

## Rapport d'évaluation périodique

Dossier : 280-20-01

**Évaluation périodique des interventions du**  
**Syndicat des producteurs de**  
**lapins du Québec**  
**dans la mise en marché**

6 octobre 2010

## TABLE DES MATIÈRES

|        |                                                                                                                                                |    |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.     | OBJET                                                                                                                                          | 4  |
| 2.     | SÉANCE PUBLIQUE                                                                                                                                | 4  |
| 3.     | PARTICIPANTS                                                                                                                                   | 5  |
| 4.     | SYNTHÈSE DE LA MONOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE CUNICOLE AU QUÉBEC                                                                                   | 5  |
| 4.1    | La consommation                                                                                                                                | 6  |
| 4.2    | La mise en marché                                                                                                                              | 6  |
| 4.3    | La production                                                                                                                                  | 8  |
| 4.4    | La transformation                                                                                                                              | 9  |
| 4.5    | L'intervention gouvernementale                                                                                                                 | 9  |
| 4.6    | La compétition sur les marchés                                                                                                                 | 10 |
| 4.7    | Les enjeux et conclusions                                                                                                                      | 11 |
| 5.     | RAPPORT DES INTERVENTIONS DU SYNDICAT DANS LA MISE EN MARCHÉ<br>DES PRODUITS VISÉS PAR LE PLAN CONJOINT DES PRODUCTEURS DE<br>LAPINS DU QUÉBEC | 11 |
| 5.1    | Portrait de la production                                                                                                                      | 12 |
| 5.2    | Administration du Plan conjoint                                                                                                                | 12 |
| 5.3    | Développement de l'application du Plan conjoint                                                                                                | 13 |
| 5.4    | Objectifs et moyens mis en œuvre                                                                                                               | 13 |
| 5.5    | Analyse des résultats                                                                                                                          | 14 |
| 5.5.1  | L'agence de vente                                                                                                                              | 14 |
| 5.5.2  | Le financement                                                                                                                                 | 14 |
| 5.5.3  | Les parts de production attribuées                                                                                                             | 14 |
| 5.5.4  | Les surplus                                                                                                                                    | 14 |
| 5.5.5  | Les prix et catégories                                                                                                                         | 15 |
| 5.5.6  | La promotion                                                                                                                                   | 15 |
| 5.5.7  | La recherche et le développement                                                                                                               | 16 |
| 5.5.8  | Les conseils aux producteurs                                                                                                                   | 16 |
| 5.5.9  | L'information aux producteurs                                                                                                                  | 16 |
| 5.5.10 | Les représentations                                                                                                                            | 16 |
| 5.6    | Les enjeux et les pistes d'action                                                                                                              | 17 |
| 6.     | PRÉSENTATION DE L'UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES                                                                                              | 17 |
| 7.     | PRÉSENTATION DE M. GHISLAIN BOISCLAIR                                                                                                          | 19 |
| 8.     | PRÉSENTATION DE M. CLAUDE DICAIRE                                                                                                              | 19 |
| 9.     | COMMENTAIRES ET RÉACTIONS DES INTERVENANTS                                                                                                     | 20 |
| 10.    | ANALYSE                                                                                                                                        | 20 |
| 11.    | RECOMMANDATIONS                                                                                                                                | 21 |

## **LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS**

|          |                                                                          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|
| AAC      | Agriculture et Agroalimentaire Canada                                    |
| CDAQ     | Conseil pour le développement de l'agriculture au Québec                 |
| MAPAQ    | Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec |
| PPA      | Part de production attribuée                                             |
| Régie    | Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec                    |
| RAGCQ    | Regroupement pour l'amélioration génétique cunicole du Québec            |
| Syndicat | Syndicat des producteurs de lapins du Québec                             |
| UPA      | Union des producteurs agricoles                                          |

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 1. OBJET

L'article 62 de la Loi sur la mise en marché des producteurs agricoles, alimentaires et de la pêche (L.R.Q., M-35.1) (La loi) prévoit que la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (la Régie) doit procéder à une évaluation périodique des interventions d'un office dans la mise en marché du produit visé par le plan conjoint qu'il administre.

En effet, cet article précise que :

« 62. À la demande de la Régie et au plus tard à tous les cinq ans, chaque office établit devant la Régie, ou devant les personnes qu'elle désigne pour lui faire rapport, que le plan et les règlements qu'il édicte servent les intérêts de l'ensemble des producteurs et favorisent une mise en marché efficace et ordonnée du produit visé.

La Régie donne alors aux personnes intéressées à la mise en marché du produit visé l'occasion de présenter leurs observations sur l'application du plan et des règlements concernés. »

Conformément à cette obligation qui lui est faite, la Régie a désigné M. René Cormier, Mme Louise Cobetto et M. Jean-Claude Blanchette (les personnes désignées) pour lui faire rapport quant à l'évaluation des interventions du Syndicat des producteurs de lapins du Québec (le Syndicat) dans la mise en marché du produit visé par le Plan conjoint des producteurs de lapins du Québec (le Plan conjoint) qu'il est chargé d'administrer. La dernière évaluation a fait l'objet d'une séance publique tenue le 10 juillet 2003, à Drummondville.

## 2. SÉANCE PUBLIQUE

Le Syndicat et les intervenants concernés de l'industrie ont été invités par lettre de la Régie, en date du 20 mai 2010, à participer à la séance publique. Un avis public est également paru dans l'édition du 20 mai 2010 du journal *La Terre de chez-nous*, invitant les personnes intéressées à participer à la séance prévue le 17 juin 2010, à Drummondville.

Les objectifs visés par la Régie et communiqués dans la lettre d'invitation sont les suivants :

- prendre connaissance de la situation actuelle du secteur;
- évaluer la pertinence et les résultats des interventions de l'Office dans la mise en marché du produit visé à l'aide, notamment, d'indicateurs;
- identifier les cibles stratégiques et les priorités des prochaines années qui permettront d'optimiser les résultats des interventions de l'Office dans la mise en marché.

Durant la séance publique, les personnes désignées ont reçu la présentation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le rapport du Syndicat et les observations de l'Union des producteurs agricoles (UPA), de M. Ghislain Boisclair, de « Les Lapins de Stanstead », producteur et acheteur, et de M. Claude Dicaire, de « Ferme avicole d'Oka inc. ».

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

À la suite de chaque présentation, les participants furent invités à questionner ou à commenter. Les documents déposés sont disponibles à la Régie pour les intéressés.

Par ce rapport, après avoir donné une synthèse des présentations et commentaires, les personnes désignées présentent à la Régie leur analyse et recommandations. Celles-ci portent sur les interventions du Syndicat dans la mise en marché du produit visé par le Plan conjoint et sur l'application de la réglementation.

