



# BOWINS

du Québec

SUPPLÉMENT DE LA TERRE DE CHEZ NOUS

HIVER 2006

## DOSSIER

*Les défis de la mise en marché du boeuf*

## REPORTAGE DE RACE

*Piémontais : une race à la croisée des chemins*

# À l'origine, il y a toujours **SIMMENTAL**...



Si l'élevage du boeuf est votre gagne-pain,  
pourquoi ne pas commencer avec un troupeau de vaches qui vous donnera  
la meilleure Fertilité et Performance en un seul croisement.

**Regardez et comparez...**  
Vous verrez que

## **L'AVANTAGE SIMMENTAL**

**est imbattable !**

**SIMMENTAL**<sup>™</sup>  
*Facile d'entretien, Rendement élevé*



**SIMMENTAL**  
**QUÉBEC**

5385, rue Montreuil  
Trois-Rivières, QC G8Y 3X5  
Tél./fax : (819) 375-1612  
Courriel : [info@simmentalquebec.ca](mailto:info@simmentalquebec.ca)  
Site : [www.simmentalquebec.ca](http://www.simmentalquebec.ca)

*Sanction*  
**Simmental**  
*Association*

#13, 4101 - 19 Street NE, Calgary, AB T2E 7C4  
Tél.: (403) 250-7979 / Fax : (403) 250-5121  
Courriel : [cansim@simmental.com](mailto:cansim@simmental.com) / Site : [www.simmental.com](http://www.simmental.com)

# SOMMAIRE

VOLUME 20, NO 1

HIVER 2006

- 5 ÉDITORIAL  
Un bilan dont les producteurs peuvent être fiers
- 6 FPBQ INFO  
Assemblées générales annuelles  
De nouveaux collaborateurs
- 8 IDENTIFICATION ET TRAÇABILITÉ  
Un nouveau modèle de boucle bovine
- 9 AGENCE DE VENTE  
Bovitrace, une réalité à la ferme



PHOTO : ARCHIVES TGN

## DOSSIER Commercialisation



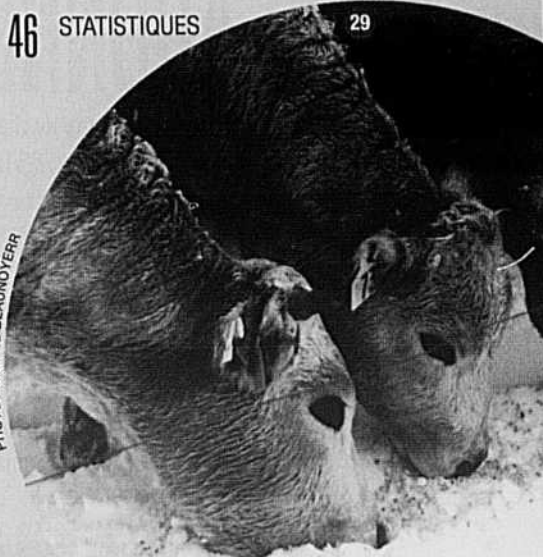
11

### DOSSIER COMMERCIALISATION

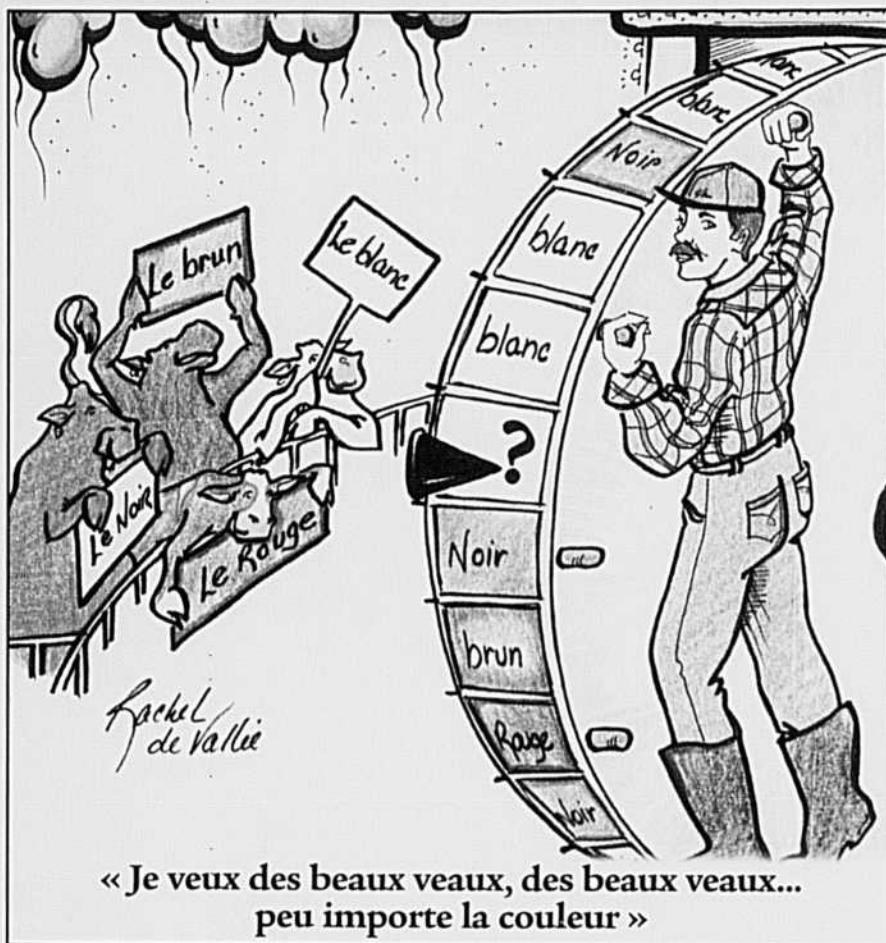
- Les défis de la mise en marché du bœuf
- La carcasse en mille morceaux
- La vache de réforme devient « bœuf commercial »
- Consommation et consommateurs

- 21 ENVIRONNEMENT  
Retombées d'un programme en agroenvironnement
- 23 ENVIRONNEMENT  
Amas au champ, les bonnes pratiques d'abord
- 25 AGENCE DE VENTE  
Le classement des bovins de réforme
- 27 ALIMENTATION  
Le foin et les rations alimentaires hivernales
- 29 REPORTAGE RACE  
Le Piémontais à la croisée des chemins
- 33 GÉNÉTIQUE  
L'amélioration génétique, une affaire de mâles!
- 36 AGENCE DE VENTE  
Bœuf qualité plus roule rondement!
- 37 PATBQ  
Le PATBQ, un outil indispensable
- 39 REPORTAGE  
Un réseau de commercialisation pour les veaux
- 41 MARCHÉ  
Maximiser notre pouvoir de marché...
- 44 PROMOTION  
Veau de grain et veau de lait
- 45 NOUVELLES DES RACES PURES
- 46 STATISTIQUES

PHOTO: MICHEL BEAUNOYER



29



« Je veux des beaux veaux, des beaux veaux...  
peu importe la couleur »

# BOVINS du Québec

*Bovins du Québec* est inséré dans *La Terre de chez nous*. Elle informe les producteurs et productrices agricoles et autres personnes intéressées aux diverses activités rurales. À chaque semaine la TCN fournit à ses lecteurs des informations qui concernent la production et la mise en marché des produits agricoles et forestiers au Québec. Il vous suffit de remplir le coupon et d'y joindre un chèque ou mandat de poste à l'ordre de: **La Terre de chez nous, Maison de l'UPA, 555, boul. Roland-Therrien, Longueuil (Québec) J4H 3Y9**

## ABONNEZ-VOUS!

Je désire m'abonner à *La Terre de chez nous (au Québec)* pour:

1 an: 55,22 \$     2 ans: 85,12 \$     3 ans: 109,28 \$ (Taxes incluses)

Nom: .....

Adresse: .....

Code postal: ..... Tél.: .....

No membre UPA: .....

Ci-joint la somme de: ..... Signature: .....

TPS: R 1218 5132 3

TVQ: 1006 1126 05

# BOVINS du Québec

HIVER 2006

Supplément de *La Terre de chez nous* (TCN)

### Éditeur

La Terre de chez nous  
Union des producteurs agricoles  
555, boul. Roland-Therrien  
Longueuil (Québec) J4H 3Y9  
Tél.: (450) 679-8483  
Courriel: tcn@laterre.ca  
Site web: www.laterre.ca

### Responsables à la fédération

Gaëtan Bélanger, Nathalie Côté

### Directeur

Daniel Boulanger

Rédacteur en chef  
délégué aux magazines  
Michel Beaunoyer

### Secrétaire de production

Lorraine Trottier

### Collaborateurs

Denise Audet, Sylvie Boutin,  
Jean-Sébastien Roy, Francine Jodoin,  
Nathalie Côté, Régent Leduc, Mario Pilon,  
Louis Ménard, Maxime Legault,  
Pierre Desranleau, Guy Beaugard,  
Michel Dumas, Rénéald Bourgeois,  
Vincent Cloutier

### Caricature

Ferme Verte Vallée senc

### Chef de production

Carole Lalancette

### Infographie

Geneviève Gay  
Nancy Litjens

### Impression

Imprimerie Solisco

### Directrice de la publicité - Québec

Chantal Rainville

### Représentants publicitaires

Christian Guinard, Sylvain Joubert,  
Sylvain Lalonde, Réal Loiseau

### Représentant hors Québec

Jacques Long  
Tél.: (905) 335-5700  
Télec.: (905) 335-5001

### Tirage et abonnements

Marie-Josée Rheault

### Dépôt légal

Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada  
ISSN 0832-5634

Ce magazine est publié en février, mai, août et novembre.

Prochaine parution: 25 mai 2006

Date de tombée publicitaire: 27 avril 2006

Note: Les idées exprimées dans ce magazine n'engagent que la responsabilité des auteurs.

Dans la présente publication, le générique masculin est employé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.

*À l'aube de nos assemblées régionales, il est de mise d'évaluer le travail accompli. Visiblement, les producteurs de bovins du Québec peuvent se montrer fiers du chemin parcouru. Au cours de la dernière année, nos actions collectives ont su assurer la mise en place de leviers de premier plan qui permettront de poursuivre le développement de notre secteur de production.*

## Un bilan dont les producteurs peuvent être fiers

Les cicatrices que la crise de l'ESB a laissées – et les maux qu'elle continue toujours de causer pour bon nombre d'entreprises – auraient pu en décourager plus d'un. Au contraire, loin de s'apitoyer sur leur sort, les producteurs de bovins ont courageusement relevé le défi qui se dressait devant eux. Par l'acquisition de deux abattoirs et l'instauration de procédures de mise en marché novatrices, les producteurs ont pris les moyens nécessaires pour sécuriser l'écoulement de leur produit tout en augmentant leur revenu net. Fruit d'un travail acharné, d'une approche stratégique intelligente et d'une collaboration sans faille avec l'UPA et la Fédération des producteurs de lait du Québec, le développement de ces leviers est tout à l'honneur de ceux qui y ont contribué.

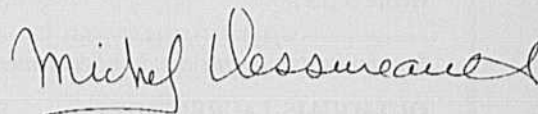
La démarche d'implication en aval, mise de l'avant par les producteurs de bovins, saura assurer une meilleure coordination verticale à travers les différents maillons de la filière agroalimentaire. En plus d'aller chercher notre juste part des revenus du marché, cette nouvelle approche nous permettra de mieux répondre aux besoins des consommateurs, en solidifiant les bases sur lesquelles nous construisons depuis plusieurs années. À titre d'exemple, le bœuf produit au Québec est aujourd'hui fort bien positionné pour pénétrer le marché du Japon. L'efficacité et la fiabilité de notre système d'identification et de traçabilité, qui fait l'envie de plusieurs et auquel les producteurs ont adhéré, y comptent pour beaucoup.

Toutefois, quelle que soit l'ampleur de nos réalisations collectives, elles doivent être

jumelées aux efforts individuels des producteurs eux-mêmes. Ainsi, non seulement nous devons poursuivre nos efforts afin de produire du bœuf et du veau de qualité irréprochable, mais nous devons être en mesure de les produire à coût compétitif. Le marché est intraitable sur ces aspects et les consommateurs n'attendent rien de moins de nous.

De leur côté, les gouvernements doivent être plus sensibles et réceptifs à la réalité des producteurs. La réglementation et les programmes de soutien mis en place doivent s'avérer cohérents et structurants, tant pour le secteur agricole que l'ensemble de la société. Plus particulièrement dans le dossier environnemental, les producteurs s'affaireront, au cours des prochains mois, à démontrer une fois de plus l'efficacité de la technique de l'entreposage temporaire en amas au champ lorsque les facteurs de risque sont rigoureusement gérés. Le gouvernement devra y répondre par une reconnaissance pleine et entière de cette technique sécuritaire au plan environnemental, tant pour les entreprises existantes que pour les nouvelles, sans égard à leur taille. En ces temps difficiles, ni les producteurs, ni les contribuables, n'ont les moyens d'investir dans des structures de béton qui constituent des investissements non productifs.

Les progrès que nous avons réalisés dernièrement sont impressionnants. Et c'est loin d'être fini. C'est par la conjugaison des efforts de tous les intervenants, tant les producteurs, les gouvernements et le reste de l'industrie, que nous consoliderons nos investissements et poursuivrons sur notre lancée.



**MICHEL DESSUREAULT**  
Président

# Assemblées générales annuelles 2006 des syndicats de producteurs de bovins

## ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

Date : jeudi 16 février  
Heure : 9 h 30  
Motel Alpin  
Rouyn-Noranda

## BAS-SAINT-LAURENT

Date : mercredi 22 février  
Heure : 9 h 30  
Hôtel Gouverneur  
Rimouski

## BEAUCE

Date : mercredi 1<sup>er</sup> mars  
Heure : 19 h 30  
Restaurant Le Journal  
Saint-Joseph-de-Beauce

## CENTRE-DU-QUÉBEC

Date : jeudi 2 mars  
Heure : 19 h  
Érablière La Pente Douce  
Notre-Dame-du-Bon-Conseil

## CÔTE-DU-SUD

Date : mercredi 22 février  
Heure : 19 h 30  
ITA  
La Pocatière

## ESTRIE

Date : jeudi 23 février  
Heure : 9 h 30  
Hôtellerie Le Boulevard  
Rock Forest

## GASPÉSIE

Date : mardi 21 février  
Heure : 9 h 30  
Hôtel Honguedo  
Maria

## FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE BOVINS

Dates : mercredi 5 et jeudi 6 avril  
Heure : 13 h  
Hôtel Gouverneur  
Sainte-Foy

*Les syndicats suivants tiendront également des assemblées d'info. en anglais :*

## OUTAOUAIS-LAURENTIDES

Date : lundi 27 février  
Heure : 19 h  
Heritage Hall  
Low

## LANAUDIÈRE

Date : mercredi 15 février  
Heure : 9 h 30  
Château Joliette  
Joliette

## MAURICIE

Date : jeudi 2 mars  
Heure : 10 h  
Hôtel du Roy  
Trois-Rivières

## OUTAOUAIS-LAURENTIDES

Date : mardi 28 février  
Heure : 9 h 30  
Palais Gommé  
Angé-Gardien

## QUÉBEC

Date : mardi 14 février  
Heure : 10 h  
Hôtel l'Oiselière  
Lévis

## SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

Date : jeudi 23 février  
Heure : 9 h 30  
Motel Universel  
Alma

## SAINT-HYACINTHE

Date : vendredi 24 février  
Heure : 9 h 30  
Hôtel Le Castel de l'Estrie  
Granby

## SAINT-JEAN-VALLEYFIELD

Date : vendredi 17 février  
Heure : 9 h  
Centre Municipal  
Saint-Louis-de-Gonzague

## SAINT-JEAN-VALLEYFIELD

Date : mercredi 15 février  
Heure : 19 h  
Centre culturel de St-Chrysostome  
Saint-Chrysostome

## FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE BOVINS DU QUÉBEC

555, boul. Roland-Therrien  
Longueuil (Québec) J4H 4G2  
Tél. : (450) 679-0530 • Téléc. : (450) 442-9348  
Courriel : fpbq@upa.qc.ca  
Site Internet : www.bovin.qc.ca

## COMITÉ EXÉCUTIF

Président : Michel Dessureault  
2950, rue St-Jean  
Saint-Maurice (Québec) GOX 2X0  
Tél. : (819) 693-7540 • Téléc. : (819) 693-0334

Vice-président : Denys Beaudet  
714, rang Sainte-Agathe  
Sainte-Sophie de Lévrard (Québec) GOX 3C0  
Tél. & téléc. : (819) 288-5458

## Gib Drury

C.P. 30, 466, chemin des Érables  
Alcove (Québec) JOX 1A0  
Tél. : (819) 459-2991 • Téléc. : (819) 459-1803

## Claude Viel

624, rang 5 Est  
Saint-Eugène-de-Ladrière (Québec) GOL 1P0  
Tél. : (418) 869-2128 • Téléc. : (418) 869-2785

## Alain Richard

704, boul. Saint-Paul Sud  
Malaric (Québec) JOY 1Z0  
Tél. : (819) 757-4135 • Téléc. : (819) 757-3742

## PERSONNEL

Secrétaire général :  
Gaëtan Bélanger gbelanger@upa.qc.ca

Secrétaire adjoint :  
Vincent Cloutier vincentcloutier@upa.qc.ca

Directrice administrative :  
Chantal Bruneau cbruneau@upa.qc.ca

Directeur de la mise en marché Bovins de  
réforme, Veaux laitiers et Veaux d'embouche  
Maxime Legault mlegault@upa.qc.ca

Directeur de la mise en marché  
Bouvillons d'abattage :  
Bernard Doré bdore@upa.qc.ca

Directeur de la mise en marché  
Veaux de grain :  
Réal Daigle rdaigle@upa.qc.ca

Directeur, développement d'affaires et de la mise  
en marché Veaux de lait :  
Louis Hébert louishebert@upa.qc.ca

Communications :  
Denise Audet daudet@upa.qc.ca

Statistiques et marchés :  
Ann Fornasier aforناسier@upa.qc.ca

Environnement et assurance de la qualité :  
Nathalie Côté ncote@upa.qc.ca

Production et recherche :  
Jean-Sébastien Laflamme  
jeanslaflamme@upa.qc.ca

Secrétaire de direction :  
Noëlla Morrissette nmorrissette@upa.qc.ca

*La Fédération des producteurs de bovins du Québec représente les producteurs de bovins regroupés en 14 syndicats régionaux couvrant tout le territoire québécois. Créée en 1974, la Fédération a pour mission de défendre leurs intérêts économiques et professionnels, de soutenir le développement de la production bovine et de gérer les mécanismes de mise en marché collectifs des bovins.*

# De nouveaux collaborateurs



*Nous apercevons de gauche à droite : Jean-Sébastien Laflamme, agent de développement et de recherche, Geneviève Laniel, agente de développement et mise en marché ainsi que Stéphanie Harton, préposée à l'information.*

La Fédération est heureuse de vous présenter trois nouvelles ressources qui viendront compléter l'équipe de permanents à la Fédération. Il s'agit de :

Jean-Sébastien Laflamme qui assumera le poste d'agent de développement et de recherche laissé vacant par le départ d'Anne-Marie Christen. M. Laflamme possède une formation en agronomie et en biologie. Il a également à son actif quelque cinq années d'expérience en agriculture où il a notamment œuvré en agroenvironnement au sein d'un groupe-conseil et travaillait jusqu'à tout récemment à la Direction des recherches et des politiques agricoles (DREPA) de l'UPA.

Geneviève Laniel qui agira à titre d'agente de développement et mise en marché pour l'Agence de vente bovins de réforme. Agronome de formation, M<sup>me</sup> Laniel possède une bonne connaissance du secteur laitier, ayant travaillé comme analyste des politiques auprès du British Columbia Marketing Board (l'équivalent de la FPLQ), ensuite auprès de la Commission canadienne du lait, à Ottawa.

