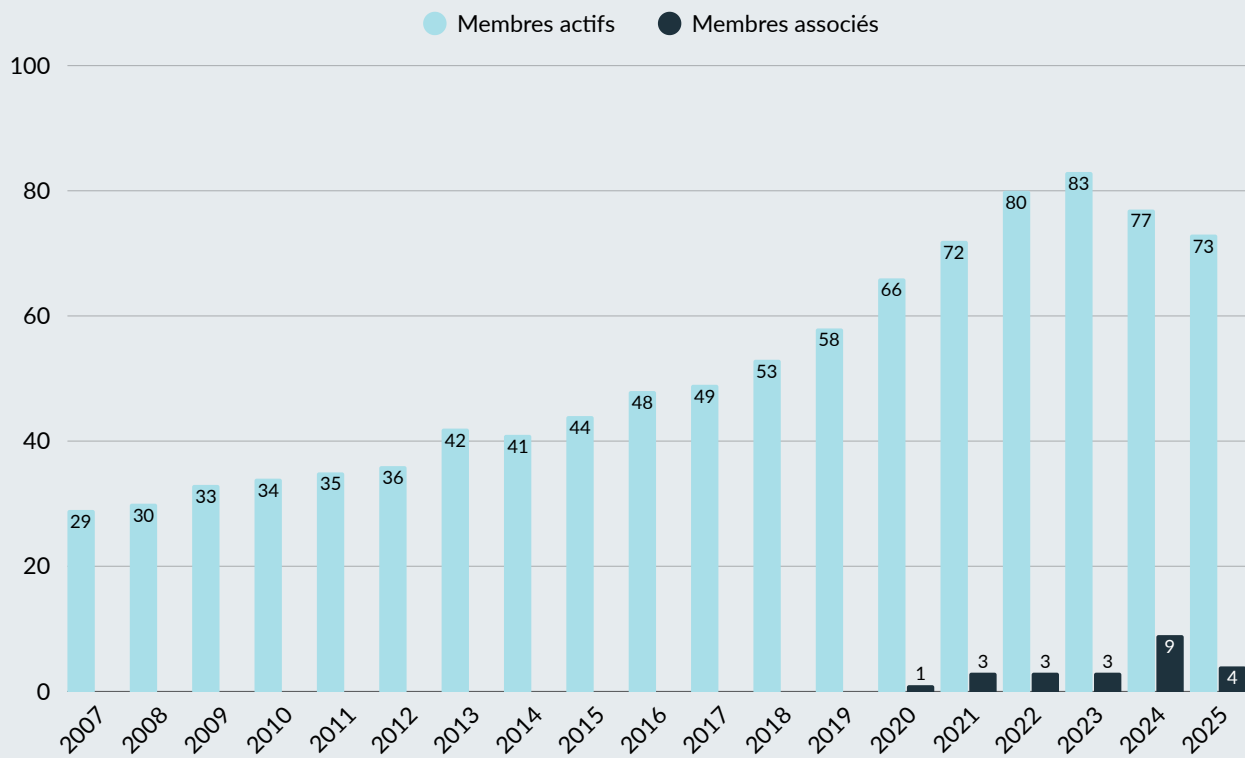
1	A. Lassoade inc. (Cidrerie Arista)	26	Cidrerie Saint-Antoine	50	La Capsule Temporelle
2	Au Pavillon de la Pomme	27	Cidrerie St-Nicolas	51	La Cidrerie des Générations
3	Au Pied de Cochon	28	Cidrerie Turbulence	52	La Cidrerie du Village
4	Autour de la Pomme senc	29	Cidrerie Verger Bilodeau	53	La Cidrerie d'un hectare
5	Cassine	30	Clos Shanouk	54	L'Abbaye de Saint-Benoit-du-Lac
6	Chemin des Sept	31	Domaine de Dunham	55	Labonté de la pomme
7	Cidre Choinière	32	Domaine de Lavoie	56	Les cidres Aurea Mediocritas
8	Cidre Intrus	33	Domaine du Nival	57	Les Roy de la Pomme
9	Cidre Sauvageon	34	Domaine du Petit St-Joseph	58	Les Vergers Denis Charbonneau
10	Cidrerie & Verger à l'Orée du Bois	35	Domaine Hébert	59	Terre 50
11	Cidrerie Cryo	36	Domaine Héritage	60	Val Caudalies
12	Cidrerie Dragos	37	Domaine Labranche	61	Verger Allen Demers
13	Polyculture Plante	38	Domaine Lafrance	62	Verger Cidrerie Baie St-Pomme
14	Cidrerie du Chemin 9	39	Domaine Orléans	63	Verger Cidrerie Larivière
15	Cidrerie du Minot	40	Domaine RITT	64	Verger et Cidrerie Merleau
16	Cidrerie et Distillerie C.E. Petch	41	Domaine Sainte-Famille	65	Verger Ferland
17	Cidrerie Famille Tremblay	42	Domaine Steinbach (Domaine Saint-Pierre)	66	Verger Joe Giguère
18	Verger Lacroix	43	Ferme Black Creek	67	Verger Lamarche
19	Cidrerie le Somnambule	44	Ferme Cidricole Équinoxe	68	Vergers Archambault
20	Ferme cidricole l'Enraciné	45	Ferme cidricole Moulton Hill	69	Vergers de velours Bianca et Robin Voyer senc
21	Cidrerie Les Travaux et les Jours	46	Intermiel inc.	70	Vergers Philion
22	Cidrerie Michel Jodoin	47	Joli Rouge Ltée	71	Vignoble Camy
23	Cidrerie Milton	48	Jus Sec	72	Vignoble de Ste-Pétronille
24	Cidrerie Paradoxe	49	La Brasserie McAuslan	73	Vignoble et Cidrerie Coteau St-Paul
25	Cidrerie Rockburn / Vergers Frier				

RÉPARTITION DES MEMBRES PAR CATÉGORIE – 2025



Selon les données compilées de nos membres, le volume total de litres de cidre déclaré en 2025, et donc produit en 2024, était de 1,69 M de litres.