### **3. PARTICIPANTS**

#### **Les personnes désignées par la Régie**

M. René Cormier, président de la séance et vice-président de la Régie  
Mme Louise Cobetto, régisseuse à la Régie  
M. Jean-Claude Blanchette, consultant

#### **Syndicat des producteurs de lapins du Québec**

M. Julien Pagé, président  
M. Claude Bergeron, vice-président  
M. Jean-Luc Croteau, administrateur  
M. Robert Racine, secrétaire général

#### **Union des producteurs agricoles**

M. Marc-André Coté, coordonnateur à l'aide aux groupes

#### **Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec**

Mme Rosalie Cliche, responsable sectoriel, Direction du développement et de l'innovation  
Mme Hélène Bergeron, directrice adjointe  
Mme Stéphanie Roy, responsable sectorielle

#### **Autres participants**

M. Ghislain Boisclair, Les Lapins de Stanstead, producteur et acheteur  
M. Claude Dicaire, président, Ferme avicole d'Oka  
M. Bruno Giuliani, Canards du Lac Brome Itée.

### **4. SYNTHÈSE DE LA MONOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE CUNICOLE AU QUÉBEC**

Mme Rosalie Cliche, du MAPAQ, présente une synthèse de la *Monographie de l'industrie cunicole au Québec* dont elle était responsable de la réalisation et de la coordination. Des copies de cette monographie sont disponibles sur place. Elle peut également être consultée sur le site Internet du MAPAQ.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

Mme Cliche informe les personnes intéressées des limites de la monographie. La période visée est de 2003 à 2007. Elle a été réalisée à partir des données économiques et financières disponibles. Les données du secteur étant restreintes, incomplètes ou regroupées avec d'autres secteurs, certains éléments n'ont pu faire l'objet de l'analyse.

Elle présente une analyse en sept points :

- la consommation
- la mise en marché
- la production
- la transformation
- l'intervention gouvernementale
- la compétitivité sur les marchés
- les enjeux et les conclusions.

#### **4.1 La consommation**

Au niveau mondial, l'Europe, avec une consommation annuelle moyenne par habitant de 0,908 kg à l'Est et de 1,73 kg à l'Ouest ainsi que l'Afrique, avec une moyenne de 0,664 kg, sont les plus grands consommateurs de viande de lapin.

Au Canada et au Québec, cette consommation demeure très marginale et stable à 0,022 kg alors que celle des autres viandes de spécialité manifeste une tendance à la hausse.

Le consommateur de viande de lapin accorde une importance à la valeur nutritive et recherche la qualité, la fraîcheur, le bon goût, l'originalité et la variété. Il s'intéresse aux découvertes culinaires et aux autres cultures. Enfin, il cherche des produits découpés et faciles à préparer.

En plus de ses qualités organoleptiques, la viande de lapin est une viande santé, faible en gras et riche en protéines, sélénium, vitamine B12 et acides gras oméga 3. C'est une viande facile à cuisiner et qui conserve ses qualités organoleptiques après la cuisson.

La viande de lapin répond parfaitement à la plus importante des tendances de consommation, soit celle liée à l'aspect santé.

#### **4.2 La mise en marché**

La mise en marché du lapin a subi de grands changements au cours des dernières années. Jusqu'en 2003, elle se faisait au moyen de contrats de vente entre les producteurs et les acheteurs. Depuis, à la suite de la création d'une agence de vente, elle se fait de façon collective avec des conventions négociées collectivement.

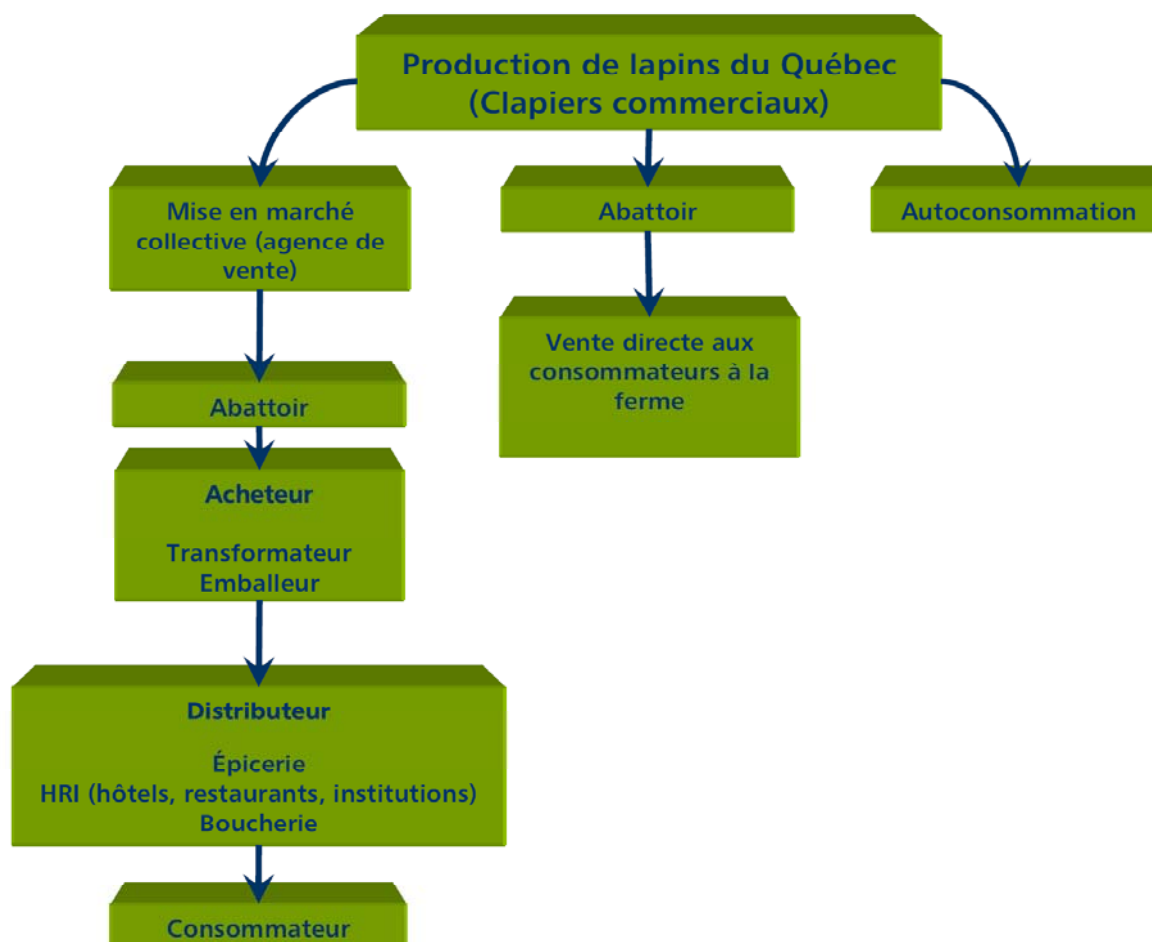
Mis à part l'autoconsommation et la vente à la ferme directement aux consommateurs, tout le lapin produit au Québec est mis en marché par l'agence de vente.