Stéphanie Harton qui occupera le poste de préposée à l'information pour l'Agence de vente bouvillons d'abattage. En plus de posséder une solide connaissance du secteur informatique, M<sup>me</sup> Harton a travaillé plus de trois ans au sein d'Agri-Traçabilité Québec (ATQ).

*Nous leur souhaitons la plus cordiale des bienvenues!*

## 25 ANS D'ENGAGEMENT SYNDICAL!

Lors du dernier Congrès de l'UPA, en novembre dernier, l'UPA soulignait l'engagement syndical de 52 producteurs agricoles qui militent depuis plus de 25 ans au sein des différentes instances de l'UPA. Parmi ces jubilés se trouvaient 30 producteurs de bovins dont deux administrateurs, Gib Drury et Michel Daigle, qui siègent depuis plusieurs années au sein du conseil d'administration de la Fédération.



*Coup de chapeau à ces producteurs de bovins pour leur implication dans le syndicalisme agricole et leur contribution au développement de notre agriculture!*

### BAS-SAINT-LAURENT

Marcel Bérubé  
Louis-Gérard Boudreault  
Philippe Couture  
Gratien Lavoie  
Raymond Malenfant  
Guido Pelletier  
Marie-Louis Plourde  
Pierre Ruest

### CENTRE-DU-QUÉBEC

Réjean Veilleux

### CÔTE-DU-SUD

Viateur Bernard  
Jean-Paul Laplante  
Gilles Martin

### ESTRIE

Pierre E. Carbonneau  
Ghislain Carrier  
Richard Lamontagne

### GASPÉSIE—LES ÎLES

Francis Lemieux

### LANAUDIÈRE

Gilles Gouger  
Gilbert Mathieu

### LÉVIS-BELLECHASSE

Jacques Goulet  
Marcel Labrie  
Christian Lacasse

### LOTBINIÈRE—MÉGANTIC

Claude Labranche

### OUTAOUAIS—LAURENTIDES

Gib Dury

### RIVE-NORD

Laurent Pilote

### SAGUENAY—LAC-SAINT-JEAN

Eugène Bouchard  
Benoit Lavoie

### SAINT-HYACINTHE

Jean-Bernard Charron  
Michel Daigle

### SAINT-JEAN—VALLEYFIELD

Eddy Proulx  
Robert Savage



# Un nouveau modèle de boucle bovine

Toujours dans le but de mieux répondre aux besoins des producteurs du secteur bovin de boucherie et du secteur bovin laitier, Agri-Traçabilité Québec a travaillé de concert avec les membres du Comité de révision de la boucle bovine afin d'offrir un nouveau modèle de marquage.

Ainsi, depuis le début de janvier 2006, les producteurs bovins peuvent commander un troisième modèle d'identifiant bovin, soit une boucle dotée d'un espace vierge sur le grand panneau visuel. Muni d'une ligne séparatrice, afin de bien distinguer les quatre derniers chiffres du numéro officiel, cet espace vous permettra d'inscrire certaines données à la main, à l'aide d'un marqueur indélébile.

## UNE BOUCLE POUR LES PRODUCTEURS DE BOUVILLONS

Les producteurs de bovins du Canada (sauf ceux du Québec) ayant dorénavant la possibilité d'identifier leurs animaux avec une boucle électronique canadienne, certains producteurs de bouvillons d'abattage du Québec se retrouvent avec une nouvelle problématique lorsqu'ils achètent des veaux d'embouche des autres provinces canadiennes.

Afin de respecter la double identification en vigueur au Québec, les producteurs ont ainsi la possibilité de :

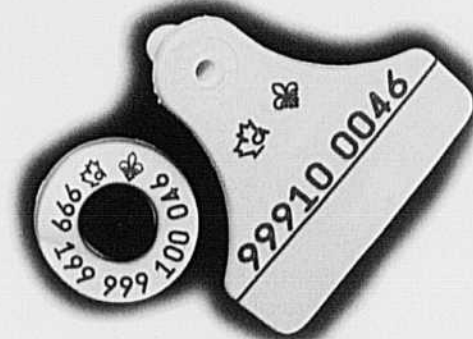
- commander un panneau visuel chez ATQ, portant le même numéro que



la boucle électronique canadienne; - utiliser un panneau visuel vierge sur lequel ils inscrivent le numéro de la boucle électronique canadienne.

Et, depuis septembre dernier, les producteurs de bouvillons d'abattage qui sont assurés avec le Programme ASRA (Assurance stabilisation du revenu agricole) de La Financière agricole, ont maintenant une troisième possibilité, soit celle de commander des panneaux visuels de sécurité de couleur jaune.

Ces panneaux visuels jaunes, destinés au secteur du bouvillon d'abattage, sont dotés d'une première série de sept chiffres au haut de la boucle (qui correspond



au numéro de site du PRO), d'un code à barres et enfin, d'une deuxième série de cinq chiffres séquentiels au bas de la boucle.

Il est important de rappeler ici que les producteurs qui procèdent à l'identification de leurs veaux doivent toujours transmettre à ATQ les numéros des identifiants canadiens afin que l'on puisse certifier de la traçabilité complète de ces animaux. ↵

Pour toute demande d'information, n'hésitez pas à contacter notre service à la clientèle via notre ligne sans frais, au 1 866 270-4319, du lundi au vendredi, entre 7 h 30 et 16 h 30.

\*conseillère à l'information, Agri-Traçabilité Québec





# Bovitrace, une réalité à la ferme

**A**u cours des derniers mois, plusieurs entreprises de bouvillons d'abattage ont manifesté leur intérêt envers le logiciel Bovitrace. Actuellement, dix entreprises utilisent le logiciel et le processus d'implantation se poursuit. Cet intérêt résulte de récentes modifications qui ont été apportées au logiciel dont : l'inventaire de bovins, la fonction d'importation et d'exportation des données, la suppression de données, l'option avancée de gestion de la santé, l'alarme, etc. Le logiciel permet également de faire des liens entre les boucles canadiennes et celles du Québec.

Par ailleurs, le logiciel produit les documents suivants : Transport, Vitamine E, Registre de bovins, Inventaire à la ferme, Pharmacie et Formulaire unifié ATQ/FADQ.



## COÛTS ET SERVICE

Le logiciel est disponible aux producteurs à un coût de 499 \$ par entreprise familiale. Ce coût inclut une licence d'utilisation, les mises à jour pour un an et l'installation à la ferme. Par la suite, les mises à jour du logiciel sont obtenues au coût annuel de 150 \$. Ces frais permettront aux producteurs d'obtenir les nouveautés

du logiciel, de sauvegarder et de restaurer leurs données.

## ÉQUIPEMENT À LA FERME

Des tests sont actuellement en cours sur de nouveaux produits de lecture. Les tests sont exécutés par ATQ et les résultats sont transmis au comité technique. On peut s'attendre à trouver de nouveaux produits sur le marché au cours des prochains mois.

Finalement, les producteurs ont maintenant la possibilité de se procurer un ordinateur pouvant être utilisé dans des conditions de variation de température, d'humidité, de poussières et de légers chocs. La compagnie Enertec de Dorval produit ce type d'appareil qui répond bien à nos exigences. 2

\*agronome, agent de développement, FPBQ

## Les taureaux Angus Rouge

de 2 et  
3 ans  
toujours  
disponibles

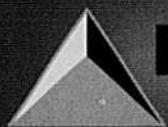


- Éprouvés en station d'épreuve.
- Pâturés pendant l'été pour un maximum d'exercice.

Ferme SAGE

(819) 467-2979

stan@xplornet.com  
www.fermesage.ca



# PYRAMID<sup>TM</sup> FP5

Une protection contre le BRSV en une seule dose

## Une protection qui fait le poids

### Une protection contre le BVDV de types I et II

Deux souches spécifiquement sélectionnées qui offrent une protection à large spectre ainsi qu'une réponse immunitaire améliorée.

### Une innocuité éprouvée

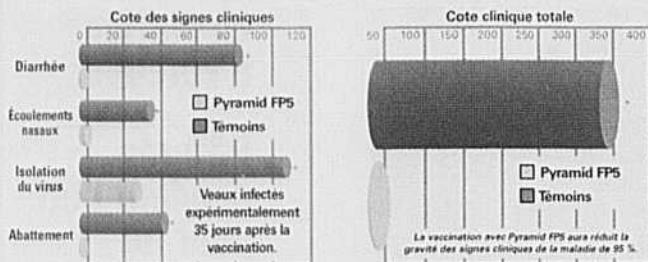
Homologué pour administration sous-cutanée. Innocuité éprouvée si utilisé selon les directives de la monographie.

# Des résultats stimulants contre le BVDV



### Résultats d'exposition au BVDV de type II<sup>1</sup>

Protection contre la maladie



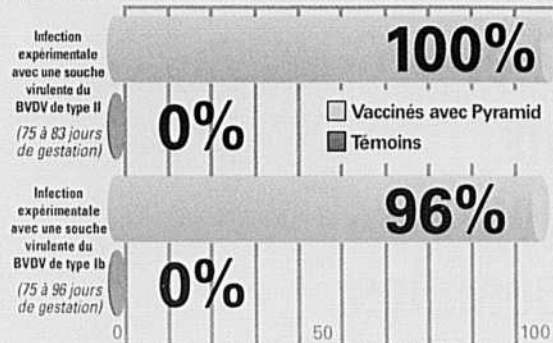
\* Différence statistiquement significative par rapport aux sujets témoins : p < 0,0001

Les bovins vaccinés avec Pyramid furent protégés contre la souche IAF-103 du BVDV type II, une souche canadienne isolée sur le terrain et extrêmement virulente. Les sujets vaccinés ont obtenu des scores de fièvre, d'excrétion virale et de signes cliniques significativement moins élevés que les sujets témoins en termes statistiques.

**95 % des veaux vaccinés avec PYRAMID FP5 n'ont démontré aucun signe clinique du BVDV type II suite à une exposition expérimentale à une souche virulente.**

### Résultats d'exposition fœtale au BVDV<sup>1</sup>

Protection fœtale du vaccin Pyramid contre des souches virulentes du BVDV de types I et II lors d'une infection expérimentale chez des vaches et des génisses gestantes<sup>2</sup>



% de protection contre l'infection persistante des fœtus

**Jusqu'à 100 % de protection fœtale dans les cas d'infections au BVDV de type I et II.**

**Wyeth**  
Santé Animale

1. Données internes, Wyeth Santé Animale.  
2. Schnackel, Van Campen et Van Olphen, Congrès Mondial de Buiatrie 2004, Ville de Québec, Canada, résumé 209, p. 171.  
© Wyeth Santé Animale, 2005. Tous droits réservés.

**PYRAMID<sup>TM</sup> FP5**  
Une protection contre le BRSV en une seule dose

# Les défis de la mise en marché du bœuf

Commercialiser de la viande de bœuf représente tout un défi. Certains producteurs se sont lancés dans l'aventure en tentant de vendre leur produit directement aux consommateurs. Quelques-uns ont réussi tandis que d'autres ont vite délaissé pour se concentrer dans l'élevage.

À plus grande échelle, lorsqu'on doit vendre des tonnes de viande, la vente de bœuf n'est également pas une mince affaire. La compétition est féroce, il faut constamment être à l'affût des nouvelles tendances et des possibilités que nous offre le marché. Mais par-dessus tout, l'industrie, tout comme le producteur qui vend à la ferme, doit composer avec une réalité qui peut faire toute la différence entre perte et profit, soit la nécessité de rentabiliser l'entièreté de la carcasse de l'animal, et ce, à longueur d'année.

Pour mieux comprendre les défis auxquels l'industrie est confrontée, nous vous proposons un tour d'horizon qui vous permettra de constater tous les efforts de mise en marché qui doivent être déployés pour vendre notre bœuf aux consommateurs d'ici.





DENISE AUDET\*

# Les défis de la mise en marché du bœuf

*Chaque année, le Canada produit environ 3 600 000 000 de livres de bœuf. On estime que 30 % de cette viande, soit 1 700 000 000 de livres, est écoulée sur notre marché canadien. Pour commercialiser ces tonnes de viande, tout en restant compétitive sur les marchés, l'industrie doit constamment revoir ses stratégies de mise en marché en ajustant l'offre en produits de bœuf aux besoins des consommateurs. Martin Lemoyne, directeur de la mise en marché Québec, au Centre d'information sur le bœuf (CIB), une division de l'Association canadienne des éleveurs de bovins, s'est confié à Bovins du Québec pour présenter les grands enjeux de l'heure en matière de mise en marché du bœuf.*

*Propos recueillis par Denise Audet\**

## **QUEL EST LE RÔLE DU CIB DANS LA MISE EN MARCHÉ DU BŒUF AU CANADA?**

Notre mission générale consiste à fournir de l'expertise à l'industrie alimentaire, aux professionnels de la santé et aux consommateurs canadiens sur tous les sujets se rapportant au bœuf, dans le but ultime d'augmenter la demande pour le bœuf et en optimiser sa valeur pour les producteurs canadiens.

De façon plus spécifique, le CIB concentre actuellement ses efforts auprès des détaillants (chaînes d'alimentation et boucheries), des transformateurs, des distributeurs et opérateurs de services alimentaires (hôtels, restauration et institutions) ainsi qu'auprès des professionnels de la santé et des médias.

## **DE FAÇON GÉNÉRALE, DE QUELLE FAÇON SE RÉPARTIT NOTRE BŒUF ENTRE LES DIFFÉRENTS MARCHÉS?**

Lorsqu'on parle du marché canadien, on peut dire qu'environ 70 % de notre viande est destinée au marché du détail (chaînes d'alimentation, boucheries, etc.), tandis que les autres 30 % se retrouvent dans le secteur HRI (hôtels - restaurants - institutions). Toutefois, il convient de préciser que ces deux grands marchés n'utilisent pas nécessairement le même type de découpes. La répartition des carcasses n'est donc pas identique. Ainsi, le secteur de la restauration va être, à longueur d'année, un grand consommateur de hauts de surlonge et de coupes du cen-

tre, alors que les détaillants optent généralement pour des coupes plus diversifiées et vont orienter leurs achats en fonction de la saison. On parle donc en général de complémentarité entre les deux marchés. Par contre, parfois dans l'année, l'été par exemple, avec la saison des BBQ, les coupes du centre sont en forte demande dans les deux grands marchés, ce qui a pour effet d'influencer le prix à la hausse.

## **QUEL EST LE PRINCIPAL DÉFI AUQUEL DOIT FAIRE FACE L'INDUSTRIE DU BŒUF?**

Un de nos grands défis consiste à maintenir le niveau de consommation du bœuf, car la compétition n'a jamais été aussi présente et diversifiée. Le consommateur a actuellement le choix entre une foule de nouveaux produits, à des prix compétitifs. Je parle ici autant de produits de viandes transformées (poulet cuit, porc mariné, etc.) que des produits d'origine végétale (soya, tofu, etc.).

## **QUELLE EST LA STRATÉGIE MISE EN PLACE POUR RÉPONDRE À CETTE COMPÉTITION?**

Pour le CIB, il importe de poursuivre nos efforts pour valoriser encore davantage la carcasse de nos animaux et d'offrir de nouveaux produits de bœuf à valeur ajoutée. Nous devons tenter de valoriser l'ensemble de la carcasse en créant notamment de la valeur à certaines découpes.

Il faut se rappeler qu'il est relativement facile de vendre à bon prix un filet mignon. Mais que cette découpe représente à

peine 3 % de l'animal. Il faut donc travailler à valoriser les autres muscles en développant de nouveaux produits ou de nouveaux débouchés avec l'industrie.

Pour se faire, il faut bien entendu travailler de très près avec l'industrie, mais il faut surtout faire un travail d'éducation auprès des détaillants et des opérateurs de services alimentaires. En parallèle, il faut également tenir informé le consommateur sur ces nouveautés.

### **AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES, QUELLES SONT LES GRANDES ACTIONS QUI ONT ÉTÉ MISES EN PLACE DANS LES CHAÎNES D'ALIMENTATION?**

À la suite d'études auprès des consommateurs, le CIB a développé, de concert avec les chaînes d'alimentation, des actions qui misent sur une meilleure information aux consommateurs. Beaucoup de travail a donc été effectué au niveau de l'étiquetage des coupes de bœuf et de la présentation du muscle. Dans plusieurs chaînes, on retrouve maintenant à même l'étiquette d'emballage, le nom de la découpe jumelé au mode de cuisson. Certaines chaînes y ont même détaillé et expliqué le mode de cuisson.

Une autre action de mise en marché qui a littéralement le vent dans les voiles est, sans contredit, l'arrivée du bœuf de marque dans nos comptoirs. Ce type de produit vise à satisfaire une clientèle exigeante à la recherche d'un bœuf savoureux et tendre. Il s'agit de bœuf canadien, de qualité supérieure dotée de standards précis (généralement AAA avec un degré de vieillissement supérieur). Les études menées auprès des consommateurs ont confirmé que certains clients étaient prêts à payer un prix supérieur pour leur pièce de boeuf, si la qualité et la tendreté sont garanties.

On estime actuellement que près de 50 % de la viande de bœuf au Canada se classent dans le AAA, ouvrant la porte à une croissance pour un produit de bœuf de marque. Au Québec, cette percée est toutefois moindre parce que les détaillants préfèrent encore attirer leurs clients avec une approche de prix plus agressive en annonçant en circulaire des coupes populaires, à très bas prix (lost leader). Malgré cela, toutes les chaînes au Québec ont développé leur bœuf de marque sous différentes appellations (Bœuf Gourmet, Grill Rouge Angus, PC Angus). Cette approche, en plus de fidéliser la clientèle à un nom de marque, permet aussi d'augmenter la surface globale occupée par des produits de bœuf dans les comptoirs de viande. D'ailleurs compte tenu du fort potentiel de croissance de ces produits, le CIB travaille actuellement à introduire de nouvelles coupes de bœuf de marque dans les grandes surfaces, comme la bavette et le haut de côte désossé.

Du côté des détaillants, nous avons aussi développé un outil de gestion pour encore mieux gérer la rentabilité du bœuf dans leurs comptoirs de viandes fraîches. Cet outil permet notamment d'optimiser les achats, d'évaluer le rendement de différentes coupes selon les besoins, etc.

### **ET DANS LE SECTEUR HRI (HÔTELS - RESTAURANTS - INSTITUTIONS)?**

Depuis quelques années, nous travaillons à sensibiliser le secteur de la restauration à l'importance du concept de la contribution marginale au niveau du bœuf. Sans entrer dans les détails, il s'agit en fait de calculer la rentabilité d'une assiette de bœuf différemment et de bien faire comprendre aux restaurateurs que même si à l'achat une pièce de bœuf peut paraître une solution repas moins économique, elle offre néanmoins une marge de profits supérieure.

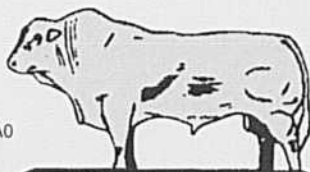
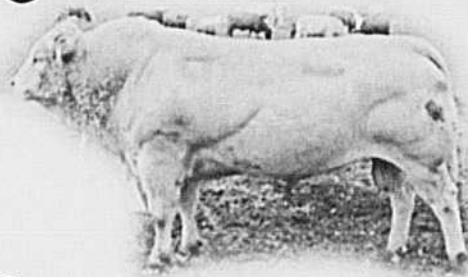


*Martin Lemoyne, directeur de la mise en marché Québec, CIB*

# BLONDE D'AQUITAINE

*Une race...*

- À DÉCOUVRIR
- PROMETTEUSE
- QU'ON AIME
- QU'ON ADOPTE



Maureen Landry, secrétaire trésorière  
1395, Route 122, Notre-Dame-du-Bon-Conseil Qc J0C 1A0  
Tél.: (819) 336-3966 / Téléc.: (819) 336-2883

[blondaquitaineqc@hotmail.com](mailto:blondaquitaineqc@hotmail.com)  
<http://cf.geocities.com/blondaquitaineqc/>

**L'ASSOCIATION BLONDE d'AQUITAINE DU QUÉBEC**

Également, nous déployons beaucoup d'efforts pour valoriser les autres découpes de bœuf. Par exemple, si le filet mignon demeure un incontournable, le filet d'épaule désossé permet d'offrir un repas savoureux à un prix plus abordable. Tout comme la macreuse, qui constitue le deuxième filet le plus tendre de l'animal, qu'on ne retrouve pratiquement jamais au menu des restaurants.

