



Bâtisseurs de l'économie autochtone

Les Bleuets Mistassini Itée

Des bleuets qui voient du pays

par Hélène Katz

Après avoir consacré près de 30 années à acheter et à vendre des bleuets, Jean-Marie Fortin, membre de la nation innue, a appris qu'il y avait de fortes chances que son client du Maine ne se porte plus acquéreur de ses produits dès l'année suivante. « J'ai alors fait un compte rendu de la situation à mes enfants et, ensemble, nous avons décidé de prendre les choses en main », raconte-t-il. C'est ainsi que, en 1989, la ville de Dolbeau-Mistassini, au Québec, accueillait Les Bleuets Mistassini Itée, une entreprise nouvellement créée par M. Fortin et sa famille.

Les Bleuets Mistassini Itée prend soin d'acheter, de transformer et de revendre des bleuets sauvages et biologiques. Affichant un chiffre d'affaires annuel d'environ 20 millions de dollars, l'entreprise exporte 95 % de sa production. « Nous exportons dans 17 pays, dont l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Japon, la Chine, tout particulièrement à Hong Kong, et dans des pays d'Europe », indique le président de l'entreprise.

En 1997, l'entreprise familiale s'est vu décerner la certification ISO 9002. « Grâce à une telle certification, nos produits inspirent davantage confiance, puisque l'acheteur se voit rassuré quant à leur qualité », explique M. Fortin.

Les bleuets sont cultivés dans des plantations privées ou sont cueillis à l'état sauvage.



Les Bleuets Mistassini Itée, l'entreprise productrice de bleuets qu'a lancée Jean-Marie Fortin, affiche en moyenne un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 20 millions de dollars.

La bleuëtière de l'entreprise produit à elle seule quelque 1 814 000 kilogrammes par année.

Une fois récoltés, les bleuets sont expédiés à l'usine de transformation, où ils sont soumis à un processus de congélation rapide de manière à préserver leur saveur et leur valeur nutritive. L'usine emploie de 80 à 100 personnes toute l'année durant.

Les Bleuets Mistassini Itée commercialise ses produits en prenant part à des foires alimentaires qui se tiennent à l'échelle internationale et en s'associant avec des exportateurs canadiens, comme Dobexco Foods International Inc., ainsi qu'avec des importateurs de l'étranger. Dobexco Foods International Inc. possède des actions dans l'entreprise et gère près de la moitié des exportations. « Puisque, à nous seuls, nous ne pouvons

suite à la page 2

Mai 2002 – Numéro 2

En vedette

Les Bleuets Mistassini Itée (Québec)	1
Arnold Olson (Région de la capitale nationale)	2
Aliments Toka Foods (Québec)	3
Kitikmeot Foods Ltd. et Kitikmeot Hunters and Trappers Association (Nunavut)	4
Garry Albert (Saskatchewan)	5
Kitasoo Aquafarms Ltd. (Colombie-Britannique)	6
Kivalliq Arctic Foods et Kitsaki Meats Limited Partnership (Nunavut et Saskatchewan)	7
Première nation de Rolling River (Manitoba)	8



Agriculture et alimentation

Le présent numéro de *Bâtisseurs de l'économie autochtone* fait connaître des entrepreneurs inuits et des Premières nations qui cultivent le succès dans les secteurs de l'agriculture et de l'alimentation.

Consultez notre base de données rassemblant des histoires de réussite des Autochtones, à l'adresse www.ainc-inac.gc.ca (cliquez sur Salle des nouvelles).

La cuisine autochtone fait son entrée sur la scène internationale

par Edwinna von Baeyer

Il suffit d'écouter le chef Arnold Olson décrire l'un de ses menus préférés pour avoir l'eau à la bouche : potage des Trois Sœurs, venaison glacée aux baies de genièvre, salade de fleurs sauvages, pain bannock et tarte aux bleuets.

Originaire du Nord de la Saskatchewan et membre de la Première nation crie, M. Olson perfectionne depuis plus de 20 ans ses talents culinaires. Tout au long de sa carrière, il a reçu tant des prix que des éloges. Cependant, il n'a pas fait ses premières armes comme chef spécialisé dans la cuisine autochtone. Il a fait son apprentissage dans divers restaurants, de Saskatoon à Toronto, s'initiant au métier et rêvant d'une carrière prospère consacrée à ses activités préférées, soit imaginer et préparer des repas succulents.

En 1991, on lui a demandé de se joindre à une équipe de chefs autochtones en lice pour les Olympiades culinaires mondiales de 1992, qui se tenaient à Francfort, en Allemagne. « Après avoir suivi une formation d'une année, l'équipe s'est mise à collectionner les médailles, explique le chef. Nous avons remporté sept médailles d'or, deux d'argent et une de bronze. » À lui seul, M. Olson a été gratifié d'une médaille d'or et d'une de bronze.