La Figure qui suit, tirée de la monographie, décrit le circuit d'approvisionnement, du producteur au consommateur.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

Figure 2 : Acteurs de la distribution du lapin au Québec



Source : ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

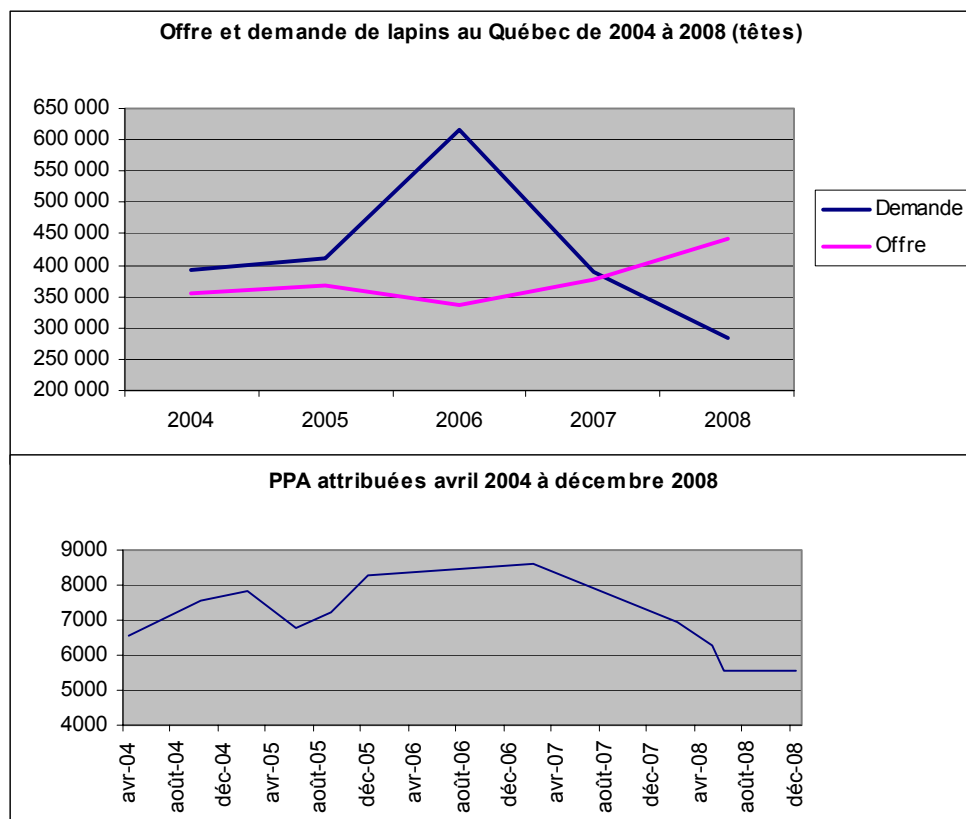
La période de 2005 à 2008 est caractérisée par un surplus de demande suivi d'un surplus de l'offre.

Le Syndicat a réagi, en application du *Règlement sur la mise en marché des lapins*<sup>1</sup>, en modifiant les parts de production attribuées aux producteurs (PPA). Chaque PPA représente un lapin qui peut être livré chaque semaine à l'agence de vente. Le nombre de parts est fonction de l'historique de production de chaque producteur. Les deux graphiques qui suivent en sont l'illustration.

<sup>1</sup> Décision 7498, 2002 G.O. 2, 1993.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique



Les surplus de production, généralement de l'ordre de 2 000 lapins en période estivale, se sont élevés, durant la période de mai 2007 et à septembre 2008, à 54 000 lapins. Les principaux facteurs qui tendent à l'expliquer sont la diminution des commandes au profit des producteurs de l'Ontario, la problématique de coordination entre l'offre et la demande et la perte de parts de marché au profit des autres viandes.

#### 4.3 La production

La Chine est le premier producteur mondial de lapin. L'absence de données rend impossible la détermination de la place du Canada dans la production mondiale.

Quelques pays européens, dont l'Italie et la France, se classent parmi les chefs de file en matière de technologie dans ce domaine.

Le Québec et l'Ontario sont les provinces ayant les inventaires de lapins les plus importants. Au Canada, depuis 1981, on remarque cependant une diminution généralisée des inventaires.



6 octobre 2010

**Rapport d'évaluation périodique**

Au Québec, sur la base des fiches d'enregistrement du MAPAQ, 130 producteurs, en moyenne, déclarent qu'ils possèdent ou produisent du lapin. Parmi eux, 38 possèdent 100 lapines et plus en production, ce qui représente près de 80 % du cheptel total du Québec. De ces 38 entreprises, 6 possèdent plus de 500 lapines. Leur élevage compte ainsi pour près de 30 % du cheptel québécois. La production semble être en croissance.

De 2004-2005 à 2007-2008, les données sur les ventes annuelles de lapins tirées des fiches d'enregistrement au MAPAQ ne concordent pas avec celles de l'agence de vente. Les fiches indiquent des ventes annuelles relativement stables de l'ordre de 400 000 lapins alors que les données de l'agence de vente indiquent une baisse des ventes de l'ordre de 390 000 à 330 000 lapins.

Cet écart, selon le MAPAQ, pourrait s'expliquer par des productions de lapin non déclarées à l'agence de vente ou par une augmentation des ventes directes au consommateur.

Quant à la répartition géographique des entreprises cunicoles, les régions de Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec comptent pour 73 % du cheptel québécois de lapines. Ces deux régions vendent 75 % de la production totale. Les régions de Mauricie, Montérégie-Est et Lanaudière accaparent respectivement 8, 7 et 6 % des ventes totales.

#### **4.4 La transformation**

Relativement à la transformation, l'information disponible au Québec concerne surtout l'abattage. Certaines entreprises font de la découpe mais le peu de renseignements disponibles n'en permet pas l'analyse.