Enfin, nous avons également mis en place un programme de formation pour mieux faire connaître les produits de bœuf aux courtiers et aux distributeurs qui travaillent avec le secteur HRI. Au terme du programme, les participants qui ont réussi avec succès la formation sont certifiés et deviennent de meilleurs ambassadeurs du bœuf canadien.

### QUELLES SONT LES GRANDES TENDANCES QUE NOUS DEVRIONS OBSERVER AU COURS DES PROCHAINES ANNÉES?

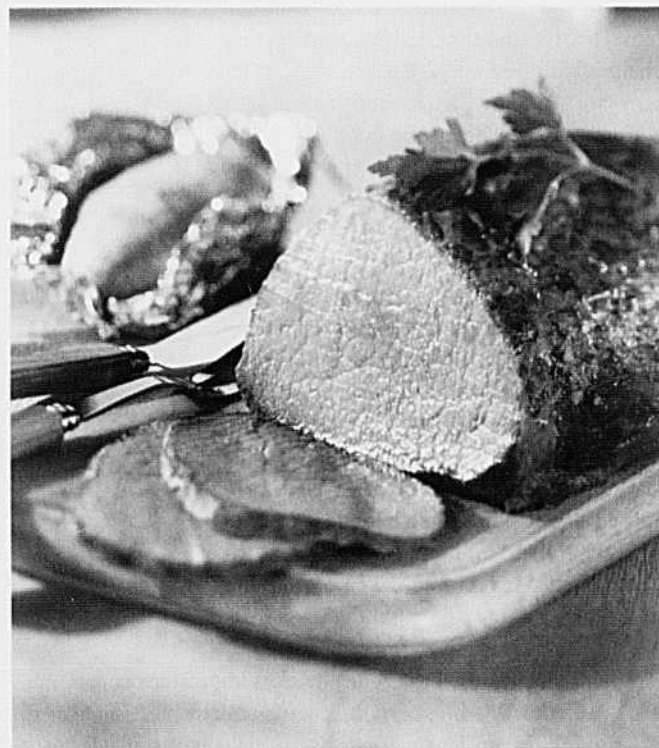
Du côté du détail, le bœuf de marque est voué à un grand avenir et devrait évoluer avec une plus grande variété de coupes.

Également, le bœuf haché devrait connaître de nouveaux débouchés intéressants avec le bœuf haché d'origine spécifique. Il s'agit de bœuf haché frais, transformé en usine, provenant d'une même coupe primaire (surlonge hachée, ronde hachée, épaule hachée), ce qui maximise les qualités gustatives du produit. Plutôt que de vendre les parures de ces muscles sous forme de bœuf haché générique de moindre valeur, le bœuf d'origine de source permet aux détaillants d'obtenir des rendements plus élevés et aux consommateurs d'avoir un produit de bœuf haché de qualité supérieure.

Les produits de bœuf frais à valeur ajoutée (lanières de bœuf, brochettes, rosbifs et biftecks prémarinés dans diverses saveurs) devraient être de plus en plus présents dans nos comptoirs de viande. Les plats de bœuf prêts à servir (bœuf braisé en sauce, rôti de surlonge et pain de viande avec sauce) offrent également un énorme potentiel de croissance et d'excellentes possibilités de profits. D'ailleurs, bon nombre de produits novateurs sont en voie de développement.

En matière de restauration, les efforts pour introduire de nouvelles découpes à valeur ajoutée (macreuse, bavette, filet d'épaule, haut de côte désossé) ainsi que le bœuf de marque, qui connaît déjà un grand succès, se poursuivront. Les produits de viande issus des vaches de réforme, qu'on appelle « bœuf commercial », feront également l'objet de programmes de mise en marché plus agressifs et ciblés. Grâce au volume de viande issu de ces bovins et de son excellent rapport qualité-prix, on souhaite développer de nouveaux marchés qui étaient jusqu'à maintenant occupés par le bœuf d'importation (fondue chinoise congelée, smoked meat, etc.).

\*agente d'information, FPBQ



## Quelques particularités québécoises

- Les Québécois aiment le bœuf. Selon AC Nielsen, en 2005, dans le secteur du détail, les Québécois ont consommé 36,9 kg de bœuf par personne alors que nos compatriotes canadiens en ont consommé 33,6 kg.
- Le marché du détail au Québec se distingue de façon particulière avec l'utilisation de coupes françaises. Ces coupes sont pratiquement inexistantes au Canada anglais. Plus de 40 % des intérieurs de ronde de tout le pays sont destinés à notre marché alors que nous représentons 23 % de la population! Une promotion en circulaire d'un rôti d'intérieur de ronde peut d'ailleurs, pour une chaîne d'alimentation, représenter jusqu'à dix chargements de camions ou l'équivalent d'intérieurs de ronde de 10 000 bouvillons!
- Au Canada anglais, les poitrines de bœuf sont principalement commercialisées en rôti alors qu'au Québec, elles

sont transformées en « smoked meat ».

- Parmi les produits surgelés, la fondue chinoise représente le produit vedette numéro 1 (un chiffre d'affaires d'environ 7 M\$). À l'échelle canadienne, cette fondue est majoritairement vendue au Québec.

Au Québec, la bavette est bien implantée dans la restauration alors qu'elle est pratiquement inconnue dans la restauration au Canada anglais.

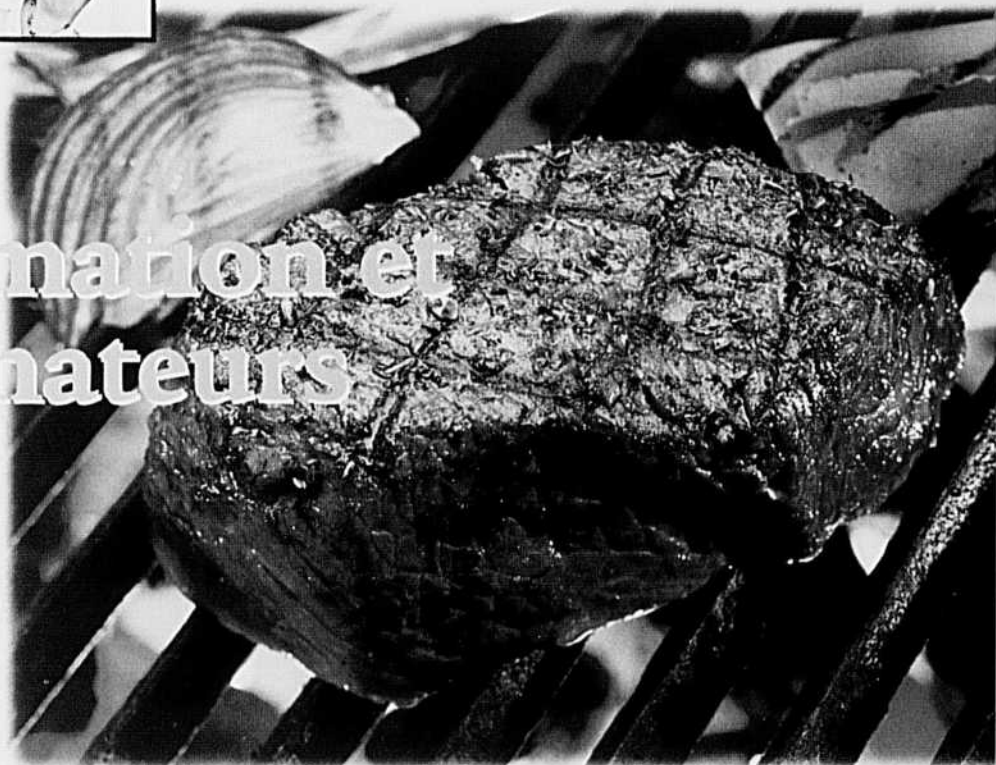
Malgré ce que l'on pourrait penser, le secteur de la restauration québécoise utilise des coupes beaucoup plus traditionnelles que le Canada anglais, ce dernier étant sans doute plus influencé par la cuisine ethnique et californienne.

Source : ACNielsen Fresh Track, Latest 52 w/e, April 2005



DENISE AUDET

## Consommation et consommateurs



Depuis les dix dernières années, la consommation de bœuf au Canada a connu une légère diminution. Selon Statistique Canada, elle est passée de 54,4 lb (24,75 kg) par personne en 1990, à 49,4 lb (22,4 kg), en 2004. Au palmarès de la consommation des viandes\*, le bœuf fait toutefois toujours bonne figure et se positionne au 2<sup>e</sup> rang, entre le poulet - 67 lb (30,47 kg) par personne en 2004 -, et le porc - 44,8 lb (20,35 kg) par personne en 2004 -.

Sur l'ensemble des pays ayant connu un cas d'ESB, seul le Canada a maintenu sa consommation de bœuf, grâce à la confiance des consommateurs envers notre produit et aux normes de sécurité alimentaires élevées que l'on retrouve au pays. Du jamais vu dans les pays aux prises avec des cas ESB où, au contraire, on a toujours observé une baisse importante de la consommation. Chez nous, les Canadiens ont continué à manger du bœuf. Mieux encore, selon AC Nielsen\*\*, la demande dans le secteur du détail aurait grimpé de 3 % en 2005. Cette hausse aurait été encore plus marquée au Québec, atteignant les 7 % (consommation de veau incluse).

Même si nous croyons avoir atteint une certaine stabilité en matière de consommation de bœuf au pays, il est essentiel de rester bien connectés aux besoins de notre client ultime, le consommateur. Pour rester dans la course, nous devons conserver la confiance des consommateurs envers notre produit notamment en maintenant le plus haut degré de sécurité alimentaire à travers chacune des étapes partant de la ferme à la table. Nous devons aussi être en mesure d'anticiper les ten-

dances de consommation et les habitudes d'achat qui évoluent sans cesse, et ce, de plus en plus rapidement.

Ainsi, depuis quelques années, nous devons composer avec plusieurs nouvelles réalités qui ont des effets directs sur la consommation de notre produit. Par exemple, les familles sont maintenant de plus petites tailles; les femmes, dans une très large proportion, travaillent à l'extérieur du foyer; la population est vieillissante; la clientèle ethnique est en croissance, etc. De plus, le temps moyen consacré à la préparation des repas ne cesse de s'effriter et les connaissances culinaires des générations montantes sont de plus en plus limitées. Tous ces éléments, et plusieurs autres viennent

changer les habitudes de consommation. Les consommateurs continuent de manger du bœuf, mais ils le font différemment. L'industrie du bœuf doit donc décoder ces différents signaux pour ajuster ses actions de commercialisation et son offre de produits en conséquence. 2

\*Statistique Canada, consommation apparente des viandes par personne au Canada. La consommation du bœuf et du porc est calculée sur une base détail alors que celle du poulet est calculée sur une base éviscérée.

\*\*ACNielsen Fresh Track, Lastest 52 w/e, April 2005

### Des recettes, des recettes encore des recettes!

Saviez-vous qu'un simple « clic » sur le site Internet du Centre d'information sur le bœuf ([www.boeufinfo.org](http://www.boeufinfo.org)) vous permet d'accéder à une des 215 recettes de bœuf, classifiées par coupe, par mode de cuisson ou par genre. Vous pouvez également y commander, sans frais, une quinzaine de livrets de recettes sur des thématiques aussi diversifiées qu'intéressantes.

[www.boeufinfo.org](http://www.boeufinfo.org)



FRANCINE JODOIN\*

# La vache de réforme devient « boeuf commercial »

*La récente crise de la vache folle a frappé de plein fouet l'industrie bovine dans son entier. Le marché s'est soudainement transformé et rapidement retrouvé avec un surplus d'animaux qui n'avaient plus leur place. L'industrie a dû élaborer de nouvelles stratégies, notamment pour l'écoulement de la viande issue des bovins de réforme, que l'on appelle boeuf commercial, celui-là même qui a été le plus affecté par la crise en cours.*

Un nouveau groupe a vu le jour, la TRCVB (table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie du boeuf) réunissant des intervenants de la CCA, de différents abattoirs, de l'AAC, de quelques transformateurs, de distributeurs et de représentants du CIB et, de la Fédération des producteurs de bovins du Québec. Les priorités ont été établies ainsi :

1- Augmenter la part du marché pour le boeuf commercial de 26 à 58 %.

*Note : le % est basé sur le ratio d'utilisation du non gradé domestique versus l'importation*

ABATTOIRS	AUT. - 2004	AUT. - 2005	Mi - 2006	2007
Lakeside	0	2 500	3 000	3 000
XL Moose Jaw	0	7 500	7 500	7 500
XL Calgary	5 000	0	0	0
Cargill	0	0	1 500	1 500
Levinoff (Que)	4 125	4 750	4 750	4 750
Rangeland (BC)	0	300	300	300
Gencor (Ont.)	750	1 250	1 500	1 500
Rancher's Beef (Innisfail)	0	750	750	750
Natural Valley (Sask)	0	600	600	600
Rancher's Own (Edm)	0	0	4 000	4 000
South River Foods (Lacombe)	0	0	0	2 000
Total :	9 875		23 900	26 900
		+ 79 %	+ 35 %	

2- Augmenter la taille du marché domestique à 50 000 tonnes métriques.

3- Ajouter de la valeur aux produits de boeuf commercial par le développement de nouveaux produits.

Pour ce faire, il est important de tenir compte de la disponibilité, de la capacité de remplacement, de la ségrégation des produits, des spécifications, du service et des prix.

Également, on a dû procéder à une étude de marché afin de connaître le degré d'acceptabilité du consommateur pour ce type de produits, considérant les habitudes antérieures de ces derniers.

Il va sans dire que la capacité d'abattage pour ces animaux a causé tout un problème puisqu'il n'était plus possible

d'utiliser les mêmes facilités. Le tableau 1 démontre clairement comment l'industrie s'est relevée au cours des deux dernières années.

Nous avons établi des partenariats avec l'industrie, particulièrement celle des services alimentaires, tels que Burger King, MacDonald, Harvey's, etc., pour l'utilisation accrue du produit canadien. Au niveau du détail, on a vu apparaître les produits entièrement cuits de Maple Leaf. L'apparition de nouveaux produits de boeuf haché de source spécifique chez les détaillants permet une meilleure utilisation des parures et augmente l'offre de la catégorie boeuf haché au comptoir des viandes. 2

\*directrice des communications, Centre d'information sur le boeuf



Association Charolais Québec  
Mélanie Gilbert, secrétaire  
965 Route 275 sud  
Frampton, (Québec)  
G0R 1M0

Téléphone : (418) 479-5487

[www.charolaisquebec.qc.ca](http://www.charolaisquebec.qc.ca)

# PERFORMANCE PRÉVISIBLE

Prix de vente toujours supérieur



## ÉPROUVÉ

Dans les pâturages, dans les encans,  
dans les parcs d'engraissement



Association Canadienne  
Charolais  
2320 - 41st Ave,  
NE Calgary, AB  
T2E 6W8

Tél. : (403) 250-9242  
Fax : (403) 291-9324  
Courriel : [cca@charolais.com](mailto:cca@charolais.com)

[www.charolais.com](http://www.charolais.com)



NATHALIE  
CÔTÉ\*

COLLABORATEURS :  
MARIO PILON\*\* ET RÉGENT LEDUC\*\*\*

## La carcasse en mille morceaux... du prix « vivant » au prix de « détail »

À l'occasion d'Expo-Bœuf, en octobre dernier, la Fédération des producteurs de bovins du Québec a présenté un atelier sur ce sujet. Nous publions dans ce numéro, l'essentiel de la conférence présentée par Mario Pilon, producteur de bouvillons d'abattage, qui a décidé en 2003 de commercialiser sa viande de bœuf.

### VOIR SON ANIMAL AUTREMENT...

En s'impliquant dans la vente, le producteur de bœuf doit tout d'abord réajuster son œil et considérer son animal autrement. Ainsi, il doit, en quelque sorte,

« voir » sous la peau et être en mesure d'évaluer la carcasse que l'animal donnera, pour ensuite procéder à l'analyse du rendement en viande. Car il faut bien comprendre ici que le rendement en viande de la carcasse a une influence certaine sur les profits que rapporte la vente au détail, pièce par pièce. Plus le rendement en viande sera important, plus les profits suivront. De façon générale, on peut dire que la partie arrière de l'animal (cuisse, surlonge, longe et une partie du flanc) représente 46 % des coupes primaires et la partie avant (côte, épaule, poitrine/jarret et une portion du flanc), 54 %.

### L'ANALYSE DU RENDEMENT ET DES COÛTS

L'analyse du rendement de la carcasse et de son potentiel commercial peut se faire selon différents modèles plus ou moins sophistiqués. Une des façons les plus efficaces est de procéder à un test de rendement sur chaque coupe primaire ou secondaire qui sera mise en marché. Cette approche peut également servir à déterminer quel type de marchandisage permettra, pour une coupe donnée, de réaliser la meilleure marge de profit possible. En partant des rendements pour chaque coupe primaire, nous avons simulé le ren-

# Ranch Ostiguy Charolais

TAUREAUX DISPONIBLES À LA FERME

UNE QUALITÉ GARANTIE



POST RENEGADE 607R

Eldorado X Unlimited Chaps  
PN: 108 / 205 jrs: 748 / 365 jrs: 1 280 / Sc: 34cm



POST RAINBOW 2R

EC Bronson X Dynamo  
PN: 92 / 205 jrs: 736 / 365 jrs: 1 265 / Sc: 35cm



POST RICARDO 7R

Fastrack X Alliance  
PN: 74 / 205 jrs: 685 / 365 jrs: 1 221 / Sc: 33cm

POST RUDOLPH 92R

(Bronson X Pleasant Dawn) PN: 96 / 205 jrs: 826 / 365 jrs: 1 402 / Sc: 33cm

POST RAMSES 17R

(Bronson X Unlimited Ease) PN: 104 / 205 jrs: 793 / 365 jrs: 1 394 / Sc: 35cm

POST RINGO STAR 47R

(Alcatraz X Brampton) PN: 102 / 205 jrs: 813 / 365 jrs: 1 338 / Sc: 42cm

POST ROMEO 226R

(Fastrack X Red Roni) PN: 96 / 205 jrs: 738 / 365 jrs: 1 278 / Sc: 34cm

POST RENOIR 23R

(Alcatraz X Wyoming Wind) PN: 99 / 205 jrs: 626 / 365 jrs: 1 264 / Sc: 36cm

POST RACING BOY 117R

(Fastrack X Bronson) PN: 104 / 205 jrs: 783 / 365 jrs: 1 396 / Sc: 34cm

POST REMBRANDT 13R

(Impressive X Alliance) PN: 103 / 205 jrs: 844 / 365 jrs: 1 239 / Sc: 41cm

POST REVOLUTION 123R

(Bronson X Ramrod) PN: 108 / 205 jrs: 738 / 365 jrs: 1 278 / Sc: 34cm

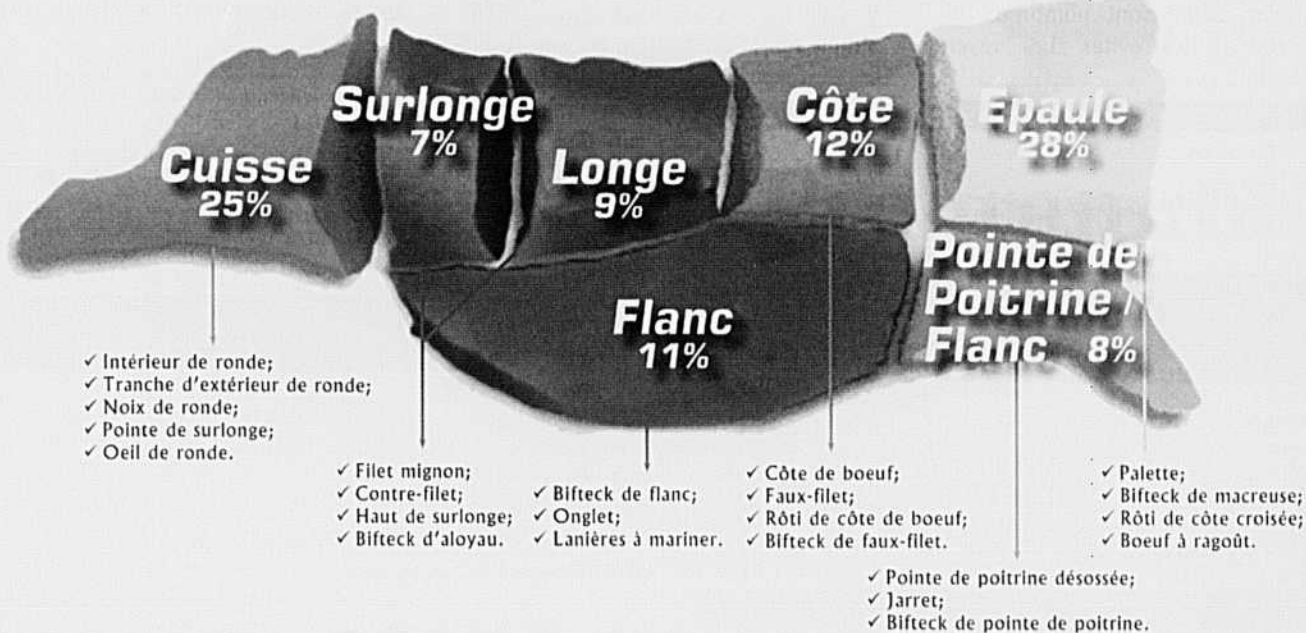
Nous utilisons des taureaux reconnus pour leur facilité de vêlage, leur conformation et leurs membres solides. Reconnu «**Meilleur Eleveur**» du Québec huit années consécutives de 1998 à 2005 par l'Association Charolais du Québec

Brigitte Bergeron & Pierre Ostiguy

144, rang Grande Barbue, Saint-Césaire (450) 469-4472

Dépositaire de semences  
«SPARROWS ELDORADO 361L»  
50\$ l'unité

# Les coupes de boeuf



dement en viande et le revenu obtenu d'un bouvillon d'abattage de 1350 livres (base vivante).