Puis, en 1995, il a concocté un déjeuner fait d'aliments autochtones à l'intention des chefs d'État qui participaient au Sommet du G7, à Halifax. Il a aussi mis à profit ses talents en travaillant au restaurant de la



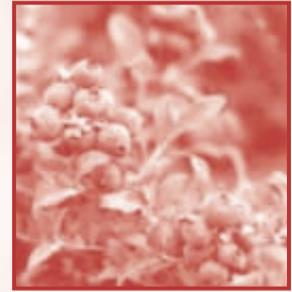
Le chef Arnold Olson fait connaître la cuisine autochtone au reste du monde.

colline du Parlement avant de créer, en 1997, sa propre entreprise de traiteur, l'Aboriginal Catering Services. Depuis, M. Olson cuisine de bons petits plats pour des clients des secteurs public et privé, dont la liste s'allonge de jour en jour.

Bien qu'il n'ait toujours pas renoncé à préparer de délicieux mets autochtones, M. Olson vient d'emprunter un tournant intéressant dans sa carrière. De fait, il cherche à devenir un consultant réputé pour les restaurants et les hôtels qui souhaitent élaborer des menus intéressants privilégiant la cuisine autochtone. Il fait observer que, à l'heure actuelle, il se fait de plus en plus présent lors des salons de l'alimentation tenus partout dans le monde. À ces expositions, M. Olson prend un plaisir fou à faire connaître les aliments autochtones, à raffiner le goût du public, à faire la promotion des produits servis par des entreprises alimentaires autochtones, à enseigner la façon juste d'apprêter ces aliments et à s'amuser avec les participants. Bientôt, il assistera à des foires alimentaires internationales au Chili, en Afrique du Sud et aux États-Unis, tout particulièrement à New York.

À ses yeux, M. Olson poursuit une carrière fort gratifiante qui, doit-il admettre, n'est sans doute pas à la portée de tous. « Pour se plaire dans une carrière comme celle-ci, il faut être passionné, car ce type de travail requiert de la discipline, du dévouement et un sens de l'observation aiguisé pour pouvoir s'imprégner des principes essentiels. » Tout jeune, il songeait déjà à s'engager sur cette voie. À 14 ans, il jouait les guides de pêche, aidant notamment les touristes en visite au sein de sa collectivité à aménager leur campement. « De toutes les tâches à accomplir, celle que j'appréciais par-dessus tout était d'allumer le feu et de préparer le repas pour tout le monde! »

Pour obtenir d'autres renseignements, vous pouvez composer le (819) 682-1330 ou faire parvenir un message électronique à l'adresse arnoldolson@videotron.ca *



« Des bleuets qui voient du pays »

suite de la page 1

mener à la perfection toutes les étapes inhérentes au type d'entreprise que nous exploitons, il vaut mieux déléguer à quelqu'un d'autre les tâches liées aux exportations », fait observer M. Fortin.

Pour M. Fortin, il coulait de source que l'exportation de bleuets était la décision qu'il lui fallait prendre. « La population au Canada nous impose des contraintes, étant donné sa petitesse », indique M. Fortin. Voilà pourquoi l'entreprise a cru bon de faire affaire avec des sociétés d'exportation. Par le passé, l'exportation pouvait poser problème; toutefois, cette période est désormais révolue. « Internet a l'avantage de rapprocher les gens vivant d'un bout à l'autre du globe », constate l'homme d'affaires.

L'entreprise n'a pas cessé pour autant de commercialiser ses produits sur la scène locale. À l'heure actuelle, elle est à négocier la possibilité de confier à une importante chaîne d'épicerie la distribution de ses fruits.

Grâce à son souci de la qualité, les Bleuets Mistassini ltée arrive à se distinguer des autres entreprises. « Le fait d'avoir en main toutes les certifications liées à l'alimentation nous confère un certain avantage par rapport à la concurrence », affirme M. Fortin.

Visitez le site des Bleuets Mistassini ltée à l'adresse www.bleuets-mistassini.com *

Des aliments sauvages pour les palais aventuriers

par Hélène Katz

Debout devant le stand monté par sa compagnie lors du New York Fancy Food Show, Henri Picard guettait avec impatience la réaction des passants auxquels un journaliste de la chaîne CNN faisait goûter la gelée de sapin baumier. « Je priais à genoux que les gens apprécient mon produit », avoue le président de la compagnie, dans un éclat de rire. Ses prières ont été exaucées : la gelée a connu un franc succès.