La majorité des lapins sont abattus dans des abattoirs sous inspection fédérale. Le Québec et l'Ontario étaient, jusqu'en 2007, les deux plus importants joueurs dans le secteur de l'abattage.

Depuis mai 2008, le seul abattoir sous inspection fédérale au Québec a cessé ses activités et les volumes d'abattage ont été transférés en Ontario. Le nombre de lapins abattus au Québec est passé, de 2004 à 2006, de 424 446 à 291 130, pour une baisse de 33 %. Le nombre abattu en Ontario passait, pour la même période, de 201 461 à 304 186 pour une hausse de 33 %.

#### **4.5 L'intervention gouvernementale**

Le secteur cunicole bénéficie d'un appui des différents paliers gouvernementaux.

Le MAPAQ soutient le développement du secteur par un accompagnement professionnel. Il accorde également un soutien financier dans le cadre du *Programme d'appui financier aux regroupements et aux associations de producteurs désignés*. Il a ainsi soutenu le fonctionnement du Syndicat et les initiatives de recherche et d'innovation, notamment quant à l'évaluation du rendement en carcasse et muscle.

**6 octobre 2010****Rapport d'évaluation périodique**

La Financière agricole du Québec soutient également le développement du secteur. Depuis 2001-2002, de 15 à 18 producteurs dont la cuniculture est l'activité principale ont reçu du financement. Depuis juillet 2004, le Syndicat bénéficie d'une ouverture de crédit de 250 000 \$.

Une cinquantaine d'entreprises sont inscrites au programme Agri-stabilité mis en place dans le cadre du *Programme canadien de stabilisation du revenu agricole*. Plus de la moitié de celles-ci affirment que les ventes de lapins constituent leur principale source de revenu. Les indemnités moyennes versées en vertu de ce programme ont varié entre 8 000 \$ et 14 000 \$ depuis la mise en place de ce programme en 2003.

Le Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec (CDAQ), créé à la suite d'une entente entre l'UPA et Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), a aussi financièrement soutenu la réalisation de différents projets de recherche. Depuis 2000, le CDAQ y a investi 175 222 \$.

#### **4.6 La compétitivité sur les marchés**

Selon AAC, la compétitivité est la capacité d'accroître ou de maintenir ses parts de marché d'une façon rentable et soutenue. C'est aussi la capacité d'offrir, aux acheteurs d'un marché donné, une combinaison « produits/qualité/prix » au moins aussi intéressante que celle des autres fournisseurs et en volumes suffisants.

Tenant compte des informations disponibles, trois indicateurs de compétitivité sont ici retenus : la réponse et l'adaptation aux demandes des marchés, les performances des entreprises, les relations d'affaires et le cadre réglementaire.

La réponse et l'adaptation aux demandes des marchés devront se faire par des produits santé et de spécialité qui répondent aux tendances de la consommation. C'est un défi qui comporte plusieurs dimensions dont la réponse aux volumes demandés et la présentation du produit au consommateur. Sur ces aspects, le secteur ne semble pas avoir bien répondu. La production a connu des épisodes de pénurie et de surplus. Concernant la présentation du produit fini au consommateur, la viande de lapin est surtout vendue sous forme de carcasse entière; elle est très peu transformée comparativement aux produits concurrents.

Concernant la performance des entreprises, on observe, de 2000 à 2007, une croissance régulière et soutenue des volumes annuels de lapins vendus par les entreprises du Québec sur un marché canadien qui est stable. Par ailleurs, la situation s'est inversée à partir de 2007. La perte de compétitivité est associée à la perte de clients pour les distributeurs de lapins du Québec au profit de ceux de l'Ontario et à la fermeture du seul abattoir québécois agréé par le gouvernement fédéral.

Quant aux relations d'affaires, il est connu que la compétitivité d'une industrie exige une excellente collaboration entre les partenaires de la chaîne de valeur. À ce chapitre, il y a eu arrêt des activités de la Table filière en 2001. Cependant, depuis février 2010, une structure de concertation a été mise en place.

Enfin, considérant que la Régie a imposé une tutelle en juin 2008, le cadre réglementaire apparaît avoir présenté certaines lacunes.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

#### 4.7 Les enjeux et conclusions

L'industrie cunicole a traversé une crise majeure en 2007 et 2008. Pour assurer sa pérennité et retrouver ses marchés, il lui sera primordial d'accroître son niveau de compétitivité.

Cette industrie possède plusieurs atouts: un produit qui répond aux tendances de la consommation, une capacité de production qui pourrait répondre à la demande et la récente mise en place d'une structure de concertation.

Par ailleurs, le secteur cunicole fait face à des impératifs incontournables. Il doit diversifier l'offre et la présentation des produits pour répondre aux besoins des consommateurs, mieux faire connaître le produit, préserver des relations d'affaires harmonieuses entre les maillons du secteur et poursuivre les efforts en recherche et innovation.

### 5. RAPPORT DES INTERVENTIONS DU SYNDICAT DANS LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS VISÉS PAR LE PLAN CONJOINT DES PRODUCTEURS DE LAPINS DU QUÉBEC

Le Syndicat dépose et présente le document *Rapport du SPLQ présenté à la RMAAQ dans le cadre de l'évaluation périodique des producteurs de lapins du Québec*.

Par cette présentation, il entend démontrer qu'il est en mesure d'administrer le Plan conjoint. Le Conseil d'administration croit que les moyens mis de l'avant au cours des années favorisent une mise en marché ordonnée et efficace et servent l'intérêt de l'ensemble des personnes visées. La Régie a déjà procédé à une évaluation en 1997 et en 2003. Son rapport vise la période 2003 à 2009.

Après avoir présenté ses objectifs, le Syndicat, fondé en 1979, indique que depuis l'approbation du Plan conjoint en 1991, il dispose, à titre d'administrateur, des pouvoirs nécessaires conférés par la Loi pour organiser une mise en marché ordonnée des lapins. Il a conséquemment mis en place le *Règlement sur la mise en marché des lapins* et le *Règlement sur la disposition des surplus des producteurs de lapins*<sup>2</sup>. Depuis 2003, Il gère l'agence de vente mise en place à la suite de l'entrée en vigueur de nouvelles conventions d'achat avec les principaux acheteurs de lapins.

Il regroupe l'analyse de ses interventions sous les thèmes suivants :

- Portrait de la production
- Administration du Plan conjoint
- Développement de l'application du Plan conjoint
- Objectifs et moyens mis en œuvre
- Analyse des résultats.

---

<sup>2</sup> Décision 8050, 2004 G.O. 2, 2694.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 5.1 Portrait de la production

Le Syndicat ajoute, en complément, au portrait de la production cunicole présenté dans la monographie du MAPAQ, quelques informations et constats.