Lorsque les coupes primaires sont transformées en coupes secondaires, on estime alors la partie commercialisable à 65 %. Ainsi, par exemple, notre bouvillon de 1350 livres donnera l'équivalent de 740 livres en coupes primaires qui, une fois redécoupées en coupes secondaires, donneront, à leur tour, 480 livres de viande. C'est lors de cette étape, qui peut devenir assez ardue, que le producteur peut maximiser ses profits. Par ailleurs, c'est également ici que les risques d'erreurs sont les plus fréquents. Une mauvaise évaluation peut facilement transformer profit en perte. Le producteur doit donc raffiner son analyse de rendement au maximum, pièce par pièce, en évaluant le potentiel commercial de chaque morceau et en valorisant le plus possible l'ensemble de la carcasse.

Comme le rendement en viande de la carcasse est en lien direct avec les profits que rapporte la vente au détail, pièce par pièce, certaines orientations prises à la ferme, comme le choix de la race et le type d'alimentation, peuvent influencer à la hausse ou à la baisse le rendement en viande. Par exemple, pour M. Pilon, comme les coupes provenant de la longe et de la surlonge offrent les meilleurs

profits, il préfère engraisser des veaux d'emboche possédant un dos très long.

La saison choisie pour la commercialisation peut aussi être un facteur déterminant. Ainsi, certaines coupes se détaillent plus facilement l'été. Il faut donc être en mesure d'ajuster le prix de celles-ci à la hausse et de réduire temporairement le prix des autres coupes afin d'écouler la carcasse complète. Parfois, il faut même modifier l'offre de coupes pour répondre à la demande des consommateurs. Le producteur doit donc être en mesure de planifier sa régie d'élevage en conséquence des besoins saisonniers.

## DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

La fixation de prix constitue un autre défi. Fixer des prix sur papier, ça aide. Mais dans la vie, c'est souvent une autre histoire. Comme la fixation du prix, coupe par coupe, constitue un exercice assez complexe, il est plus facile de déterminer un prix moyen pour l'ensemble des pièces provenant d'une coupe primaire. Cette approche laisse alors plus de latitude au producteur dans l'offre de découpes pour satisfaire sa clientèle. Ainsi, si un producteur décide de commercialiser plus de coupes avec os (T-bone, par exemple), il pourra ajuster le prix des autres coupes en conséquence.

## LES AUTRES FRAIS


Les frais d'abattage varient d'un abattoir à l'autre. Ils dépendent, entre autres, du niveau de service qu'il offre aux producteurs, du prix qu'il peut tirer des parties non comestibles (cinquième quartier), ou s'il conserve ou non les abats. En plus des frais d'abattage, il faut également considérer d'autres postes de dépenses (emballage, transport, publicité, réfrigérateur, etc.) liées à la commercialisation à la ferme. Ces frais sont extrêmement variables d'une situation à l'autre, ils doivent toutefois être considérés dans le coût de revient.

## AVANT DE SE LANCER, IL FAUT COMPTER

Avant de se lancer dans l'aventure de la vente au détail, il importe également de bien mesurer les raisons qui motivent sa décision. Le producteur doit réfléchir à son niveau d'expertise, à sa volonté et à sa disponibilité. Car la commercialisation du boeuf et le service à la clientèle sont des activités extrêmement exigeantes qui sollicitent beaucoup de temps, de compétences et de rigueur. Le producteur qui fournit des points de vente doit s'assurer de la régularité de l'approvisionnement de ceux-ci et donc, planifier la régie de son élevage en conséquence. Il faut une bonne dose de flexibilité pour adapter sa mé-

thode de production aux exigences du marché et des consommateurs.

Mais, par-dessus tout, il faut sortir son crayon et compter. Les pièges de la vente au détail sont nombreux et il importe de les éviter. Les revenus

anticipés doivent être réalistes; les frais reliés à la commercialisation et le temps consacré à la vente au détail doivent également faire partie de l'évaluation globale. Car, comme nous l'avons vu, une simple mauvaise décision ou une évaluation erronée peut rapidement faire la différence entre un profit et une perte. 

Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dans le cadre du Programme d'appui financier aux associations de producteurs désignées.

#### RENDEMENT EN VIANDE D'UN BOUVILLON D'ABATTAGE

⊖ POIDS VIVANT :	1 350 LB
⊖ POIDS CARCASSE :	770 LB
⊖ POIDS NET APRES VIEILLISSEMENT :	740 LB

#### RENDEMENT ET REVENUS DES COUPES PRIMAIRES DE LA CARCASSE

DECOUPE	POIDS (LB)	%	PRIX DE DÉTAIL MOYEN (\$/LB)	TOTAL (\$)
Cuisse	185	25	2,79	516
Surlonge	52	7	3,29	171
Longe	67	9	7,69	515
Côte	89	12	4,69	417
Épaule	207	28	2,29	474
Flanc	81	11	1,89	153
Pointe de poitrine / flanc	59	8	1,89	112
<b>Total :</b>	<b>740</b>	<b>100</b>	<b>3,19</b>	<b>2 358</b>

#### AUTRES PARTIES COMMERCIALISABLES

Gras (saindoux)	10	1,28	2,18	22
Os à soupe	10	1,28	0,50	5
Abats (coeur, langue)	10	1,28	---	12
Revenu total avant frais :	770	---	3,11	2 397


#### REVENUS ET FRAIS POUR UNE CARCASSE

	\$/lb	\$
REVENU TOTAL AVANT FRAIS :		2 397
FRAIS D'ABATTAGE :	0,02 - 0,05	27 A 70
FRAIS DE DECOUPE :	0,38 - 0,50	293 A 385
FRAIS DE COMMERCIALISATION (PUBLICITE, TRANSPORT, ACHAT REFRIGERATEUR, TEMPS DU PRODUCTEUR) :		370 A 999

- ⊖ Revenu du producteur qui commercialise lui-même son boeuf 943 à 1 707 \$
- ⊖ Revenu du producteur qui vend son bouvillon à l'enchère électronique (1,54 \$/lb sur base carcasse chaude\*) 1 185 \$

\*prix moyen estimé pour 2005

# Pompez des profits avec SHORTHORN



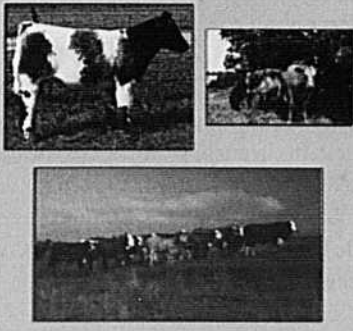
Pour informations communiquez avec :  
**Association Shorthorn du Québec**  
 Raymond Dempsey, secrétaire  
 1081, Route 267, Inverness  
 (Québec) G0S 1K0  
 Tél.: (418) 453-2908  
 Fax : (418) 453-3027  
 Courriel : dempseyr@globetrotter.net

## Vos futures veaux seront-ils des SHORTHORN ?

La race Shorthorn s'impose pour les BONNES RAISONS :

- PROFITABILITÉ
- FACILITÉ D'ÉLEVAGE
- PERSILLAGE ET GOÛT DE LA VIANDE
- CONVERSION ALIMENTAIRE EFFICACE
- RENDEMENT DE LA CARCASSE

### SHORTHORN



# Retombées d'un Programme en agroenvironnement

**A**u cours de la dernière décennie, plusieurs États à travers le monde ont eu recours comme stratégie de protection de l'environnement à une approche qui intègre des instruments économiques, l'innovation et une réglementation progressive pour inciter les producteurs agricoles à revoir leurs pratiques agricoles. L'expérience démontre que cette manière s'est avérée beaucoup plus efficace pour atteindre des résultats mesurables qu'une approche qui repose uniquement sur la réglementation.

Au Québec, les retombées du Programme d'aide à l'amélioration de la gestion des fumiers (PAAGF) instauré en

1988 en sont un bon exemple. Ce programme qui a été reconduit au fil des ans prévoyait un soutien financier aux producteurs et productrices agricoles pour la construction de structures d'entreposage, des technologies d'épandage, des services-conseils en agroenvironnement dont la conception de plans de fertilisation, la R&D en gestion des fumiers, ainsi que pour la gestion des surplus de fumiers. Dans les années suivant la mise en œuvre du programme PAAGF, plusieurs projets de recherche ont été mis en place. Puis le gouvernement a procédé à des modifications réglementaires pour obliger notamment les producteurs à détenir un plan de fertilisation.

## DES RETOMBÉES SIGNIFICATIVES

Les résultats du sondage sur les pratiques agroenvironnementales des fermes du Québec, qui ont été publiés le printemps dernier dans le rapport *Suivi 2003 du Portrait agroenvironnemental des fermes du Québec*, renferment plusieurs informations qui nous permettent de faire une analyse des retombées du PAAGF sur l'évolution des pratiques de gestion des fumiers et lisiers à la ferme.

### - Valorisation et gestion contrôlée des engrais de ferme

Un des effets positifs de ce programme concerne la construction d'ouvrages de stockage des lisiers et fumiers. En effet, le sondage révèle que 73 % des fumiers et lisiers des élevages québécois sont entreposés dans des structures d'entreposage étanches. Par ailleurs, des investissements ont été réalisés pour aménager des sites d'élevage conformément au Guide des bonnes pratiques pour la gestion agroenvironnementale des fumiers de bovins de boucherie.

**TABEAU 1**

### SUPERFICIES CULTIVÉES EN 1988 ET 2003

Production	1988 (ha)	2003	%
Pomme de terre	17 685	19 660	+11
Total céréales oléagineuses	647 000	881 802	+36
Tabac et petits fruits	2 687	22 814	+749
Légumes (frais et transformés)	31 844	44 342	+39
Foins cultivés et maïs fourrager	1 043 000	856 698	-17
Total cultures annuelles et foins cultivés	1 742 216	1 825 316	+5

Source : Selon le fichier des exploitations enregistrées au MAPAQ

**TABEAU 2**

### ACHAT DE FERTILISANTS (TONNES)

Année	Total engrais acheté (tonne)	Total azote (tonne)	Total phosphore (tonne)	Total potassium (tonne)	Dépenses d'exploitation engrais et chaux (M\$)
1988	527 685	94 500	76 434	95 809	157,7
2003	422 946	97 153	39 934	49 917	221,8
Différence/tonne	104 739	+2 653	36 500	45 892	
	-20 %	+2,8 %	-48 %	-48 %	

Source : Statistics Canada Fertilizer Trade catalogue no 46-207, Dépenses d'exploitation agricole et frais d'amortissement - Statistique Canada no 21-012-XIF, AFEQ.

### - Baisse des achats d'engrais minéraux

Une autre retombée significative du programme d'amélioration de la gestion des fumiers touche la valorisation des engrais de ferme. En consultant les statistiques des ventes d'engrais minéraux au Québec, on constate que l'année 1988 fut celle où il s'est vendu le plus d'engrais minéraux, soit 527 685 tonnes.

Depuis, les quantités d'engrais minéraux achetées au Québec n'ont cessé de diminuer, et ce, malgré une hausse de 5 % des superficies en cultures annuelles et en foin cultivé (Tableau 1). Globalement, entre 1988 et 2003, ces quantités ont baissé de 20 % tout élément confondu (azote, phosphore, potassium, NPK). Les quantités d'engrais azotés achetées ont augmenté de

réelle des fumiers et lisiers au plan agronomique, notamment sur la disponibilité de l'azote, du phosphore et du potassium contenus dans les fumiers et lisiers. Aussi, des efforts importants ont été consacrés à la réalisation d'essais et de démonstrations de fertilisation avec des engrais de ferme pour comparer leur efficacité par rapport aux engrais minéraux.

Le sondage révèle également des changements dans certaines pratiques à la ferme, notamment le calendrier des épandages des engrais de ferme. En effet, on constate que les épandages de fumiers et lisiers se sont déplacés vers le printemps et l'été plutôt qu'à l'automne. La proportion des engrais de ferme épandus après les récoltes dans les cultures annuelles était de

**TABLEAU 3**

#### APPLICATION D'ENGRAIS MINÉRAUX SUR SUPERFICIES CULTURES ANNUELLES ET FOURRAGE

Année	Engrais kg/ha	Kg N/ha	Kg P/ha	Kg K/ha
1988	302,8	54,24	43,87	54,99
2003	232	53,22	21,87	27,4
Différence	-23 %	-1,8 %	-50 %	-50 %

**TABLEAU 4**

#### ÉCONOMIE D'ACHAT D'ENGRAIS - ANNÉE 2003

Éléments fertilisants	Valeur par unité fertilisante (kg)	Quantité achetée en moins (tonne)	Économie d'achat (\$)
Phosphore	0,68 \$	36 500	24 820 000
Potassium	0,50 \$	45 892	22 946 000
Total			47 766 000

Source : FPCCQ

seulement 3 %; cependant, les quantités appliquées à l'hectare (kg/ha) sur les cultures annuelles et le foin cultivé ont baissé de 2 %. Par ailleurs, les quantités d'engrais phosphore et potassium achetées ont baissé dans les deux cas de 48 % (Tableau 2), alors que les quantités appliquées à l'hectare ont baissé aussi de 50 % (Tableau 3).

### UNE MEILLEURE PLANIFICATION DE LA FERTILISATION

Comment expliquer de telles baisses? Les retombées du *Programme d'aide à l'amélioration de la gestion des fumiers* ainsi qu'une disposition réglementaire obligeant les producteurs à détenir un plan de fertilisation ont eu un impact direct sur les baisses des ventes d'engrais minéraux. Dès le début des années 90, plusieurs projets de recherche ont été financés afin d'approfondir les connaissances sur la valeur

46 % en 1998 et a baissé à 29 % en 2003. Il s'agit là d'une bonne pratique agroenvironnementale qui permet de faire coïncider les épandages d'engrais de ferme avec la période de croissance des plantes. L'efficacité fertilisante en est ainsi augmentée.

### DES INTERVENANTS TERRAINS AVISÉS

Enfin, plusieurs activités de sensibilisation et de formation ont été développées pour convaincre les agronomes et les producteurs agricoles des avantages agronomiques et économiques d'une bonne utilisation des engrais de ferme pour fertiliser les cultures. À cet effet, les agents régionaux et répondants en agroenvironnement de l'UPA ainsi que les conseillers de clubs-conseils en agroenvironnement ont joué un rôle déterminant.

### L'IMPACT ÉCONOMIQUE

Outre les avantages agroenvironnementaux d'une meilleure gestion des engrais de ferme, les producteurs retirent également des bénéfices économiques importants au chapitre des économies d'achat d'engrais. Les baisses d'achats de 36 500 tonnes d'engrais de phosphore et de 45 892 tonnes d'engrais de potassium observées entre 1988 et 2003 représentaient pour l'année 2003 près de 48 M\$ (Tableau 4). Cependant, il ne faut pas conclure qu'il s'agit là d'une économie nette puisque les exigences réglementaires amènent des contraintes associées à des charges pour l'entreprise agricole, par exemple, les coûts d'épandage des engrais de ferme sont beaucoup plus élevés que pour les engrais minéraux. De plus, les dépenses encourues pour la construction des structures d'entreposage doivent être prises en compte. Entre 1988 et 2003, près de 300 M\$ ont été investis par l'État et les producteurs dans la construction de structures d'entreposage. On estime, grosso modo, la part des dépenses des producteurs à cet égard à au moins 50 % des coûts totaux.

### DES GAINS IMPORTANTS

En conclusion, les progrès réalisés dans la gestion des fumiers au Québec sont une belle illustration des retombées d'une approche intégrée qui associe des instruments économiques tels que le PAAGF, l'innovation et le transfert de connaissances et des mesures réglementaires progressives. Cette association a permis de faire des gains importants dans l'entreposage sécuritaire des fumiers et lisiers. De plus, les résultats des recherches sur la fertilisation des engrais de ferme, les activités de formation et de sensibilisation auprès des conseillers agricoles et des producteurs ont contribué à améliorer la gestion des fumiers et lisiers. C'est l'ensemble de la société québécoise qui en bénéficie, notamment au chapitre de la diminution des impacts négatifs sur l'environnement puisque les éléments fertilisants contenus dans les fumiers et lisiers sont utilisés plus efficacement au profit de la croissance des cultures. Longtemps perçus comme des polluants, les fumiers et lisiers, lorsque bien gérés, s'intègrent parfaitement à la pratique d'une agriculture durable. 2

\*agronome, coordonnateur de la stratégie agroenvironnementale, DREPA, UPA



# Amas au champ, les bonnes pratiques d'abord

Depuis le 14 octobre dernier, le *Règlement sur les exploitations agricoles (REA)* autorise les amas au champ pour certains producteurs et selon certaines conditions (voir encadrés). Des projets pilotes encadrés par le MAPAQ sont prévus dans plusieurs entreprises afin de vérifier l'efficacité technique des

bonnes pratiques en relation avec les amas au champ<sup>1</sup>. Toutefois, chaque producteur, qu'il participe ou non aux projets pilotes, a la responsabilité d'appliquer chez lui ces bonnes pratiques afin d'obtenir les résultats escomptés. Au surplus, rappelons qu'il incombe aux producteurs eux-mêmes de prouver à l'ensemble

des intervenants que les amas au champ constituent une technique assurant le développement durable des entreprises agricoles et des communautés rurales.

## LES BONNES PRATIQUES POUR LES AMAS AU CHAMP

Pour aider les exploitants agricoles et les professionnels du domaine à respecter les conditions prévues au REA, à mettre en œuvre les bonnes pratiques pour réduire les risques associés aux amas au champ et tirer le maximum de la valeur fertilisante des fumiers, divers documents sont disponibles.

Le *Guide de conception des amas de fumier au champ*, élaboré par Denis Côté de l'IRDA contient de l'information sur les caractéristiques des fumiers, sur les phénomènes naturels associés aux amas au champ et sur les propriétés agronomiques des sols québécois. Il définit les critères de sélection des sites d'entreposage et édicte les pratiques qui doivent être préconisées en matière de gestion des sites et des amas.