Fondée en mars 2000 à Wendake, au Québec, la société fabrique et vend, sous l'étiquette *Délices sauvages*, une gamme de 31 produits faits à partir de denrées sauvages cueillies un peu partout au Canada. Quelque 75 personnes, dont environ la moitié sont Autochtones, s'affairent à récolter les produits sauvages issus de tous les coins du pays afin de ravitailler Aliments Toka Foods.

Au nombre de ces produits, mentionnons l'amélanche, l'airelle de montagne, la cerise de Virginie, le cœur de quenouille, la câpre de la marguerite blanche (le bouton de la marguerite est cueilli avant la floraison et est ensuite mariné) et la crosse de fougère. S'activant dans une cuisine agréée par le gouvernement du Canada, les employés de l'entreprise Aliments Toka Foods veillent à transformer ces ingrédients en gelée, en chutney, en vinaigre, en moutarde, en ketchup et en huile.

« Nous mettons sans cesse à l'épreuve de nouveaux produits », indique M. Picard, membre de la nation huronne de Wendake, en rappelant qu'il existe quelque 350 plantes sauvages comestibles au Canada.

L'an dernier, l'entreprise a ajouté des pointes d'épinette à sa liste d'ingrédients, conférant ainsi un goût prononcé aux aliments. Le chef d'un restaurant de Toronto a eu le plaisir de déguster le produit d'une telle innovation lors d'un salon de l'alimentation. Aussitôt, il a réservé les 30 caisses que l'entreprise avait produites jusqu'à maintenant. « Plus tard, nous avons découvert que son restaurant portait le nom de *Spruce*,



qui signifie "épinette", raconte M. Picard. Je suis impatient de savoir s'il fera de nouveau appel à nos services. »

Les aliments sauvages nécessaires à la préparation des produits sont cueillis à la main et non au moyen d'une machine. Bien qu'une telle façon de procéder fasse augmenter quelque peu le prix des produits, M. Picard estime que le coût est justifié. « Il y a certes un prix à payer, eu égard à la considération que les acheteurs portent aux produits sauvages et aux gens qui les cueillent », poursuit M. Picard.

Au Québec, les produits sont vendus à Kahnawake, au Jardin botanique de Montréal, au Biodôme, au monastère d'Oka et au Village huron de Québec. Désireux de vendre leurs produits dans le reste du Canada et à l'étranger, M. Picard et sa conjointe, Danielle Bellange, ont choisi de faire équipe avec Gerald Le Gal. Avant de s'associer, ce dernier produisait déjà de la gelée de sapin baumier et de cèdre faite à partir de produits sauvages. D'ailleurs, il commercialise ses produits au Québec sous son propre nom, *Gourmet Sauvage*, tandis que Aliments Toka Foods concentre ses efforts à exporter la famille de produits *Délices sauvages*. « Il est difficile pour une petite entreprise de vendre ses produits localement et d'entreprendre des activités promotionnelles dans le reste du monde », explique M. Picard.

L'entreprise Aliments Toka Foods a présenté ses produits au Salon international de l'alimentation, qui s'est tenu à Paris en 2000 et à Montréal l'année suivante; il s'agit du plus important salon du genre à l'échelle



Henri Picard et son entreprise, qu'il a baptisée Aliments Toka Foods, s'appliquent à transformer des produits sauvages en aliments raffinés.

mondiale. Un distributeur en France et un autre aux États-Unis aident l'entreprise à écouler ses produits. Pendant ce temps, M. Picard se promène dans le monde entier, à la recherche de distributeurs spécialisés en aliments fins ou réputés auprès des boutiques gastronomiques.

Sous la direction de Laurent Tremblay, un chef primé, Aliments Toka Foods a également commencé à offrir des services de traiteur, mettant à l'honneur les produits étiquetés *Délices sauvages*. La nature inhabituelle de ses hors-d'œuvre de type sauvage suscite beaucoup d'intérêt. « Nous n'avons pas encore fait de publicité pour Toka Catering. Jusqu'à présent, nous nous sommes fait connaître de bouche à oreille, précise l'entrepreneur. Le caractère unique de nos produits suffit pour combler nos besoins publicitaires. »

Vous pouvez communiquer avec des représentants de Aliments Toka Foods par courriel à l'adresse toka@sympatico.ca *

Le bœuf musqué : un vrai délice pour le palais

par Raymond Lawrence

Animal robuste membre de la famille de la chèvre, le bœuf musqué occupe de plus en plus une place de choix sur le menu des restaurants de fine cuisine et dans d'autres établissements dignes d'intérêt.