En 2006, le Québec et l'Ontario détenaient les inventaires les plus importants de lapins au Canada : le Québec avec 102 350 lapins et 49,5 % du total et l'Ontario avec 75 680 lapins pour 36,7 % du total. Depuis 2001, les données du MAPAQ démontrent une progression des ventes de lapins au Québec de 3,5 % de 2000 à 2004 et de 4 % de 2004 à 2008.

Deux régions, Chaudière-Appalaches et Centre-du-Québec, produisent et vendent 71 % de la production québécoise. Au cours des quatre dernières années, les ventes de lapins par l'agence ont diminué de 16,8 % pour se situer à 326 100 lapins au cours de la saison de commercialisation 2008-2009, incluant 24 000 lapins en surplus entreposés. La demande des acheteurs a été supérieure à l'offre des producteurs de 2003 à 2007 mais la situation s'est inversée en 2008-2009.

Au cours de cette dernière année de commercialisation, on comptait 57 producteurs commerciaux au Québec. Trente-sept étaient détenteurs de parts de production attribuées dont neuf ont fourni 51 % du volume commercialisé par l'agence. Plus de la moitié des producteurs livrent moins de 50 lapins par semaine.

Le Québec comptait deux abattoirs en 2009 pour abattre et transformer la production. Seulement un, récemment installé, détient un permis fédéral. En 2008, à la suite de la fermeture au Québec du seul abattoir avec permis fédéral, les producteurs ont dû recourir aux services d'un abattoir ontarien, augmentant ainsi fortement leurs coûts de transport.

Au chapitre des ventes, la viande de lapin a connu une diminution de l'ordre de 2,9 % de 2006 à 2007. Les autres viandes de spécialité, telles celles de la chèvre, du canard, de l'agneau et du mouton enregistrent, pour leur part, une forte croissance comparativement aux autres viandes.

## 5.2 Administration du Plan conjoint

Au cours de l'année 2008, des producteurs ont demandé par écrit la tenue d'une assemblée générale spéciale au sujet de divergences au sein du conseil d'administration du Syndicat. Ce dernier a préféré demander une intervention urgente de la Régie afin qu'elle prenne les dispositions nécessaires pour assurer le bon fonctionnement du Plan conjoint et du Syndicat.

Le 20 juin 2008, la Régie a décidé de confier de façon intérimaire l'administration du Plan conjoint à M. Jean-Claude Dumas. Elle justifiait ainsi sa décision :

« L'intervention de la Régie ne peut se limiter à assister l'Office alors que le Conseil d'administration n'est plus en mesure d'administrer efficacement le Plan conjoint et qu'il y a lieu de rétablir un leadership fort pour la gestion du Plan conjoint. »<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Décision 9032, 20 juin 2008, p. 2.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

Le 12 septembre 2008, la Régie a tenu une séance publique pour entendre les intervenants sur sa décision et l'administrateur nommé lui a fait rapport de ses constats.

Le 29 septembre suivant, dans sa décision 9070, la Régie concluait, compte tenu de la situation et des observations reçues, que le Syndicat n'était pas en mesure de reprendre immédiatement l'administration du Plan conjoint. Elle demandait à M. Dumas de créer un comité restreint de producteurs, incluant des administrateurs du Syndicat, pour travailler rapidement aux dossiers des conventions et de la réglementation.

Le 24 novembre 2009, par sa décision 9299, la Régie a mis fin au mandat de M. Dumas et confirmé la reprise par le Syndicat, à compter du 3 décembre 2009, de l'administration du Plan conjoint.

### 5.3 Développement de l'application du Plan conjoint

Les interventions des offices passent par différents stades de développement. Le Syndicat évalue qu'il est au stade de la mise en place des outils d'organisation de la mise en marché. Les producteurs se sont d'abord organisés pour augmenter leur pouvoir de négociation face aux acheteurs. Plusieurs outils ont ensuite été mis en place pour l'organisation d'une mise en marché efficace et ordonnée du lapin du Québec.

Un règlement sur la mise en marché créant l'agence de vente et un autre sur la disposition des surplus ont été adoptés et appliqués. Des conventions précisent les règles de mise en marché avec les acheteurs. Celles-ci stipulent, entre autres, que les acheteurs paient les lapins achetés au Syndicat qui effectue les paiements aux producteurs.

Un système de contingentement de la production a été mis en place. Le Syndicat s'implique davantage dans le transport, l'établissement des prix et le partage des frais et des coûts entre les intervenants.

Le Syndicat évalue que les relations avec les intervenants sont de plus en plus concertées. Par ailleurs, à la suite des périodes difficiles rencontrées par les producteurs, certains ont questionné la légitimité des démarches faites ou envisagées par le Syndicat.

### 5.4 Objectifs et moyens mis en œuvre

Le Syndicat présente un tableau détaillé qui décrit, à partir de cinq objectifs généraux, les objectifs spécifiques et les moyens mis en œuvre au cours des années qui font l'objet de l'évaluation. La Régie se limite à en reproduire les objectifs généraux qui sont :

- Organiser collectivement les rapports avec les acheteurs;
- Établir pour les producteurs des règles selon l'intérêt collectif;
- Favoriser une mise en marché efficace et ordonnée;
- Promouvoir et développer le produit;
- Informer les producteurs et établir un partenariat avec les acheteurs et intervenants.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 5.5 Analyse des résultats

Le Syndicat donne son évaluation des résultats de ses principales interventions réglementaires et d'appui aux producteurs.

### 5.5.1 *L'agence de vente*

En juin 2003, après les travaux préparatoires des trois années précédentes, le Syndicat a entrepris l'application du règlement sur la mise en marché et des conventions avec les acheteurs. Cette mise en application constitue la démarche la plus importante pour améliorer la mise en marché collective des lapins et rencontrer les objectifs du Plan conjoint. Les règles de commercialisation ont été regroupées, les paiements ont été sécurisés et les acheteurs fournissent tous une garantie bancaire.

Au cours des six premières années d'opération de l'agence de vente, plus de deux millions de lapins y ont été commercialisés. Les volumes ont varié de 315 375 à 352 100 lapins par année, pour une moyenne de 345 000.

### 5.5.2 *Le financement*

Le Syndicat qualifie de « fragile » le financement actuel de l'organisation.

Au cours des deux dernières années, les frais de mise en marché et de transaction ont augmenté et une contribution spéciale d'une durée de quatre ans a été introduite. Le faible volume commercialisé a exigé un niveau de contributions élevé comparativement aux autres productions organisées.