La *ligne directrice sur la gestion d'amas de fumier solide au champ*, dévoilée par l'Ordre des agronomes juste

### AUTORISATION DE RÉALISER DES AMAS AU CHAMP POUR LES PRODUCTEURS DE BOVINS

		Municipalités situées dans les bassins dégradés	Autres municipalités
Lieux d'élevage existants au 15 juin 2002	3200 Kg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> ou moins	oui	oui
	Plus de 3200 Kg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub>	Entreprise existante avant le 15 juin 2002 et droit acquis pour le cheptel autorisé avant le 7 juillet 2005  Agrandissement interdit*	Entreprise existante avant le 15 juin 2002 et droit acquis pour le cheptel autorisé avant le 7 juillet 2005  Agrandissement possible avec avis au MDDEP et participation au projet-pilote
Nouveaux lieux d'élevage	3200 Kg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> ou moins	oui	oui
	Plus de 3200 Kg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub>	non	non

\* Les agrandissements demeurent permis à la condition d'entreposer les déjections dans un ouvrage étanche ou, jusqu'au 1<sup>er</sup> avril 2010, en entreposant les déjections animales à proximité du bâtiment (tas au bout du bâtiment).

avant les Fêtes, fournit des balises aux agronomes qui doivent faire des recommandations sur l'entreposage en amas au champ. Ces balises sont essentiellement celles que M. Côté a décrites dans son Guide.

Finalement, le MAPAQ a lancé un feuillet technique destiné aux producteurs afin de les guider sur la gestion des amas et des sites d'entreposage. Ce feuillet sera disponible sur [www.agrireseau.qc.ca](http://www.agrireseau.qc.ca).

#### L'AVENIR DES AMAS AU CHAMP

Le REA donne la possibilité d'utiliser le stockage temporaire des fumiers en amas au champ et prévoit, pour certaines entreprises, la réalisation de projets pilotes sur une période de trois ans. Ces projets pilotes visent à valider l'efficacité des bonnes pratiques prévues dans les divers outils disponibles et à déterminer les contraintes d'application, le cas échéant, en vue d'éventuellement les bonifier.

Chaque amas réalisé au cours des trois prochaines années sera donc une source d'information qui contribuera à déterminer l'avenir de cette technique. Une lourde responsabilité incombe donc aux producteurs. Chacun doit donc faire sa part et comme le dit Lafontaine « Aide-toi et le ciel t'aidera ». ☺

*Les producteurs de bovins qui auraient à participer aux projets pilotes sont ceux situés en bassins dits non dégradés et qui souhaitent procéder à une expansion.*

\*agronome, agente à l'environnement et à l'assurance de la qualité, FPBQ

## Augmentez vos profits... misez sur la vigueur hybride!

IL EST PROUVÉ QUE COMPARATIVEMENT À UNE VACHE DE RACE PURE, UNE CROISÉE :

- ✓ DEMEURERA EN MOYENNE 1,3 ANNÉE DE PLUS DANS LE TROUPEAU
- ✓ AURA PRODUIT 30 % PLUS DE POIDS DE VEAU À VIE



Meat Animal Research Center, Nebraska, É.-U.



*L'insémination artificielle est le moyen le plus pratique et le moins coûteux de mettre en place un programme de croisements performant pour votre entreprise.*



**Et rappelez-vous...  
la détection des chaleurs  
n'est même plus nécessaire!**

3450 Sicotte, Saint-Hyacinthe, Qc J2S 7B8 Sans frais 1-866-737-2427 [www.ciaq.com](http://www.ciaq.com)

### Conditions à respecter pour le stockage en amas au champ

- Les eaux contaminées provenant de l'amas ne doivent pas atteindre les eaux de surface;
- L'amas doit être enlevé et valorisé ou éliminé dans les 12 mois suivant la date de sa mise en place;
- L'entreprise soumise à un PAEF doit obtenir une recommandation signée par un agronome;
- Le producteur doit tenir, pour chaque amas, un registre de stockage.

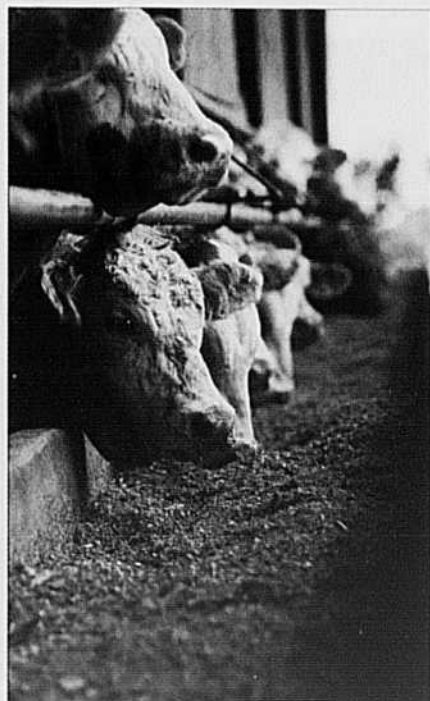


PHOTO : ARCHIVES TCN



# Le classement des bovins de réforme

Depuis le 2 janvier 2006, tous les bovins de réforme destinés à l'abattage sont vendus sur base carcasse. Le prix payé est maintenant fixé selon une formule de prix qui reflète la

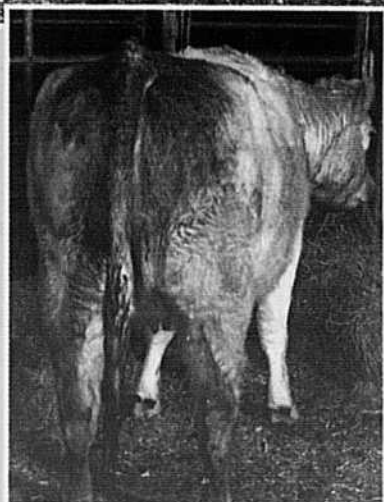
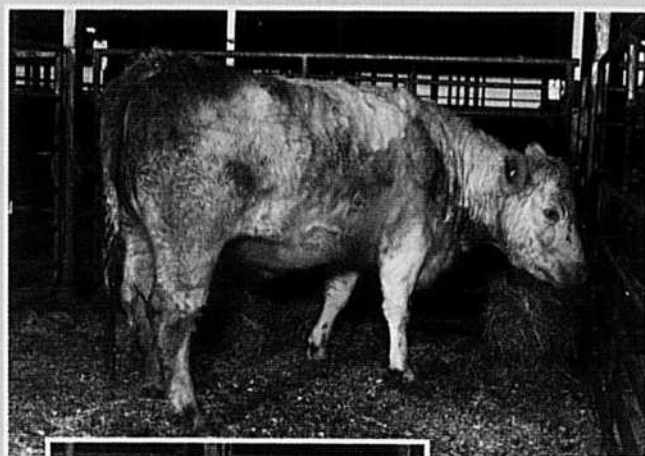
valeur en viande d'un bovin de réforme. Ce prix de base est alors ajusté en fonction du classement vivant de l'animal et de son poids carcasse. Afin de mieux comprendre les principales classes de

bovins de réforme, voici quelques photographies :

\*MBA, directeur de la mise en marché Bovins de réforme, Veaux laitiers et Veaux d'embouche, FPBQ

## Classe 2

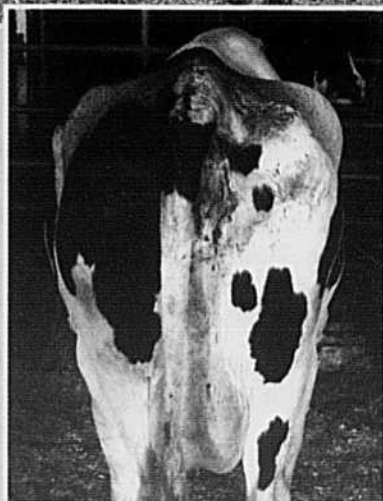
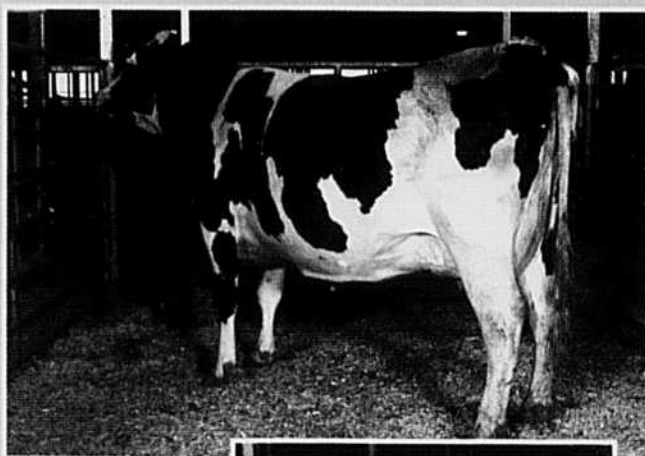
*Vache ou taure, peu grasse, avec très bonne musculature*



*On voit ici une vache de boucherie très bien musclée, de classe 2, qui aura certainement un très bon rendement à l'abattage et au désossage.*

## Classe 4

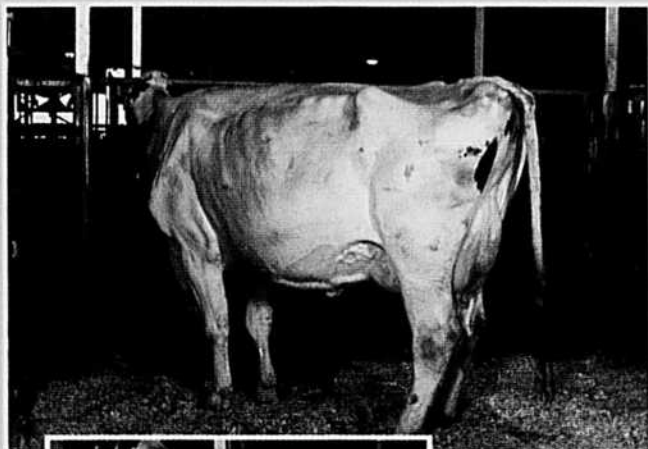
*Vache ou taure, très peu grasse, avec bonne musculature*



*Cette vache de classe 4 est bien viandée et montre très peu de gras.*

### Classe 5

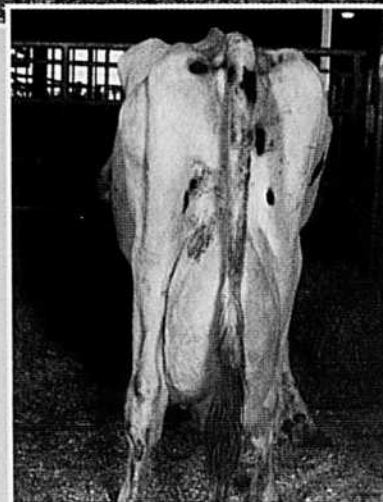
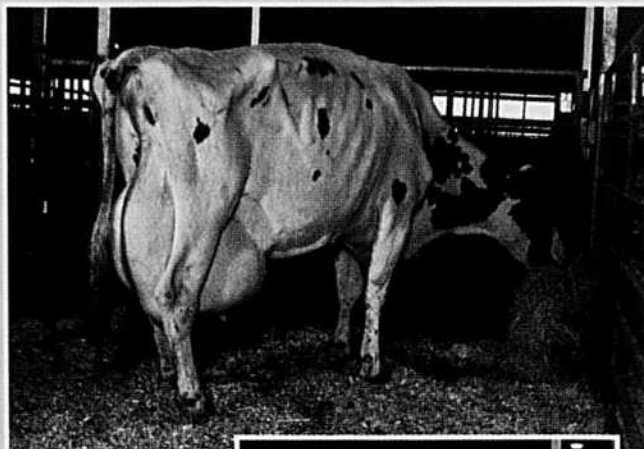
Vache ou taure, maigre,  
avec musculature moyenne



Plus de 50 % des vaches de réforme vendues au Québec font partie de la classe 5. Ces vaches peu viandées sont reconnues pour leur viande très maigre.

### Classe 10

Vache ou taure faible, ou vache ou taure  
avec une musculature déficiente



Cette vache, de classe 10, aura évidemment un très faible rendement à l'abattage et au désossage. Ces vaches auraient avantage à être réformées plus rapidement (avec un meilleur état de chair).

## VOICI LES GRILLES D'ÉCARTS DE PRIX EN VIGUEUR DEPUIS LE 2 JANVIER 2006 :

#### GRILLE D'ÉCARTS SELON LE CLASSEMENT VIVANT .....

Vaches & taures

Classe 2 - Très bonne	⇒	+ 0,10 \$/lb carcasse
Classe 4 - Bonne	⇒	+ 0,03 \$/lb carcasse
Classe 5 - Moyenne	⇒	0 \$/lb carcasse
Classe 3 - Grasse	⇒	- 0,07 \$/lb carcasse
Classe 8 - Très grasse	⇒	- 0,20 \$/lb carcasse
Classe 10 - Faible/Blessée	⇒	- 0,20 \$/lb carcasse

90 % DES BOVINS  
DE RÉFORME

Taureaux

Classe 6A - Boucherie/Très bon	⇒	+ 0,15 \$/lb carcasse
Classe 6B - Boucherie/Bon	⇒	+ 0,10 \$/lb carcasse
Classe 7 - Laitier/Bon	⇒	+ 0,10 \$/lb carcasse
Classe 7C - Laitier/Moyen	⇒	0 \$/lb carcasse

#### GRILLE D'ÉCARTS SELON LE POIDS CARCASSE .....

650 lb et +	⇒	+ 0,02 \$/lb carcasse
500 à 649 lb	⇒	0 \$/lb carcasse
450 à 499 lb	⇒	- 0,05 \$/lb carcasse
400 à 449 lb	⇒	- 0,10 \$/lb carcasse
350 à 399 lb	⇒	- 0,15 \$/lb carcasse
300 à 349 lb	⇒	- 0,20 \$/lb carcasse
- de 300 lb	⇒	- 0,25 \$/lb carcasse

84 % DES BOVINS  
DE RÉFORME

# Le foin et les rations alimentaires hivernales

L'hiver venu, la rareté (et le prix) du foin, ainsi que le coût relativement peu élevé des céréales amènent de nombreux producteurs à modifier la diète hivernale de leurs bovins en remplaçant une partie du foin par des céréales. Le maïs (mais aussi d'autres céréales ou produits céréaliers) peut remplacer très efficacement une partie du foin. Par exemple, une livre de maïs peut ainsi remplacer deux livres de foin à condition que le maïs ne représente pas plus du tiers de la ration alimentaire. Cette règle pratique est établie en fonction de la teneur énergétique et du taux d'humidité moyen du maïs et du foin. En fait, c'est une question d'économie et du mode de gestion du bétail et des rations, propre à chaque producteur. À cette période de l'année, l'aspect économique est sans aucun doute un élément clé de l'équation; les céréales coûtent moins cher et le prix du foin est à la hausse ou a déjà atteint un sommet, selon la région où l'on se trouve.

La figure 1 montre le prix d'équilibre où le coût du maïs équivaut à celui du foin, si 1 unité de maïs remplace 1,8 unité de foin. Par exemple, si le maïs coûte 110 \$ la tonne contre 80 \$ pour la tonne de foin, il devient rentable de remplacer une partie du foin de la ration par du maïs. Puisque, en général, les céréales doivent être transformées pour que les vaches de boucherie puissent les digérer, on devrait calculer une surcharge de 10 à 15 \$ la tonne avant de prendre une décision.

Le plus grand défi lorsqu'on remplace une partie du foin par du maïs réside dans la gestion des mangeoires. L'hiver venu, la plupart des producteurs nourrissent les bêtes par un système d'alimentation libre. Or l'intégration de céréales au menu hivernal entraîne la mise en place d'une diète contrôlée. En d'autres mots, on

Visez la TOP MUSCULATURE  
vous rapportera plus de \$\$\$

**ENCAN**



Environ 30 taureaux de génétique supérieure éligibles à l'ASRA. Possibilité de quelques femelles.

Selon Agriculture Canada, le taureau LIMOUSIN est le meilleur taureau en croisement terminal.

DE LA STATION  
UNIQUE  
DE TAUREAUX

**LIMOUSIN**

**Samedi  
11 FÉVRIER 2006  
à 13h00**

(sera remis au dimanche si tempête)

**2 PRIX**

soit un de 300\$ et un de 200\$  
seront tirés au sort parmi les acheteurs  
qui se seront procurés un taureau Limousin  
et qui seront présents à la fin de la vente.

**Lieu de l'encan**

**Local des Encans de la ferme  
140 rue Martineau, Saint-Hyacinthe  
(sortie 133 de l'autoroute 20)**

**ASSOCIATION DES ÉLEVEURS LIMOUSIN DU QUÉBEC**

7725, rang 5, Saint-Hyacinthe (Qc) J2R 2A3

FRANÇOIS CAUX, président - Tél.: (418) 475-6773

JÉRÔME POIRIER, secrétaire propagandiste - Tél.: (450) 799-4073 / Fax: (450) 799-4007

[www.limousinduquebec.com](http://www.limousinduquebec.com)

## Coût d'équilibre du remplacement du foin par du maïs

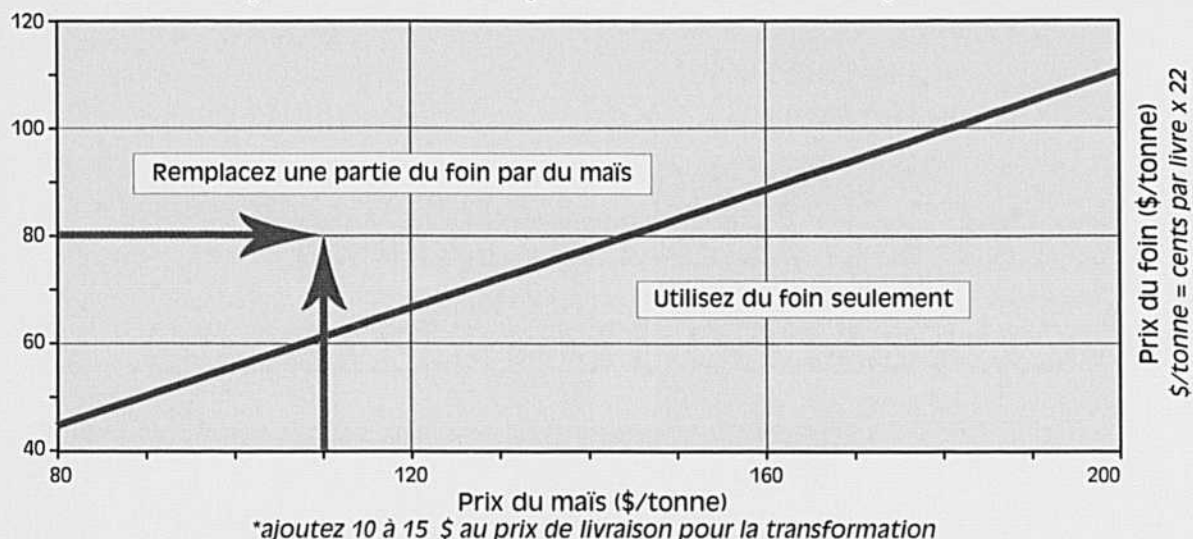


Figure 1. Diagramme de décision de prix dans le remplacement du foin par du maïs

doit prévoir suffisamment d'espace pour que toutes les bêtes puissent manger les céréales en même temps, afin d'éviter des problèmes de comportement. En effet, si l'accès aux mangeoires est insuffisant, les bêtes les moins dominantes n'auront pas leur juste part.

Dans un système de diète contrôlée

où l'accès aux mangeoires est inadéquat, la loi du plus fort prévaudra et les gros bovins engraisseront pendant que les plus petits maigriront. Quand l'alimentation est contrôlée, chaque vache de boucherie et chaque génisse doivent disposer d'un espace de 65 à 75 cm (26 à 30 pouces) pour accéder aux mangeoires. C'est plus de trois

fois l'espace prévu dans un système d'alimentation libre. Par ailleurs, même si une plus faible quantité de nourriture suffira à combler les besoins en nutriments des bêtes, celles-ci auront encore faim. On peut toujours, alors, leur donner à mastiquer du foin ou de la paille de moins bonne qualité qui comblera leur fringale.