Bien que la Kitikmeot Foods Ltd. soit principalement réputée pour son omble chevalier, cette entreprise établie à Cambridge Bay, au Nunavut, cultive depuis plus de 10 ans le goût du public pour le bœuf musqué.

Nombreux sont ceux qui, attirés par la nouveauté, font l'expérience du bœuf musqué. Toutefois, cette viande offre davantage qu'un goût hors de l'ordinaire. Le bœuf musqué se compare, en apparence, au bœuf de choix, bien qu'il compte un taux d'humidité 5 % plus élevé et qu'il soit considéré par bon nombre de consommateurs comme étant plus tendre. En comparaison avec le bœuf ordinaire, il est 44 % moins gras, contient 22 % moins de calories et présente 6 % plus de protéines.

La Kitikmeot Foods Ltd. se conforme aux normes canadiennes afin d'offrir des produits de première qualité. Puisqu'elle a recours à un inspecteur qui œuvre sur place, elle peut commercialiser son produit aux États-Unis et dans certains pays autres que ceux de l'Union européenne. « Étant donné que nos produits sont plutôt chers, nous les vendons à des grossistes qui, à leur tour, les vendent à des propriétaires de restaurants haut de gamme. Nous apprêtons principalement les entrecôtes et les filets », explique Calvin Schindel, directeur général de la Kitikmeot Foods Ltd. Dans la vente en gros, ces morceaux ont une valeur marchande d'à peu près 40 \$ le kilogramme, tandis qu'on peut se procurer de la viande hachée pour environ 10 \$ le kilogramme.

La viande séchée faite à partir de bœuf musqué a aussi acquis une importante notoriété, qu'on pourrait même qualifier d'extraordinaire. D'ailleurs, après sa visite dans le Nord, où il a eu l'occasion de déguster la viande séchée préparée par

Le bœuf musqué fait la conquête de nouveaux territoires à mesure que sa viande et sa laine de grande qualité prennent pied sur des marchés inexplorés.



la Kitikmeot Foods Ltd., Chris Hatfield, l'astronote canadien, s'est laissé séduire par le produit, à un point tel qu'il en a apporté une provision à bord de la navette spatiale!

Plus près de chez nous, la chasse au bœuf musqué est ouverte au printemps et à l'automne. D'une durée de deux semaines, la saison de chasse mobilise jusqu'à 29 travailleurs, affairés à diverses activités, allant de la chasse à l'abattage. Lorsque vient le moment de la récolte, quelque 40 bêtes sont sélectionnées quotidiennement, ce qui représente en moyenne 400 bœufs musqués par année. Les ouvriers agricoles n'amassent des gains qu'après s'être départis du 350^e animal environ. Une fois apprêté pour la mise en vente, un bœuf musqué pèse entre 127 et 132 kilogrammes.

Le bœuf musqué n'a pas uniquement bâti sa réputation sur la qualité de sa viande. De fait, son épais duvet isolant qui pousse sous ses longs poils sert à fabriquer le *qiviut*, une laine de la plus haute qualité, reconnue à l'échelle mondiale. Renommée pour sa remarquable rétention calorifique, la laine de bœuf musqué peut rapporter des centaines de dollars le kilogramme.

En 1999, une division commerciale a été incorporée à la Kitikmeot Hunters and Trappers Association. Cette nouvelle organisation, qui porte le même nom que

l'entreprise, a pris comme toute première initiative d'acheter des peaux de bœuf musqué auprès des chasseurs membres de l'association. Désireuse de produire de la laine de bœuf musqué, elle s'est ensuite affiliée à la Mini-Mills Ltd., une usine de traitement des textiles située sur l'Île-du-Prince-Édouard. En plus d'assurer la commercialisation des produits, la Mini-Mills Ltd. a créé une filature capable de transformer la riche fourrure du bœuf musqué en une laine d'une qualité propre à produire le *qiviut*. Chaque année, la récolte durable pratiquée au Nunavut et dans les Territoires du Nord-Ouest permet de capturer plusieurs milliers de bœufs musqués, procurant une grande quantité de peaux. Il est à espérer que, tôt ou tard, une telle filature voie le jour dans le Nord.

Pour obtenir de l'information sur les ventes de la Kitikmeot Foods Ltd., veuillez composer le (867) 669-9999. Pour des renseignements sur la Kitikmeot Hunters and Trappers Association, communiquez avec Agnes Egotak au (867) 982-4201. Par ailleurs, si vous êtes intéressé à vous procurer un *qiviut*, visitez le site Web de la Mini-Mills Ltd. à l'adresse www.minimills.net/qiviut.htm ou encore composez sans frais le 1 800 827-3397. *

Raymond Lawrence est un rédacteur à la pige d'ascendance ojibway et européenne.