De plus, avec la fermeture, en 2008, du seul abattoir québécois sous inspection fédérale, les producteurs ont dû assumer des frais de transport élevés pour faire abattre les lapins en Ontario.

Enfin, les efforts déployés pour le respect de la réglementation, la perception des contributions, le redressement de l'administration et l'application du Plan conjoint ont également occasionné des coûts importants.

Le Syndicat estime par ailleurs que la situation est stabilisée.

### 5.5.3 *Les parts de production attribuées*

Le règlement sur la mise en marché permet un partage du marché entre les producteurs en tenant compte de leur historique de production. Les PPA sont ajustées régulièrement pour répondre à la demande des acheteurs.

### 5.5.4 *Les surplus*

Lorsque la demande des acheteurs est inférieure à l'offre des producteurs, le règlement sur la disposition des surplus permet de diriger les excédents vers la congélation.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

De juin 2003 à mai 2007, 1 900 lapins furent traités comme surplus au cours de l'année 2004, soit 0,6 % de la production annuelle. Toutefois, de mai 2007 à septembre 2008, 54 000 lapins ont dû être acheminés vers la congélation. Au 30 septembre 2008, le Syndicat avait écoulé 35 000 lapins congelés et la balance l'était en juin 2009. Le Syndicat explique ces surplus par :

- la perte de commandes au profit de l'Ontario;
- la valeur du dollar canadien;
- l'offre des producteurs supérieure aux besoins du marché;
- le cycle de production non synchronisé avec celui du marché;
- l'augmentation des prix aux producteurs au moment où les ententes étaient déjà convenues entre des acheteurs et des chaînes;
- la perte relative de parts de marché.

#### 5.5.5 Les prix et catégories

Les prix et les catégories sont négociés avec les acheteurs ou établis en vertu de la Loi. Le tableau qui suit illustre l'évolution des prix prévus aux conventions, selon les catégories, de 2003 à 2009 :

| Années/<br>Catégorie de poids | 2003<br>(\$ / kg) | 2009<br>(\$ / kg) | Augmentation<br>annuelle moyenne<br>(%) |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------------|
| Moins de 2,24 kg              | 3,37              | 3,95              | 2,9 %                                   |
| 2,25 à 2,34 kg                | 3,46              | 3,95              | 2,4 %                                   |
| 2,35 à 2,44 kg                | 3,60              | 4,10              | 2,4 %                                   |
| 2,45 à 2,54 kg                | 3,75              | 4,28              | 2,4 %                                   |
| 2,55 à 2,64 kg                | 3,90              | 4,45              | 2,4 %                                   |
| 2,65 et plus                  | 4,08              | 4,61              | 2,2 %                                   |
| Lapins de réforme             | 2,31              | 2,76              | 3,2 %                                   |

#### 5.5.6 La promotion

L'essentiel du financement des activités de promotion et de développement provient du *Programme d'appui financier aux regroupements et aux associations de producteurs désignés* du MAPAQ.

Une entente de cinq ans permettait d'investir 40 000 \$ par année jusqu'en 2008 et une nouvelle entente est intervenue pour une application jusqu'en 2013 avec une somme annuelle majorée à 66 000 \$. Les projets doivent maintenant s'inscrire dans une planification stratégique du secteur.

Le Syndicat a travaillé au développement des marchés tant au Québec qu'à l'extérieur. Les produits du lapin doivent être connus davantage des consommateurs et mieux présentés.

**6 octobre 2010****Rapport d'évaluation périodique**

La participation à des événements promotionnels et populaires ciblés visait ces objectifs. Le Syndicat évalue que plus d'un million de personnes, par ces événements, ont eu l'opportunité de goûter le lapin du Québec. Pour certains événements, on a pu raffiner la présentation de produits pour en mousser les ventes. L'amélioration des standards de production et une réponse plus adéquate à la demande des clients par la qualité et l'uniformité du produit contribueront au développement du marché et de la production.

Ces diverses interventions ont permis une concertation avec les intervenants de l'industrie et avec les acheteurs qui ont été rencontrés individuellement pour connaître leurs besoins et ainsi améliorer leur approvisionnement en lapin du Québec.

#### *5.5.7 La recherche et le développement*

Depuis plusieurs années, le Syndicat, en association avec le MAPAQ, le Centre de recherches en science animale de Deschambeault (CRSAD) et le Regroupement pour l'amélioration génétique cunicole au Québec (RAGCQ), travaille notamment au développement de la génétique cunicole.

#### *5.5.8 Les conseils aux producteurs*

Un club d'encadrement cunicole fut fondé en 2003 et a permis l'engagement d'une conseillère qui a pu visiter individuellement les producteurs. Trois rencontres de groupe furent tenues et appréciées des producteurs. Le Club a dû cesser ses activités en 2005 en raison d'un nombre insuffisant d'inscriptions. Une alternative est recherchée pour combler ce besoin en services-conseils.

#### *5.5.9 L'information aux producteurs*

Le Syndicat considère que l'information et la transparence sont des aspects importants de ses relations avec les producteurs. En plus de l'assemblée générale annuelle, il tient généralement chaque année une assemblée spéciale portant sur un ou des dossiers spécifiques.

#### *5.5.10 Les représentations*

Le Syndicat s'implique dans les instances et activités susceptibles d'avoir des impacts sur la production et les producteurs afin d'y faire valoir leurs besoins.

En 2009, le Syndicat a demandé l'aide du MAPAQ pour relancer les travaux de la Table filière cunicole et définir, en concertation avec les autres intervenants, les priorités de projets visant la compétitivité du secteur cunicole et le développement des marchés. Deux rencontres ont eu lieu au cours des derniers mois pour établir une structure de fonctionnement et discuter le rapport d'étape du Plan stratégique du secteur cunicole.



6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 5.6 Les enjeux et les pistes d'action

Un diagnostic du secteur a été élaboré par une firme externe indépendante. Le Syndicat dépose les éléments de son Plan stratégique et de planification de ses actions pour les cinq prochaines années. Ce plan détaillé identifie des orientations stratégiques, des objectifs spécifiques, des pistes d'action pour les cinq prochaines années et des indicateurs de résultats.

Les grandes orientations stratégiques se résument ainsi :

1. Augmenter les efforts de marketing et de mise en marché du lapin d'élevage québécois – en encourageant une mise en marché basée sur l'offre et la demande réelle et sur de meilleures stratégies de mise en marché, de marketing et de communication;
2. Augmenter la rentabilité des fermes d'élevage du Québec - en stabilisant les revenus à la production et en stimulant la recherche et le développement de produits à valeur ajoutée et des sous-produits;
3. Favoriser la recherche et le développement dans le secteur – pour une amélioration des techniques d'élevage et de mise en marché des produits à valeur ajoutée;
4. Favoriser une compétitivité accrue du secteur - par la connaissance de sa position concurrentielle sur les divers marchés et par la différenciation et la valorisation des produits québécois;
5. Favoriser une meilleure concertation du secteur - entre autres par l'utilisation plus efficace de l'aide financière rendue disponible.