ÉVOLUTION DU MEMBERSHIP



Infolettres

En 2025, un total de 25 infolettres ont été envoyées aux membres et partenaires de l'industrie. L'envoi électronique à 871 destinataires permet aux abonnés d'être avisés des différents enjeux, des opportunités d'affaires et de recevoir des informations stratégiques touchant le secteur cidricole.



Inscrivez-vous à l'infolettre!

Communiqués

D'autres mentions ont également été répertoriées telles que le mot du président dans *La Terre de chez nous*, la diffusion de communiqués de presse et la participation à différents reportages et articles consacrés au cidre du Québec.



En plus des trousse de démarrage offertes aux nouveaux membres, ceux-ci sont invités à participer à plusieurs groupes, dont le groupe privé des PCQ sur Facebook, qui compte 337 membres et favorise les échanges sur les nouveautés, événements et sujets d'intérêt touchant l'industrie.

www.facebook.com/groups/MembresPCQ/

BONS COUPS ET DISTINCTIONS DES MEMBRES

Coupe des Nations 2025

- Domaine Orléans
- Vergers Phillon
- Domaine Steinbach
- Intermiel inc.
- Cidrierie Verger Bilodeau
- Cidrierie du Minot
- Les Vergers Petit et Fils
- Cidrierie Paradoxe
- Cidrierie Autour de la Pomme
- Domaine Hébert

En collaboration avec la Coupe des nations et des producteurs honorés dans le cadre de ce concours, nous avons eu la possibilité de placer une annonce dans le magazine Salut Bonjour, encarté dans *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, le samedi 27 septembre dernier.



Coupe des bières du Canada

Avec 97 candidatures et 15 prix remis le 11 novembre dernier à Québec, la Coupe des bières du Canada a dévoilé ses gagnants. Félicitations à la Cidrierie Verger Bilodeau, qui a remporté le bronze dans la catégorie Cidre de glace et cidre fortifié.



Sélection Mondiale des Vins – Top Cidre

Pour la première fois en 2025, l'équipe de Sélections Mondiales des Vins Canada a créé une catégorie dédiée au cidre, une initiative visant à accroître la visibilité et la reconnaissance du cidre du Québec dans le cadre d'un concours de renommée internationale.



Les Producteurs de cidre du Québec (PCQ) ont collaboré avec les organisateurs afin de soutenir la participation des producteurs et d'assurer une représentation de qualité de l'industrie cidricole québécoise. L'objectif était de présenter le meilleur du savoir-faire cidricole dans un contexte où l'intérêt pour le cidre est en pleine croissance.

La plus haute distinction du concours, Grand Or, a été décernée à Neige – cidre de glace du Québec (IGP).

Plusieurs cidres québécois ont également remporté une médaille d'or :

- Cidre de glace du Québec – IGP, Domaine Pinnacle (Pomdial)
- Dans ma bulle Brut, Cidrerie Autour de la pomme
- Rafale 2024, Équinoxe – Ferme cidricole
- Vieille Branche 2023, Cidrerie L'Enraciné
- Amour platonique, Cidrerie Milton

Cette première participation marque une étape importante pour la reconnaissance du cidre québécois sur la scène internationale et contribue à mettre en valeur la qualité et la diversité des produits élaborés par les producteurs d'ici.

Ordre national du mérite agricole

Des cidreries du Québec ont été mises à l'honneur à l'Ordre national du mérite agricole!

La Ferme B.M. (1987) inc. (Cidrerie Verger Bilodeau) et Polyculture Plante 1987 inc. (Cidrerie Bout de l'Île) se sont illustrées avec brio en remportant les distinctions suivantes :

- Gagnant national – Catégorie Or, 2e rang : Polyculture Plante 1987 inc.
- Lauréat régional – Catégorie Argent : 4e rang : Cidrerie Bilodeau
- Lauréat régional – Catégorie Argent : 7e rang : Domaine Hébert
-

Félicitations à ces entreprises inspirantes, l'Île d'Orléans est bien représentée!



MEMBRES PARTENAIRES

L'association des Producteurs de cidre du Québec compte des partenaires importants liés à l'industrie. Nous souhaitons les remercier chaleureusement de leur support!



pivohub.com



fermentis.com



papilles.ca



conceptb.ca



ecosoda.ca



raynoxinc.com



elnova.ca



pepiniererochon.com



oakleafglass.ca



stratégie & contenus gourmands

cervides.ca



dbsq.ca



coupedesnations.ca

oui L'agence

ouilagence.com



refrigerationamesse.com