L'acidose, causée par une trop grande consommation de céréales (ou surcharge par les céréales), constitue également une source de préoccupation, en particulier lorsqu'on utilise des céréales transformées. On peut prévenir l'acidose chez les bêtes en veillant à ce que les céréales ne composent pas plus du tiers de leur ration alimentaire. Par exemple, la diète quotidienne d'un bovin de 1400 livres, soit 28 à 30 livres de foin, peut être remplacée par 20 livres de foin et 5 livres de céréales ( $5/25 \times 100 = 20\%$  de céréales). La limite maximale de céréales serait de 7,5 livres de céréales pour 15 livres de foin ( $7,5/22,5 \times 100 = 33\%$  de céréales). Ce dernier scénario exige que l'on serve les céréales en deux repas par jour, ou que l'on donne une RTM (ration totale mélangée) soigneusement gérée. Le remplacement d'un tiers de la quantité du foin, plutôt que la moitié, contribuera en outre à éviter que les bêtes n'aient trop faim.

**Attention!** Les règles pratiques et les exemples de rations fournis ici visent à aider le producteur à évaluer les avenues de remplacement du foin, et ne constituent pas une évaluation exacte des rations alimentaires et de leurs composantes. 2

Source : [Omafra.gov.on.ca](http://Omafra.gov.on.ca)

## SmartScale

### SmartScale – La fine pointe du pesage de bétail

Les meilleurs agriculteurs savent qu'un pesage régulier du bétail est essentiel pour augmenter la productivité et la rentabilité d'une ferme.

Le système de pesage SmartScale offre toute une gamme d'indicateurs très forts et résistants à l'eau, des barres de pesée haut rendement et des câbles robustes en polyuréthane.

Nos barres de pesée sont de conception robuste et éprouvée et offrent une excellente performance lorsque la charge est décentrée. Elles ne contiennent aucun caoutchouc qui se détériore, comme c'est le cas avec les produits des concurrents.

Nos systèmes d'enregistrement de données sur le bétail vont du simple pesage fiable à l'identification électronique et l'interface avec un ordinateur.

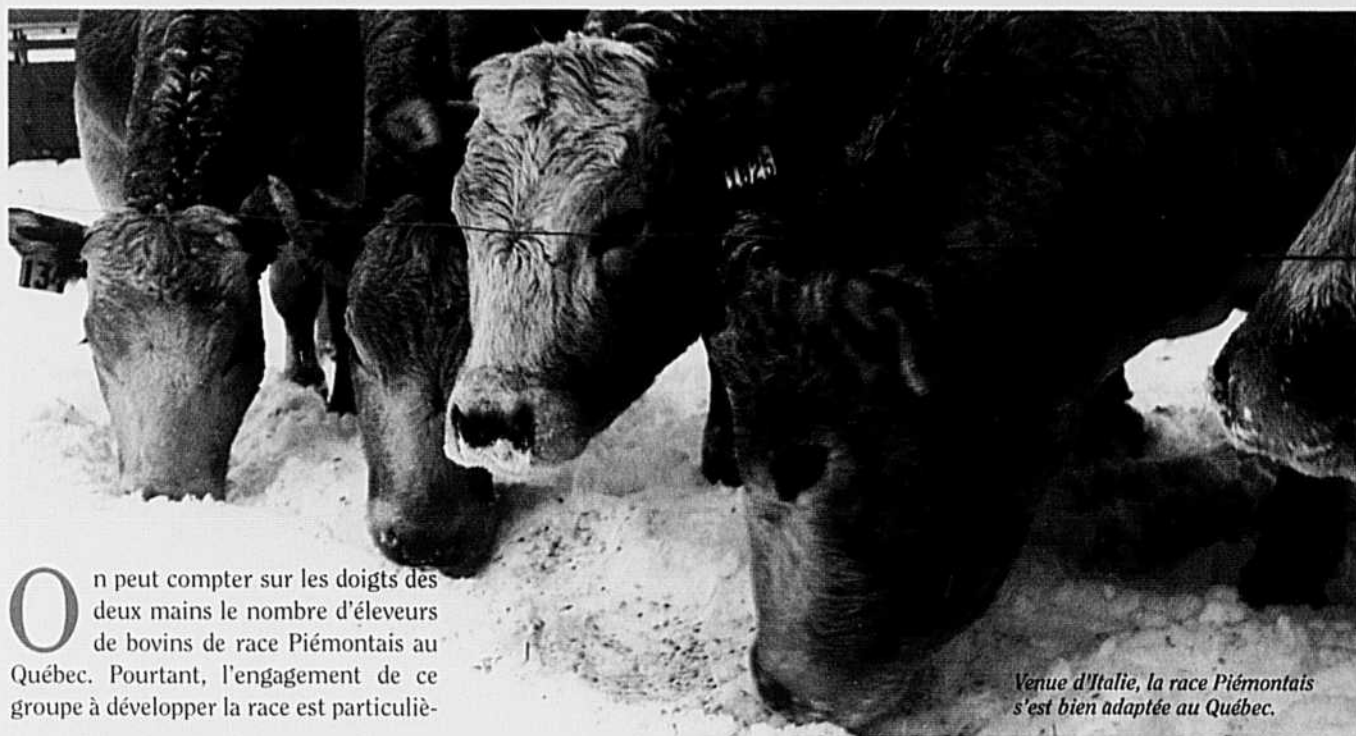
Communiquez avec votre détaillant Gallagher ou Gallagher Canada au (800) 661-2013 pour obtenir votre brochure SmartScale gratuite.





Race Piémontais

# Une race à la croisée des chemins



On peut compter sur les doigts des deux mains le nombre d'éleveurs de bovins de race Piémontais au Québec. Pourtant, l'engagement de ce groupe à développer la race est particuliè-

*Venue d'Italie, la race Piémontais s'est bien adaptée au Québec.*

PHOTOS : MICHEL BEAUNOYER



**GROBER**  
(QUÉBEC) INC.

*Beaucoup plus  
qu'un lait...*

*Un savoir-faire !*

Consultez nos spécialistes



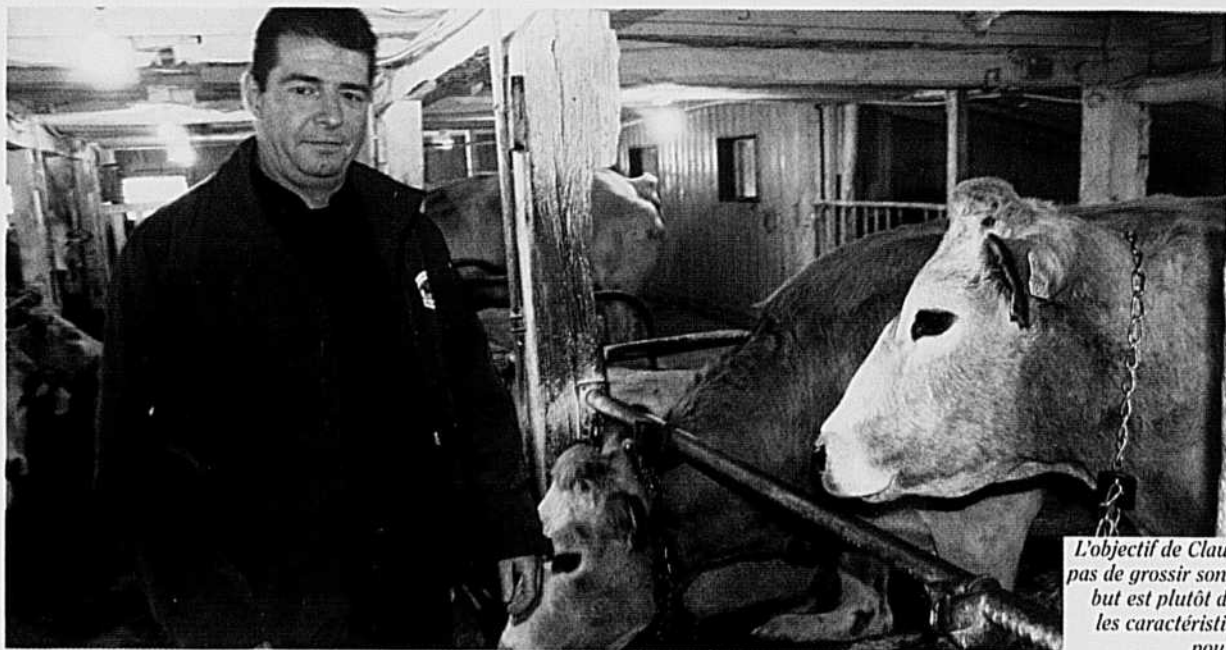
## L'élevage de veaux de lait vous intéresse ?

Maximisez votre production  
avec l'expertise et le lait  
de remplacement **GROBER**

Également disponible :  
Lait pour agneaux, chevreaux et poulains

2355, rue Canadien  
Drummondville (Qc) J2C 7W1

Info Production : (450) 796-5874 (poste 227)  
Administration : (819) 475-6317



*L'objectif de Claude Mayer n'est pas de grossir son troupeau. Son but est plutôt de travailler sur les caractéristiques de la race pour les améliorer.*

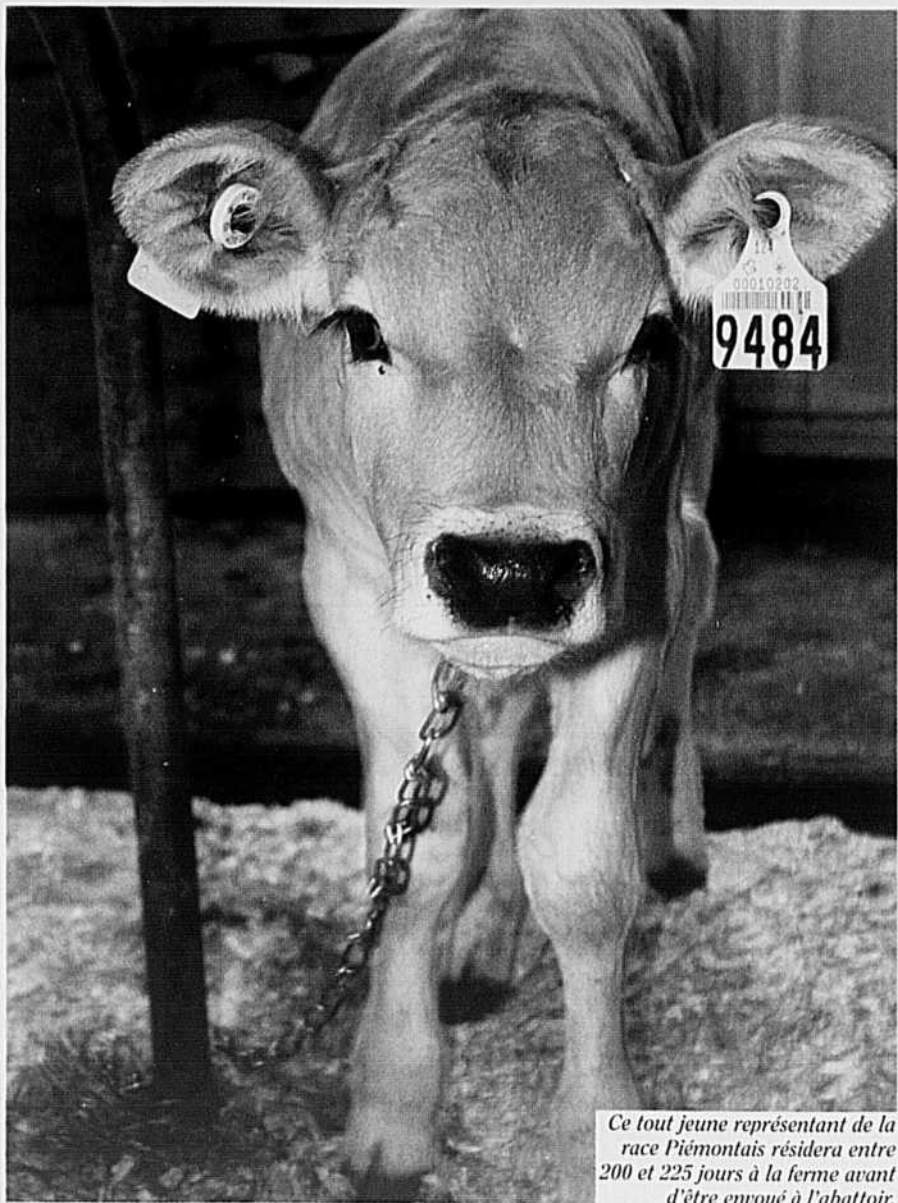
rement bien enraciné. Trois d'entre eux se sont même rendus en Italie en novembre dernier pour remonter à la source de cette race et établir des ponts permettant d'en améliorer les caractéristiques ici.

Claude Mayer de la ferme Champignol, située à Racine, fait partie des éleveurs qui se sont rendus au pays des Piémontais. « C'est une visite qui devrait nous faire avancer à grands pas dans le développement des caractéristiques de cette race », explique-t-il.

Claude Mayer s'est lancé dans l'élevage de cette race en 2002 grâce au support d'un autre éleveur de Piémontais de la région. La première année, le troupeau comptait dix têtes. L'année suivante, ce nombre doublait. Aujourd'hui, le troupeau comprend une cinquantaine de bêtes, pur sang, dont 34 vaches et un taureau. La ferme vend une quinzaine de veaux par année, mais ce chiffre devrait augmenter au rythme de la croissance du troupeau.

Selon M. Mayer, la commercialisation de la race Piémontais est typiquement orientée vers un marché de niche. Des restaurateurs de haute cuisine et des boucheries fines ont adopté cette viande qui est encore grandement méconnue du public. La percée est suffisamment soutenue pour que toute la production de la ferme Champignol y soit déjà réservée.

C'est à l'âge d'environ 225 jours que les veaux seront livrés à l'abattoir. On en tirera une carcasse faisant en moyenne 400 livres. Possédant une petite ossature et une double musculature, cette



*Ce tout jeune représentant de la race Piémontais résidera entre 200 et 225 jours à la ferme avant d'être envoyé à l'abattoir.*

# Ecolait

#1 Pour l'élevage de  
veaux de lait  
au Québec



**VINGT-SIX ANS  
D'EXISTENCE DE QUALITÉ  
D'EXCELLENCE**



*Ecolait s'engage*

**Services techniques et prophylaxie animale**

**UN PARTENARIAT  
L'ÉLEVEUR ET LE TECHNICIEN**

La constance de nos recherches depuis plus de 26 ans, nous permet d'offrir à chaque éleveur, l'assistance la mieux adaptée ainsi qu'un suivi informatique des meilleures performances réalisées grâce aux 70 000 veaux que nous produisons annuellement.

Afin de satisfaire aux conditions sanitaires, d'hygiène, de qualité supérieure et pour une meilleure rentabilité de leurs activités, notre équipe de techniciens spécialisés offre aux éleveurs une combinaison d'efforts et de conseils pour leurs installations, système de ventilation et agencement des bâtiments.

Ils apportent également une aide précieuse au niveau de la prophylaxie, grâce aux concepts élaborés dans les grandes entreprises européennes, leader mondiaux dans la production vitellière.

Les productions animales doivent s'adapter en permanence à un environnement en constante évolution. Pour cela, chacun doit maîtriser parfaitement ses techniques d'élevage et les faire évoluer en tenant compte des contraintes imposées par la disponibilité des animaux ainsi que par les besoins des consommateurs.

**Ce savoir-faire a un vecteur :  
Une équipe de techniciens  
qui sait écouter et  
conseiller.**



**SIÈGE SOCIAL**

5470, rue Martineau,  
Saint-Hyacinthe  
(Qc) J2R 1T8  
Tél.: (450) 796-5874  
Fax : (450) 796-4345

**CENTRE D'ABATTAGE**

1591 Chemin Sainte-Claire,  
La Plaine (Qc) J7M 1M2  
Tél.: (450) 478-2055  
1 800 251-2055  
Fax : (450) 478-4589

[www.ecolait.com](http://www.ecolait.com)



*Lors de leur visite en Italie, les éleveurs québécois ont pu découvrir de fiers représentants de la race Piémontais. Cette visite pourrait inspirer une nouvelle approche d'amélioration du cheptel québécois.*



*À la ferme Champagnol le troupeau a droit à un régime de foin complété par une moulée supplémentée de minéraux.*

carcasse donnera un rendement de 84 % de viande. Celle-ci est naturellement très maigre, ce qui peut représenter un avantage pour la santé. Toutefois, certains consommateurs ont la perception que la viande sera, par le fait même, coriace. « Nous avons fait des tests avec des chefs cuisiniers, avance l'éleveur. Le résultat était concluant : bien apprêtée, cette viande est aussi tendre qu'une viande persillée. »

## **LE DÉFI DE L'AMÉLIORATION DE LA RACE**

Les éleveurs de Piémontais du Québec sont confrontés au défi d'améliorer la génétique de la race compte tenu du faible nombre de sujets reproducteurs. C'est dans ce contexte que la visite en Italie prend tout son sens.

« C'est évident, au premier coup d'œil, que les éleveurs italiens ont une longueur d'avance sur nous; constate M. Mayer. Notre génétique est dépassée. » Selon lui, la partie n'en est pas perdue pour autant. La race a trouvé son marché ici. De plus, avec l'aide de l'Association des éleveurs d'Italie, il sera possible de renforcer certaines caractéristiques de l'animal, quitte à importer des embryons pour accélérer l'opération.

Ce que souhaite l'éleveur québécois pour ses animaux, c'est un gain de poids plus rapide, plus de facilité de vêlage et des têtes plus petites. Claude Mayer veut aussi s'inspirer de l'expérience italienne pour alourdir un peu ses veaux avant de les commercialiser : « Je veux voir si on peut porter l'âge de sortie entre 12 et 14 mois, comme en Italie, sans que décline la qualité de la viande. »

Claude Mayer est très confiant en l'avenir pour la race Piémontais. Les efforts de promotion auprès d'une clientèle bien ciblée portent fruit et le récent voyage en Italie ouvre de nouvelles possibilités de développement. Pour lui, l'aventure ne fait que commencer. 2

*\*Ce voyage a été réalisé grâce à une aide financière du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dans le cadre du Programme d'appui financier aux associations de producteurs désignées, du Comité conjoint des races de boucherie et de la Fédération des producteurs de bovins du Québec.*



# L'amélioration génétique, une affaire de mâles!

**D**errière ce titre plutôt « macho »! se cache une réalité trop souvent oubliée : en élevage, le taureau c'est tout, ou presque. Ainsi, le fait que chacun des parents fournisse la moitié du matériel génétique lors de la conception d'un veau nous amène naturellement à assumer que le taureau et la vache contribuent de façon égale au progrès génétique d'un troupeau. Ce n'est

pourtant pas le cas. En fait, les taureaux que vous avez utilisés depuis une dizaine d'années sont responsables de près de 90 % du progrès génétique réalisé dans votre élevage... ou, au contraire, de son recul si vos choix n'ont pas été les bons. L'impact à long terme de la sélection génétique chez vos femelles est donc marginal et s'explique par les raisons suivantes :

## *L'introduction continue de nouveaux taureaux dans le troupeau*

De façon générale, les éleveurs recrutent leurs taureaux reproducteurs à l'extérieur de leur entreprise alors qu'ils sélectionnent leurs femelles de remplacement parmi les génisses nées à la ferme. Quand on y réfléchit bien, cette situation ne peut fai-

**Le choix  
ANGUS  
profitable  
et logique**



[www.quebecangus.com](http://www.quebecangus.com)

Ne manquez pas votre chance de bénéficier des programmes de « **BOEUF ANGUS** ».

Utilisez l'étiquette officielle **ANGUS** avec vos identifiants **ATQ** sur tous vos veaux possédant 50% ou + de génétique Angus.

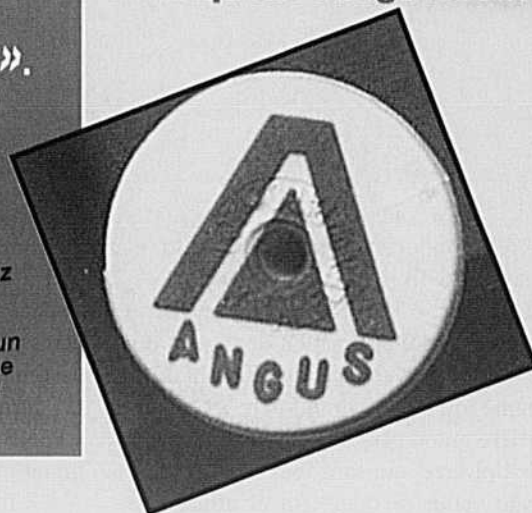
Vous êtes éligible si vous possédez un taureau Angus Rouge ou Noir.