En conclusion, le Syndicat affirme que le Plan conjoint a atteint les objectifs visés par la Loi et que la mise en marché du lapin a évolué de façon positive depuis la mise en place de l'agence de vente. Des défis très importants demeurent et le Syndicat est décidé à y travailler.

## 6. PRÉSENTATION DE L'UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES

M. Marc-André Côté présente un document signé par M. Denis Bilodeau, 2<sup>e</sup> vice-président général de l'UPA.

L'UPA soumet quelques commentaires puisqu'elle a été intimement impliquée, au cours des sept dernières années, dans l'application du Plan conjoint et de ses règlements. Leur mise en place répondait à un besoin d'améliorer les conditions de mise en marché des producteurs de lapins. Cette démarche demeure pertinente. Malgré certaines résistances inévitables aux changements, les producteurs de lapins ont néanmoins prouvé qu'il était possible, pour un petit groupe de producteurs, de structurer collectivement leur mise en marché dans le cadre la Loi.

**6 octobre 2010**

**Rapport d'évaluation périodique**

L'expérience acquise montre toutefois que plusieurs facteurs sont nécessaires pour réussir à appliquer efficacement un plan conjoint et une agence de vente. L'adhésion des producteurs, leur connaissance du marché, de saines règles de gouvernance, des ressources humaines et financières adéquates et un environnement politique propice sont essentiels à la réussite d'un projet de mise en marché collective.

L'UPA estime que la mise en marché collective et l'agence de vente recueillent maintenant l'adhésion de la grande majorité des producteurs et que le Syndicat a la capacité d'appliquer les décisions et de maintenir de bonnes relations avec les partenaires du secteur. De plus, le Syndicat connaît mieux la production, les circuits de commercialisation, les exigences des marchés ainsi que la concurrence.

Depuis la tutelle exercée à la suite de la décision de la Régie, la situation s'est stabilisée mais demeure fragile au Conseil d'administration du Syndicat. Le rôle des administrateurs est mieux compris par les producteurs et le règlement sur la mise en marché des lapins a été revu.

Concernant les ressources humaines, l'engagement de l'UPA dans la gestion du secrétariat du Syndicat permet de dégager du personnel expérimenté au service des producteurs de lapins.

Les ressources financières constituent la plus grande faiblesse de l'organisation. La situation actuelle permet difficilement au Syndicat de gérer l'agence de vente sur une base autonome. Le nombre de lapins mis en marché par l'agence devra rapidement être augmenté. Un nouvel abattoir de lapins au Québec et le développement de nouveaux marchés pourraient solutionner ce problème.

Trois défis majeurs se posent toutefois aux producteurs de lapins; le financement des opérations de l'agence de vente en raison du faible volume mis en marché; la concurrence des producteurs ontariens sur le marché québécois et l'absence d'un nombre suffisant d'abattoirs sous inspection fédérale au Québec.

L'UPA précise néanmoins que plusieurs facteurs positifs militent en faveur de cette production : le redressement de l'administration du Syndicat, le développement d'une ligne d'abattage sous inspection fédérale au Québec, une nouvelle convention de mise en marché, l'arrivée de nouveaux acheteurs, la révision de la réglementation sur la mise en marché, la définition d'un plan stratégique et la mise en œuvre prochaine d'un plan de promotion.

Elle a renouvelé son appui financier et technique au Syndicat pour la prochaine année et un plan d'intervention et de partage des responsabilités a été convenu pour maintenir la qualité des opérations tout en réduisant les frais.

L'UPA conclut que le Syndicat a démontré que ses interventions en vertu des dispositions du Plan conjoint et des règlements sont pertinentes, servent les intérêts de l'ensemble des producteurs et favorisent une mise en marché efficace et ordonnée des lapins.

6 octobre 2010

Rapport d'évaluation périodique

## 7. PRÉSENTATION DE M. GHISLAIN BOISCLAIR

M. Ghislain Boisclair est propriétaire de « Les Lapins de Stanstead », entreprise qui produit et achète des lapins au Québec.

M. Boisclair s'est impliqué dans l'industrie cunicole en 2003. Une étude de marché démontrait un potentiel dans cette production. Elle a justifié la création de « Les Lapins de Stanstead » avec l'objectif d'améliorer la génétique, le marché et la distribution des produits du lapin au Québec. Des sujets furent importés de France, pour l'amélioration de la génétique. De plus, M. Boisclair s'est impliqué dans l'organisation du transport au bénéfice des producteurs de lapins. Son entreprise vise à redorer l'image du lapin au Québec en le présentant comme un produit du terroir.

L'une des menaces qui plane sur l'industrie québécoise actuellement est le faible volume d'abattage qui compromet le maintien d'une structure d'abattage avec permis fédéral.

Relativement aux prix, il mentionne que les niveaux fixés durant une certaine période ont rendu les lapins du Québec moins compétitifs sur le marché. La structure de prix est bonne mais rend le produit trop dispendieux pour les acheteurs qui choisissent les produits concurrents.

Pour l'acheteur d'un produit destiné à la transformation, les coûts des intrants se situent généralement autour de 30 % alors que pour le lapin ils sont de 52 à 53 % du prix de vente aux grossistes. Il faut revoir la façon de faire de l'ensemble du processus pour affronter une guerre des prix entre acheteurs du Québec qui vendent aux grossistes. Les produits ontariens concurrencent ceux du Québec parce qu'ils peuvent s'ajuster plus rapidement et que nous n'offrons pas de valeur ajoutée à nos produits.

Il est important, selon M. Boisclair, de mieux comprendre le fonctionnement du marché pour pouvoir s'ajuster régulièrement. Ce sont les entrepreneurs qui doivent travailler le marché et s'adapter; ça prend toutefois une marge de manœuvre pour développer ce marché.

Il conclut que si notre structure est trop rigide, on risque de perdre l'abattage avec permis fédéral et les marchés qui l'exigent. Il y a un besoin de vision et de souplesse de la part de tous les intervenants pour développer la cuniculture au Québec.

## 8. PRÉSENTATION DE M. CLAUDE DICAIRE

« Ferme avicole d'Oka », représentée par son président, M. Claude Dicaire, commercialise et distribue plusieurs espèces de viande depuis 1980. Il précise, en introduction de son intervention, que son entreprise n'a jamais remis en question le Syndicat pour la représentation des producteurs de lapins du Québec.

Il fait valoir que, lors des diverses séances tenues par la Régie pour des différends entre acheteurs et producteurs, celle-ci n'a pas considéré les changements intervenus dans le marché du lapin et décrits par les acheteurs, ce qui a occasionné un manque à gagner important pour les producteurs du Québec.

**6 octobre 2010**

**Rapport d'évaluation périodique**

« Ferme avicole d'Oka » a été durant une longue période le principal acheteur de lapins du Québec et a dû subir la concurrence des ventes de lapins faites à côté de l'agence de vente. M. Dicaire affirme que Kunipac inc. a dû fermer son abattoir sous permis fédéral parce que les intervenants n'ont pu réagir à temps.

Il insiste donc pour que la Régie considère davantage les présentations des acheteurs qui se sont souvent avérées plus justes par la suite.

Il conclut en demandant plus de souplesse dans les critères de mise en marché et que l'on passe à l'action rapidement.

## **9. COMMENTAIRES ET RÉACTIONS DES INTERVENANTS**

Les données présentées par le MAPAQ indiquent un écart de plus de 100 000 lapins vendus par année entre les données tirées des fiches d'enregistrement des producteurs au MAPAQ et les volumes commercialisés par l'agence de vente.

Le règlement sur la mise en marché exige que tous les lapins soient commercialisés par l'agence de vente. Les ventes directes aux consommateurs ne peuvent à elles seules expliquer l'écart. Certains éléments de réponse furent avancés, sans que ne soit expliqué cet écart majeur.

## **10. ANALYSE**

La séance publique, tenue pour évaluer les interventions du Syndicat des producteurs de lapins du Québec dans la mise en marché du produit visé par le Plan conjoint des producteurs de lapins du Québec, fut l'occasion de recueillir l'information et les observations des personnes intéressées.

Cet exercice permet de donner une vision de l'industrie et de situer dans leur contexte les interventions et les rôles des intervenants dans la production et la mise en marché du lapin au Québec.

Les informations et observations reçues sont nécessaires à l'évaluation des interventions du Syndicat que la Régie doit faire. Elles pourront également être utiles pour ses éventuelles interventions dans le cadre de l'application de la Loi. La collaboration du Syndicat et des intervenants a été significative et doit être soulignée.

Des efforts remarquables ont été déployés pour rétablir un climat de confiance et une certaine stabilité dans l'administration du Plan conjoint. La collaboration d'administrateurs et de producteurs avec l'administrateur provisoire nommé par la Régie a contribué à rétablir relativement rapidement des conditions favorables à la reprise par le Syndicat de l'administration du Plan conjoint. Ces efforts doivent être poursuivis pour affronter les défis identifiés et assurer le développement durable de la production et de la mise en marché des produits actuels et ceux à développer.

6 octobre 2010

**Rapport d'évaluation périodique**

Les interventions de l'agence de vente contribuent dans l'ensemble, selon les informations et observations recueillies, à bonifier la mise en marché des lapins par le regroupement des lapins offerts et la gestion des surplus occasionnels. En outre, des modifications signalées concernant l'ajustement plus rapide de la structure des prix et des marges de manœuvre nécessaires pour affronter la concurrence sur les marchés, la Régie a pu constater que les interventions de l'agence assurent la transparence des règles de commercialisation entre les producteurs et les premiers acheteurs et contribuent à une certaine stabilité dans l'industrie, condition nécessaire pour consolider et planifier son développement.

Le respect et une application équitable de la réglementation à l'ensemble de la production et des personnes visées sont essentiels pour assurer la crédibilité des opérations de l'agence. L'écart important entre les volumes de lapins vendus déclarés par les producteurs au MAPAQ et les volumes traités par l'agence exige que les mesures appropriées soient prises par le Syndicat. Les intervenants, en particulier les producteurs visés, doivent en être informés.

La situation financière des opérations de l'agence est préoccupante. Le Syndicat doit en assurer un suivi constant et travailler sur les moyens identifiés pour assurer son avenir, soit l'augmentation des volumes commercialisés et l'abattage au Québec sous inspection fédérale.

La compétitivité de l'industrie cunicole québécoise demeure préoccupante. Il est nécessaire, selon plusieurs intervenants, d'augmenter les volumes commercialisés et transformés au Québec pour assurer un développement durable de l'industrie et ensuite développer commercialement des produits à valeur ajoutée. Pourra-t-on y arriver avant que la concurrence prenne la place? La nouvelle structure de concertation devrait permettre aux intervenants d'évaluer rapidement la meilleure stratégie à adopter.

Le Syndicat a déposé les éléments d'un plan stratégique pour le développement du secteur cunicole au cours des cinq prochaines années. Il est évident que le Syndicat sera impliqué dans la réalisation de cette planification. Il devrait cependant élaborer sa propre planification qui permettrait de préciser davantage son implication, ses objectifs et les moyens d'action concernant l'application du Plan conjoint et de la réglementation, avec des indicateurs permettant d'en mesurer les résultats.

## **11. RECOMMANDATIONS**

En considération de ce qui précède, les personnes désignées par la Régie pour lui faire rapport proposent :

1. Que la Régie recommande aux intervenants impliqués dans la structure de concertation d'analyser rapidement la compétitivité de l'industrie québécoise sur les marchés et de définir les stratégies qui s'imposent pour consolider et développer sa position concurrentielle;

**6 octobre 2010**

**Rapport d'évaluation périodique**

2. Que la Régie recommande au Syndicat de discuter avec les acheteurs des ajustements nécessaires aux conventions et aux opérations de l'agence de vente pour faciliter l'adaptation aux marchés et développer des produits à valeur ajoutée;
3. Que la Régie recommande au Syndicat, considérant l'écart important entre les volumes de lapins déclarés vendus par les producteurs au MAPAQ et les volumes commercialisés par l'agence de vente, de prendre les dispositions pour que le Règlement sur la mise en marché des lapins et les conventions de mise en marché soit respectés;
4. Que la Régie recommande au Syndicat d'assurer un suivi rigoureux des opérations financières de l'agence de vente et de mettre en œuvre les moyens identifiés pour consolider sa situation financière;
5. Que la Régie recommande au Syndicat d'établir sa propre planification stratégique, différente et complémentaire à celle du secteur qu'il a déposée.

\_\_\_\_\_  
René Cormier, régisseur

\_\_\_\_\_  
Louise Cobetto, régisseur

\_\_\_\_\_  
Jean-Claude Blanchette, consultant