Contactez nous pour plus d'informations.

### Vente de **TAUREAUX ANGUS**

LAC SAINT-JEAN 1	04 février 2006
SAINT-MARTIN	18 février 2006
ASBESTOS 1	25 février 2006
VINOY / QUYON	18 mars 2006
SAINT-ODILE 2	08 avril 2006
ASBESTOS 2	29 avril 2006

Ne manquez pas votre chance d'acheter un taureau de qualité!



Association canadienne Angus  
142, 6715 - 8<sup>e</sup> rue N-E,  
Calgary, Alberta, Canada  
T2E 7H7  
Tél.: (403) 571-3580  
Fax: (403) 571-3599

Association Angus du Québec  
a/s Trudy Beaton  
3 ch. North Hill, Gould  
(Qc) J0B 2Z0  
Tél.: (819) 877-5461  
Fax: (819) 877-3845



Ferme Manasan  
Pierre & Robert Laberge  
Danville  
(819) 620-6566  
noir & rouge

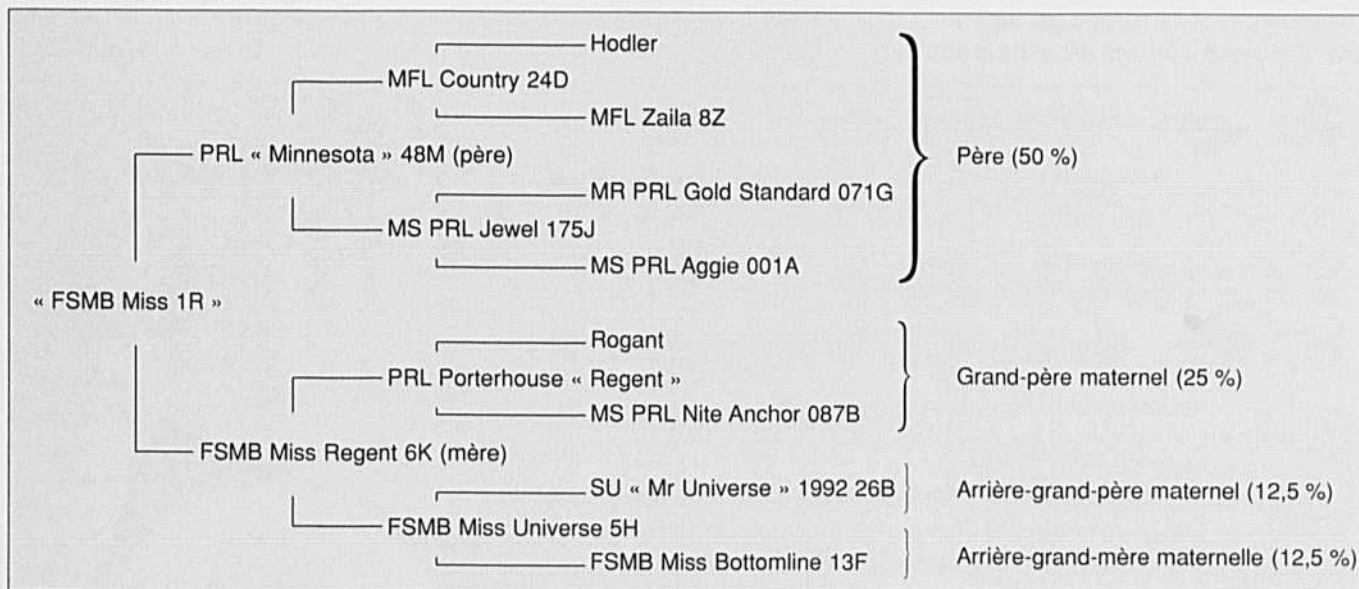
J D Farms  
John & Donna Donaldson  
West Bolton  
(450) 539-1862  
noir



re autrement que de diluer de façon très importante l'influence de la vache sur la composition génétique du veau au profit de celle du taureau. Pour vous en convaincre, prenez n'importe quel veau de votre élevage et regardez attentivement sa généalogie. Vous y découvrirez qu'exactement 87,5 % de son bagage génétique origine des trois derniers taureaux que vous avez probablement achetés de quel qu'un d'autre ou utilisés par insémination artificielle. En d'autres mots, phénomène intéressant, vous serez à même de constater qu'à la troisième génération, un seul ascendant sur huit – le fameux 12,5 % représentant la contribution des femelles de votre élevage à la génétique du veau – porte votre préfixe de ferme, et ce, même si vous n'avez jamais acheté de femelles à l'extérieur! Tout ceci peut sembler bien abstrait au départ, mais l'exemple réel suivant (voir photo) permettra de visualiser le phénomène. Il s'agit de « FSMB Miss 1R », une génisse Simmental de race pure née le 4 janvier 2005 et dont la généalogie se lit comme suit :



La génisse « FSMB Miss 1R » avec sa mère. Près de 90 % de son bagage génétique origine toutefois des trois premiers taureaux apparaissant dans sa généalogie...  
Éleveur : Marc Boisvert, Saint-Germain, Québec



Ainsi donc, si nous voulons estimer la réelle influence des femelles du troupeau « FSMB » dans la composition génétique de « Miss 1R », nous devons au préalable faire abstraction de tout ce qui se rapporte à son père (Minnesota), de même qu'à son grand-père et à son arrière-grand-père maternels (Regent et Mr Universe) qui sont tous trois des taureaux venus de l'extérieur et utilisés par insémination artificielle (notons en passant que le principe s'appliquerait bien évidemment de la même façon s'il s'agis-

sait d'un élevage commercial ne misant que sur la saillie naturelle). Alors, une fois ce travail effectué, que reste-t-il de l'influence du troupeau d'origine sur notre génisse? Eh bien, très peu. En fait, il faut descendre tout en bas de la généalogie, à la dernière ligne, pour y retrouver « FSMB Miss Bottomline 13F », l'arrière-grand-mère maternelle.

Tout cela démontre une chose : vous aurez beau débiter en élevage avec les meilleures vaches au monde, c'est encore votre travail de sélection de taureaux

qui en déterminera la réussite ou l'échec puisque dès la troisième génération, l'influence de ces « super vaches » ne sera plus que de 12,5 % dans le bagage génétique de vos veaux. Est-ce à dire que la mise en place de critères de sélection intratroupeau pour vos femelles est inutile? Certainement pas! Car d'un point de vue économique, il demeure essentiel que vous éliminez les piètres productrices ainsi que celles qui ont des problèmes de fertilité ou de conformation. Ce travail de sélection n'a cependant que peu d'effets à





# Bœuf qualité plus roule rondement!

**E**n date du 21 octobre dernier, c'est maintenant 17 entreprises qui respectent les normes du cahier des charges! Ces fermes ont engraisé plus de 20 000 bouvillons en 2004, ce qui représente environ 12 % de la production. Une quinzaine d'autres organisations sont présentement en processus d'inscription.

## VERIFIED BEEF PRODUCTION ✓(VBP) VS BQP

Dans un bref avenir, avec l'accord du Comité de mise en marché bouvillons d'abattage, nous procéderons à de légères modifications de notre cahier des charges pour que notre programme québécois soit reconnu par la *Canadian Cattlemen's Association*.

Largement inspiré par le programme national, notre programme, avec ses points de contrôle critiques et ses procédures normalisées, devrait passer le test après quelques ajustements, rien de majeur, rassurez-vous!

## PROMOTION DE BQP

En octobre dernier, lors de l'évènement Expo-Bœuf, nous avons dévoilé notre nouveau logo. Les commentaires ont été très positifs et les producteurs certifiés nous mentionnent qu'ils ont hâte de s'afficher! Lors de la même occasion, les producteurs ont pu prendre connaissance du nouveau dépliant explicatif ainsi que des différents articles promotionnels.


## UN PROCESSUS SIMPLE EN QUATRE ÉTAPES

Le programme BQP est volontaire, pour y adhérer, rien de plus facile. Il suffit de :

- Participer à une séance de formation ou contacter le coordonnateur du programme;
- Mettre en place les points de contrôle critiques dans votre entreprise par l'utilisation de registres et d'une procédure d'exploitation normalisée;
- Faire l'objet d'une visite d'inspection;
- Puis, obtenir le statut de ferme conforme au programme.

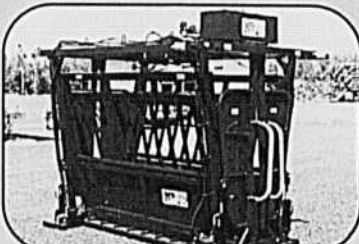
En intégrant régulièrement les bonnes pratiques de production décrites dans le programme BQP dans ses activités quotidiennes, le producteur constatera des améliorations dans l'efficacité ainsi que dans la qualité et la salubrité de ses produits. 2

\*agronome, coordonnateur BQP, FPBQ

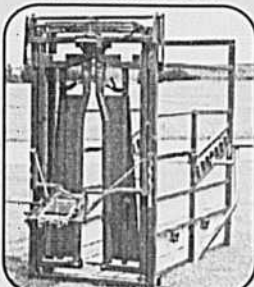


**Aussi disponible**  
Barrière 5 ou 6 barres • Mangeoire diagonale  
Abreuvoir chauffant • Guillotine  
Mangeoire à carcan • Cage de palpitation  
Mangeoire à balle ronde


**CHUTE  
HYDRAULIQUE**




**CHUTE & PORTE  
AUTOMATIQUE**



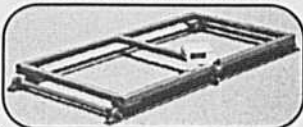
**CHUTE TAILLE SABOT  
& PORTE  
AUTO-BARRANTE**



**CHUTE MANUELLE  
OU HYDRAULIQUE  
AJUSTABLE**



**BALANCE ÉLECTRONIQUE**  
Ultra moderne et  
de très haute précision



**Équipement P.F.B.**  
Wickham (Québec) J0C 1S0  
Tél. : (819) 398-7112  
Fax : (819) 398-5276  
Contactez-nous pour connaître le concessionnaire  
P.F.B le plus près de chez vous.



Mesurer pour mieux gérer

# Le PATBQ, un outil indispensable



*Ferme Louber senc  
Sainte-Marie, région Chaudière-Appalaches  
Nicolas Bégin et Bernard Bégin (Keven Bégin  
et Louise Bisson, copropriétaires, sont absents  
sur la photo).*

*Le PATBQ est l'un des principaux outils permettant de bien évaluer la performance d'un troupeau. Des producteurs de veaux d'embouche, de partout en province, ont choisi le PATBQ. Ils ont constaté, au cours des années, que cette décision leur rapportait beaucoup, et ce, à différents niveaux. Quelques-uns ont accepté de partager avec nous les raisons qui les motivent à utiliser cet outil devenu indispensable pour eux.*

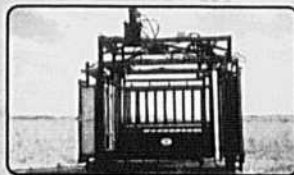
\*technicien agricole, MAPAQ Nicolet

## Ferme Louber senc

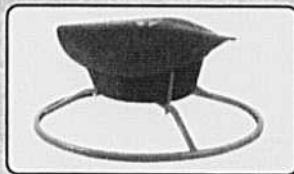
« Chez nous, la sélection des sujets reproducteurs passe par l'analyse des indices gain et des ÉPD du PATBQ. Ces critères sont essentiels à l'évolution de la génétique de notre troupeau tout en étant un argument favorable lors de la vente de nos sujets d'élevage. »



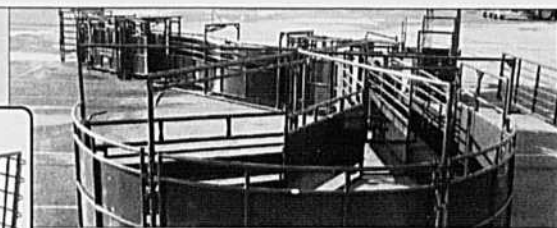
Mangeoire pour veaux



Cage hydraulique



Mangeoire à minéraux



Allée en «S»

- Barrières
- Enclos
- Cages manuelles ou hydrauliques
- Balances électroniques
- Mangeoires à foin
- Corral
- Allées en «S»



Distributeur exclusif pour  
le Québec des produits Stampede



Bovins spécialité

# BOVI-SPEC



5995, Corriveau, Compton (Québec) JOB 1L0  
Tél. / Fax : (819) 837-2162 • Cell. : (819) 821-0919 / (819) 571-8611



*Domaine Trevallon senc*  
Valérie Caron, Marc Rioux et Josée Labbé, conseil-  
lère au PATBQ.  
Palmarolle, région Abitibi-Témiscamingue

### *Domaine Trevallon senc*

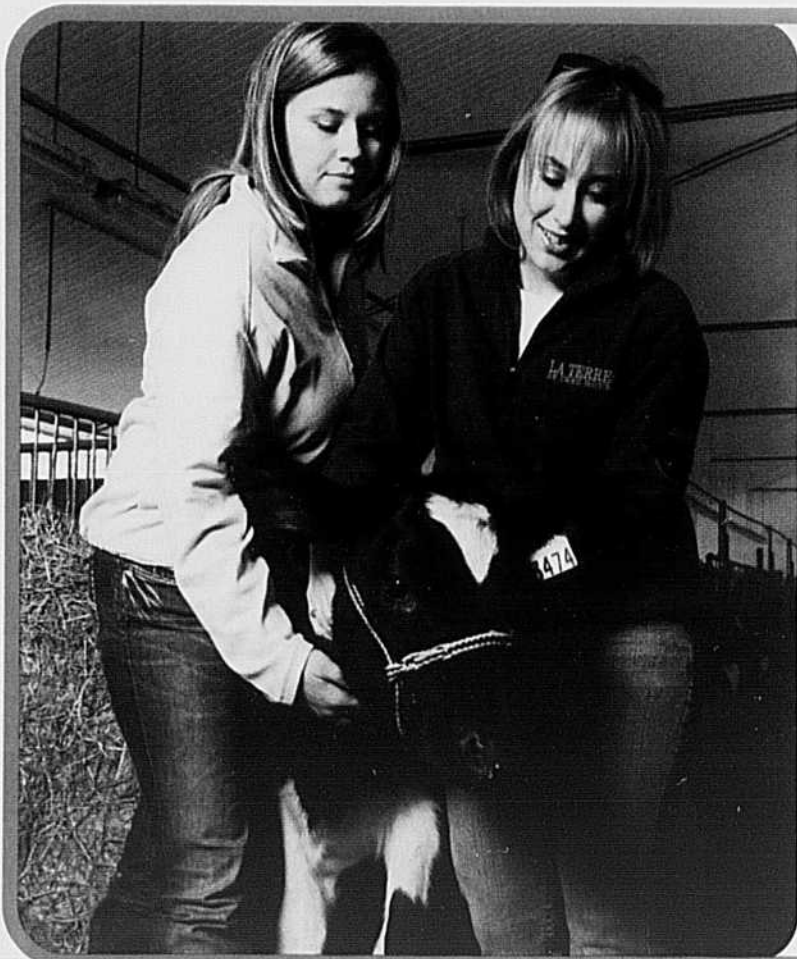
« Nous sommes une jeune entreprise dynamique faisant l'élevage de bovins pur sang de race Angus. Notre cheptel est composé d'une trentaine de vaches reproductrices. Ce type d'élevage nécessite des outils de travail fiables nous permettant d'évaluer et d'améliorer continuellement notre génétique. Le PATBQ est la pierre angulaire de ces outils puisqu'il nous dresse un portrait génétique complet et détaillé de chaque sujet, et de sa progéniture. Ce programme, bien structuré, est supervisé par une équipe compétente et énergique ayant à cœur notre réussite. La marge de manœuvre des entreprises agricoles d'aujourd'hui est bien mince et le PATBQ est, à notre avis, un investissement judicieux permettant à tout éleveur d'accroître ses performances en améliorant sa génétique. C'est à nous d'en profiter! »



*Germain Fortier et Renaud Fortier*  
Ferme Roger Fortier et Fils inc.  
Saint-Pierre-Baptiste, région Centre-du-Québec

### *Ferme Roger Fortier et Fils inc.*

« Nous participons au programme d'évaluation génétique (tout d'abord le PEG et ensuite le PATBQ) depuis 28 ans. Pour nous, il s'agit d'un incontournable! Comment un producteur peut-il s'améliorer s'il n'effectue pas un suivi rigoureux de son troupeau? »



**AMBASSADEUR**  
DE LA TERRE

**Fiers de promouvoir  
la vie agricole**

**Avez-vous pensé  
à recruter  
un nouvel abonné?**

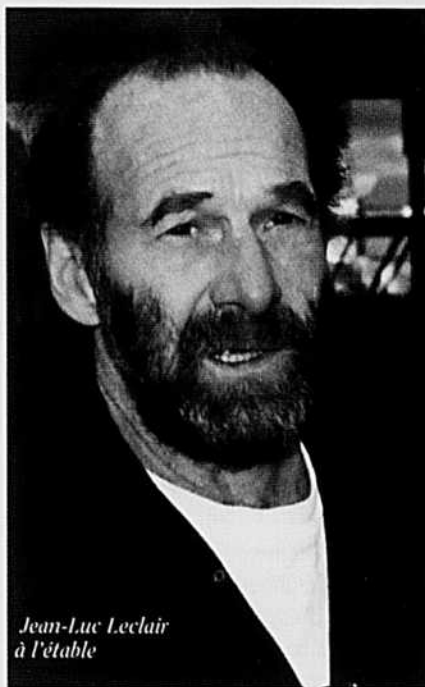


# Un réseau de commercialisation pour les veaux

Depuis 13 ans, Jean-Luc Leclair et d'autres producteurs laitiers du Centre-du-Québec vendent directement leurs veaux mâles à des éleveurs de veaux de grain. Ces derniers constataient des problèmes de santé et de stress causés par le long trajet que devaient faire les veaux pour rejoindre leurs fermes. Le réseau comprenant des producteurs laitiers

et de veaux de grain est donc né de ce désir d'améliorer l'état de santé global des sujets d'élevage.

Auparavant, les veaux devaient être déposés à l'encan pour la vente. Ils étaient, après la vente, regroupés et transportés à nouveau vers l'acquéreur. Ce long transit et le contact avec plusieurs autres animaux causaient un stress de sorte que plusieurs



Jean-Luc Leclair à l'étable

<p style="text-align: center;"><b>PURINA</b> UN CHEF DE FILE DE L'INDUSTRIE BOVINE</p> <p style="font-size: small;">DEPUIS PLUS D'UN SIÈCLE, PURINA A ÉTÉ UN CHEF DE FILE DANS L'INDUSTRIE BOVINE EN INTRODUISANT DES PRODUITS ET SERVICES INNOVATEURS AUX PRODUCTEURS.</p> <p style="font-size: x-small;">L'OBJECTIF PREMIER DES VENDEURS CONSEILS EN PRODUCTION BOVINE ET DES CONCESSIONNAIRES ASSOCIÉS PURINA EST D'AMÉLIORER LES PERFORMANCES ET LA PROFITABILITÉ DE VOTRE ENTREPRISE.</p> <div style="text-align: center;"> <p><b>PURINA</b></p> </div>	<div style="text-align: center;"> <p><b>PURINA</b></p> </div> <div style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold; margin-top: 10px;"> <b>COWTECH</b> </div> <p style="font-size: x-small; text-align: center;">PURINA, LE CHEF DE FILE DES MARQUES ASSOCIÉES DANS LE COMMERCE BOVINE PURINA</p>	<div style="text-align: center;"> <p><b>BEEF TECH</b></p> </div> <p style="font-size: x-small; text-align: center;">NOUS VOUS APPORTONS DES CONNAISSANCES, DE L'EXPERTISE ET DES OUTILS TECHNIQUES AFIN D'AMÉLIORER VOTRE RENTABILITÉ.</p> <p style="font-size: x-small; text-align: center;">NOTRE ÉQUIPE EST DÉDIÉE À VOTRE SUCCÈS ET AU DÉVELOPPEMENT D'UN PARTENARIAT MUTUEL ET SOLIDE. C'EST CE QUE NOUS APPELONS UNE RELATION GAGNANT - GAGNANT.</p> <div style="text-align: center;"> <p><b>PURINA</b></p> </div>
--	--	--

**PURINA, LA COMPAGNIE DE NUTRITION DANS LE BOEUF !**

Pour information générale : (450) 676-8607

[www.agripurina.ca](http://www.agripurina.ca)

*Les vaches couchent sur des tapis pour améliorer leur confort.*



petits veaux demandaient beaucoup de soins à leur arrivée sur les fermes d'élevage de veaux afin de les réhydrater et rétablir leur équilibre biologique. Ces soins impliquaient des coûts et un retard de croissance.

Le système mis en place à l'automne 1993 est simple et l'est resté. Un comité, formé de trois producteurs de lait et de trois de veaux de grain, assure la coordination des opérations. Ils déterminent les conditions de mise en marché et le prix. On se base sur celui payé à l'encan, la semaine précédente. Il y a un seul prix pour un veau d'un poids minimum et en bonne santé.

Les éleveurs laitiers appellent le coordonnateur s'ils ont un ou des veaux à expédier tandis que les éleveurs de veaux lui expriment leurs besoins. Une entente est prise avec un transporteur qui, une fois la semaine, le mardi pour Jean-Luc Leclair, fait la tournée de ramassage et livre directement les veaux à celui qui doit les recevoir. Les veaux sont ainsi regroupés et livrés immédiatement après le ramassage, donc la même journée. Le camion a une capacité de 40 veaux. Il ne transporte pas d'autres animaux.

Les éleveurs de veaux apprécient ce mode de commercialisation qui réduit les manutentions, explique Jean-Luc Leclair, éleveur à Notre-Dame-du-Bon-Conseil. Les veaux sont en meilleure santé et moins stressés. Quant aux producteurs de lait, ils savent le prix qu'ils recevront et sont payés par le transporteur qui emmène le veau. Un message téléphonique enregistré leur précise les conditions de vente et les prix. Les veaux partent en moyenne à une dizaine de jours. Il y a une déprime pour les femelles et les veaux trop lourds. Les produc-

teurs n'ont pas à payer de frais d'encan, mais paient pour le plan conjoint.

#### UNE FERME EFFICACE

Sur sa ferme, Jean-Luc Leclair a voulu miser sur l'autosuffisance en fourrages et en grains. Il cultive 25 acres en maïs-grain. Producteur de lait, il a pour objectif de produire le plus économiquement possible. Éleveur de sujets de race Holstein, il n'élève toutefois pas pour en faire le commerce puisqu'il se définit d'abord comme un producteur de lait.

Depuis qu'il a acheté la ferme de ses parents en 1980, Jean-Luc n'a pas augmenté le troupeau ni les superficies en culture. Il a plutôt augmenté la productivité. Alors qu'il trayait au début de 36 à 40 vaches, il n'en traite maintenant que de 32 à 35. Celles-ci sont hébergées dans une étable attachée tandis que les génisses séjournent en étable froide. Pour en améliorer le confort, il a toutefois installé des tapis et augmenté la ventilation pour mieux faire face aux périodes de canicule de l'été.

Le troupeau se maintient autour de 80 têtes. La moyenne de production est passée de 8 000 à 12 000 kilogrammes de lait. Les vaches ne vont plus pâturer. Elles n'ont accès qu'à une cour d'exercice et compte tenu des exigences de l'environnement, même ces sorties seront probablement abandonnées prochainement.

Outre sa ferme, Jean-Luc Leclair est président du Syndicat des producteurs de lait du Centre-du-Québec. Il siège également au Conseil d'administration du Centre d'insémination artificielle du Québec, à titre de représentant de la Fédération des producteurs de lait du Québec. Ces fonctions et les représentations qui en découlent l'occupent 120 jours par année. 2

## Vendre 5000 veaux par année

Producteur de veaux de grain à Saint-Léonard-d'Aston, Jacques Corriveau fait partie du comité qui gère le réseau de commercialisation. Il estime qu'il se transige ainsi quelque 5000 petits veaux laitiers par année, soit environ 100 par semaine, entre plus de 200 producteurs de lait et une dizaine de producteurs de veaux. Les éleveurs résident dans la région du Centre-du-Québec.

Si initialement et jusqu'à tout récemment, il n'y avait que des producteurs de veaux de grain, le partage des veaux se fait maintenant entre six producteurs de veaux de grain et quatre de veaux de lait. La crise, provoquée par la maladie de la vache folle, a causé des perturbations sur le marché, explique-t-il. Certains producteurs, en général plus petits, ont abandonné la production et d'autres ont réduit leur élevage. C'est ce qui explique la modification de la composition du groupe d'éleveurs de veaux.

Le prix payé est le prix minimum

pour le bon veau transigé aux encans la semaine précédente. Il se situe généralement dans la fourchette de 1,80 \$ à 2,60 \$ la livre. Il n'y a pas de sélection de veaux. On prend tous les veaux à condition qu'ils soient en santé et se situent dans la fourchette de poids de 105 à 125 livres. Dépassé ce poids, il y a une décote et on paie la moitié du prix pour les livres supplémentaires. C'est ce qui se passe ailleurs sur le marché. Il faut rappeler que les producteurs de veau recherchent une certaine homogénéité dans leurs groupes de veaux pour faciliter l'élevage et le suivi des groupes.

Si nécessaire, le ramassage se fait quatre jours par semaine et généralement le même jour chez chaque éleveur laitier. Le transporteur est payé pour ses services par le producteur de veau qui reçoit les bêtes.

Le réseau est né à l'automne 1993 à la suite de la crise provoquée par le virus BVD, rappelle Jacques Corriveau.



# Maximiser notre pouvoir de marché...

Dans toute transaction commerciale, les acteurs en place cherchent à maximiser leur pouvoir de marché. Ainsi, les parties impliquées mettent en œuvre les stratégies leur permettant de maximiser le prix soutiré de la vente des produits ou de diminuer le prix d'achat des intrants. Or, dans plusieurs sec-

teurs de l'économie, les forces en présence tendent à équilibrer le pouvoir de marché dont chacun des acteurs dispose. Il en est toutefois autrement dans le secteur agricole où les caractéristiques fondamentales du marché ont contribué à créer un déséquilibre à ce chapitre. Le secrétaire parlementaire du ministre fédéral de l'Agriculture,

Wayne Easter, a même rappelé de manière claire et directe que son gouvernement avait du travail à faire en cette matière. Le titre du rapport, qu'il a publié en juillet dernier, suite à sa consultation nationale sur le revenu net est éloquent : « Un pouvoir de marché accru pour les producteurs agricoles canadiens ».

Mieux vaut prévenir que guérir...

## PRO-BLOC



**Commandez avant  
le 1<sup>er</sup> mai 2006  
et profiter  
de rabais  
intéressants.**

Contactez votre  
Expert-conseil



La force  
d'un réseau

## LES ORIGINES DU RAPPORT EASTER

Le rapport qu'a préparé Wayne Easter visait à trouver des solutions à une situation particulièrement difficile pour le secteur agricole, au chapitre des revenus. L'analyse plus fine de la crise du revenu net a mis en lumière des faits troublants : à l'échelle canadienne, depuis environ 15 ans, le revenu net agricole serait négatif si ce n'était des aides gouvernementales! La crise n'est donc pas la conséquence d'une simple baisse ponctuelle du prix de certaines denrées. Elle est à la fois profonde et structurelle.

Les producteurs agricoles du Québec ont attaqué cette crise de front le 17 juin 2004, dans le cadre d'un congrès général spécial. Le manifeste signé par tous les délégués présents n'aurait pu être plus clair : le marché doit assurer aux producteurs agricoles une rémunération plus équitable. Peu après, la Fédération canadienne de l'agriculture a organisé un symposium national sur le revenu net, au cours duquel des conclusions similaires ont été tirées. Devant la dureté du constat, le ministre fédéral de l'Agriculture, Andy Mitchell, a chargé son secrétaire parlementaire, Wayne Easter, de procéder à une consultation nationale sur cette question, avec les résultats que l'on connaît... La stratégie priorisée par les producteurs du Québec, soit celle de maximiser le revenu du marché, a été non seulement retenue par M. Easter, ce dernier en a fait le titre de son rapport!

## L'APPARITION D'UN DÉSÉQUILIBRE AU CHAPITRE DU POUVOIR DE MARCHÉ

La diminution inexorable du nombre d'acheteurs de produits agricoles renforce le pouvoir de marché dont ceux-ci disposent auprès des producteurs. Par exemple, au Canada, dans le secteur du bovin de boucherie, les deux joueurs les plus importants s'accaparent 73 % des parts de marché. Le problème tire aussi son origine de la concentration phénoménale observée au niveau de la distribution et du détail. Ainsi, pour s'attaquer à la disparité dans le pouvoir de marché dont chacun dispose au sein de la filière, M. Easter recommande d'apporter des modifications à la législation relative à la concurrence afin de la renforcer. Il recommande aussi que les gouvernements facilitent le maintien et le développement d'initiatives de commercialisation collectives. Par ailleurs, suivant cette recommandation, les projets mis de l'avant par les producteurs de bovins au cours des dernières années sont des initiatives devant bénéficier d'un soutien gouvernemental, à la fois financier et réglementaire.

## LES NÉGOCIATIONS MULTILATÉRALES ET LE POUVOIR DE MARCHÉ

Au-delà du travail qui doit être fait à l'échelle provinciale et nationale pour rééquilibrer le pouvoir de marché, il faut se tenir à l'affût de l'évolution des négociations multilatérales ayant cours à l'Organisation mondiale du commerce. Depuis de nombreuses années, plusieurs entreprises

commerciales d'État, dont la Commission canadienne du blé, sont pointées du doigt. Or, ces organisations, qui mettent en commun la production d'un grand nombre d'agriculteurs, visent d'abord et avant tout à s'assurer d'un pouvoir de marché accru. Après les entreprises commerciales d'État, quel type de regroupement sera visé par l'OMC? Les producteurs garderont-ils le droit de se regrouper pour se procurer un rapport de force adéquat?

Cet enjeu a été soulevé par M. Easter qui a précisé que les accords commerciaux « n'imposent pas de règles aux grandes entreprises nationales », mais seulement aux pays signataires. Dans un contexte de concentration grandissante au sein de la filière agroalimentaire, ces enjeux sont doublement préoccupants. Il faut donc garder l'œil ouvert.

## DES CONCLUSIONS DÉJÀ TIRÉES

Ce qui est frappant, à la lecture du rapport de M. Easter, c'est l'impressionnante quantité de références qu'il fait aux rapports déjà commandés par le gouvernement fédéral à l'égard du secteur agricole. Les nombreuses citations dont se sert M. Easter mettent bien en lumière l'évidence des constats; il ne reste qu'à mettre en œuvre les solutions recommandées. Bref, les recommandations de M. Easter contribueront sans doute à orienter l'évolution de la politique agricole fédérale au cours des prochaines années. À tout le moins, souhaitons-le vivement. 2

\*agronome, secrétaire adjoint, FPBQ



## Hi-Hog Farm & Ranch Equipment Ltd.

www.hi-hog.com "Meilleur par sa conception" 1-800-561-1706

Visitez votre concessionnaire Hi-Hog local et vous découvrirez pourquoi la conception et la fabrication supérieure de Hi-Hog sont toujours sans pareilles.



Une gamme complète d'équipement de qualité pour la manutention du bétail.

La chute à bétail la plus vendue au Canada



### DAVON SALES INC.

Votre distributeur local

1-800-561-1706

### FERME JEAN DESCHÉNES

Concessionnaire local: Ste.-Foy, PQ

(418)-877-8232

### BRENNAN'S RECREATION FARMS

Concessionnaire local: Sheenboro, PQ

(819)-689-2642

### LLOYD CROSS SALES

Concessionnaire local: L'Original Ont.

(613)-675-4697

# CARTES D'AFFAIRES



Gestion écologique de  
la végétation

- **Gamme complète dans les engrais granulaires ou liquides :**  
minéraux – biologique OMRI approuvé.
- **Gamme complète dans les semences :**  
revégétation – couvre sols – gazon – fleurs sauvages, etc.
- **Gamme complète de produits contre l'érosion :**  
instruments de mesure, de précision, etc.

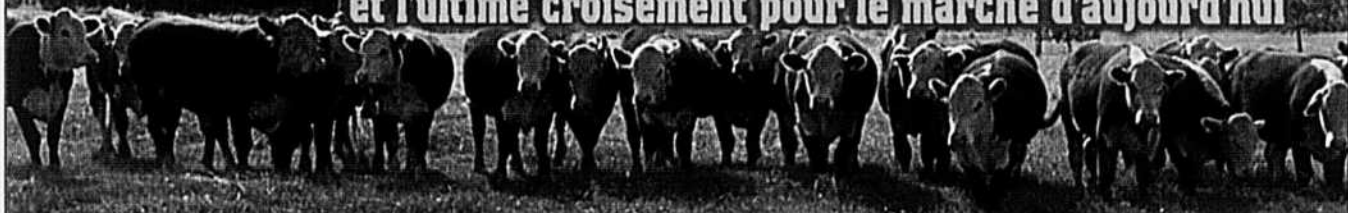
Contactez Pierre Fournier, agronome-conseil      Tél. : 1-888-831-1085  
1260, chemin Filteau      Fax : 1-888-836-1915  
Saint-Nicolas, Québec G7A 2M1      Courriel : gosselin@fertilec.com

*Cet espace vous  
est réservé !*

## La race

# HEREFORD

**Maternelle, économique, facile à manipuler, docile...  
et l'ultime croisement pour le marché d'aujourd'hui**



**Ne manquez pas ces**

**prochains évènements**

### DATES DE VENTES DES STATIONS D'ÉPREUVE

Asbestos 1      **25 février**  
2006

Asbestos 2      **29 avril**  
2006

**Courez la chance  
de gagner 2 000 \$  
en bon d'achat pour 2007**

en achetant  
un taureau Hereford en station ou privé en 2006  
\* Pour être éligible, le taureau doit être transféré à votre nom.

**Félicitations au dernier gagnant  
du bon d'achat de 2 000 \$**

**Terry Kimmet, Deseronto, On**



**PRÉSIDENT :** Julien Lessard  
1071 chemin Ely  
Melbourne (Québec) J0B 2B0  
Tél. Fax : (819) 826-5271

**SECRÉTAIRE :** Lori Power  
965, Chemin Knowlton  
West Brome (Québec) J0E 2P0  
Tél. : (450) 263-6853  
Fax : (450) 263-8068  
Courriel : herefordquebec@endirect.qc.ca

[www.herefordquebec.ca](http://www.herefordquebec.ca)

## Santé au Veau de grain du Québec!

*La recette illustrée est celle de Pâtes au veau de grain, pois chiches et artichauts. Cette recette santé servit de page couverture au fameux livret de recettes Mangez santé! paru en 2004 et imprimé en plus de 150 000 exemplaires.*

**ISABELLE FERLAND\***

Pour l'année 2006 des projets ambitieux seront mis en place pour faire connaître encore plus le Veau de grain du Québec en misant sur les forces de notre produit.

Ainsi, le positionnement de notre produit sera axé principalement sur deux messages : une viande SANTÉ, car le veau de grain est une des viandes les plus maigres, en plus d'être une source de vitamines et de minéraux et ÉCONOMIQUE, car le veau de grain est le veau le moins cher sur le marché québécois, réalité que beaucoup de consommateurs ignorent encore.

Pour accroître encore davantage la notoriété du Veau de grain du Québec, deux nouvelles ressources se joindront de temps à autre à notre équipe de promotion. Nous profiterons ainsi de l'expertise d'une nutritionniste, Linda Montpetit, et d'un chef. Ils seront appelés à soutenir diverses activités de promotion et seront impliqués dans le développement de notre matériel promotionnel.

Le soutien au développement des marchés extérieurs se poursuivra également en 2006. Le Veau de grain du Québec est en progression aux États-Unis où plusieurs chefs réputés de grands restaurants le cuisinent avec plaisir et conviction, voyant dans cette viande un produit d'avenir côté santé, goût, coût et méthodes d'élevage.

\*agente de promotion, Veau de grain du Québec certifié



**2006 : une année  
dynamique pour le  
Veau de lait du Québec**

**MARIE-ISABEL MARTINEAU\***

Après une année 2005 des plus riches et des plus diversifiées en termes d'activités publicitaires et promotionnelles, l'année 2006 s'annonce tout aussi dynamique pour le Veau de lait du Québec.

**WWW.VEAUDELAIT.COM**

Avec un achalandage de plus de 1000 visites par jour et allant même jusqu'à plus de 1500 visites par jour durant le mois de décembre, notre site Internet demeurera une priorité. Des recettes, des trucs de cuisson et des informations nutritionnelles y seront ajoutés, en plus de nouvelles sections « tendance ».

### DISTRIBUTION DU VEAU DE LAIT

Bénéficiant d'une distribution des plus intéressantes, le Veau de lait du Québec est facilement accessible via le Groupe Provigo, IGA et Metro. Ainsi, des activités de promotion pour inciter les consommateurs à déguster, sur une base régulière, du Veau de lait du Québec sont à l'agenda pour 2006.

### RESTAURATION

Le Veau de lait du Québec est de plus en plus présent sur les menus des restaurateurs. Nous poursuivons donc nos actions de développement auprès de ce créneau, toujours en partenariat avec l'Association des restaurateurs du Québec (ARQ) : Salon Rest-Hôte, présence publicitaire dans l'ARQ Info, représentation auprès de restaurateurs ciblés, etc.

\*agente de promotion Veau de lait du Québec, FPBQ



## ASSOCIATION CHAROLAIS

L'Association Charolais du Québec compte de nouveaux membres à son conseil d'administration. Voici la nouvelle direction :

- **Éric Trépanier**, président et directeur national
- **Jean-François Cardin**, 1<sup>er</sup> vice-président
- **Steeve Poulin**, 2<sup>e</sup> vice-président
- **Chantal Raymond**, directrice et trésorière
- **Alain Bouffard, Bernard Bégin, Philippe Hardy et Yvan Hébert**, directeurs
- **Mélanie Gilbert**, secrétaire

L'Association Charolais du Québec se prépare à faire une vente de femelles à l'automne 2006. Tous ceux qui sont intéressés à consigner des femelles dans cette vente sont invités à communiquer le plus tôt possible avec Mélanie Gilbert au (418) 479-5487. Un minimum de 30 lots est requis pour cette vente et il n'y aura pas de présélection d'animaux.

Mélanie Gilbert, secrétaire  
Tél. : (418) 479-5487

## ASSOCIATION LIMOUSIN

L'encan de taureaux de la Station unique Limousin aura lieu le samedi 11 février à 13 h aux Encans de la Ferme, à Saint-Hyacinthe, sortie 133 de l'autoroute 20. Approximativement 30 taureaux de génétique supérieure éligibles à l'ASRA seront inclus dans la vente ainsi que possiblement quelques femelles. Deux prix, soit un de 300 \$ et un de 200 \$, seront tirés au sort parmi les acheteurs qui se seront procuré un taureau Limousin et qui seront présents à cette vente.

Diane Poirier, secrétaire  
Tél. : (450) 799-4073

## ASSOCIATION HEREFORD

L'association a tenu son assemblée annuelle le 4 décembre dernier. Julien Lessard et André Beaumont ont été ré-

élus aux titres de président et vice-président. Deux nouveaux directeurs ont été élus, soit Rolf Birchler et Michel Poulin. Le bureau de direction compte aussi dans ses rangs Pierre Lessard, Paul Mastine, Michel Champagne, Jean Tétreault, Réjean Pelletier, Claude Forest et Richard Cadarette.

Félicitations au gagnant du bon d'achat de 2000 \$, Terry Kimmitt de Deseronto, Ontario. Son nom a été tiré parmi plus de 40 entrées et le taureau a été acheté à la Vente Québec River Valley en septembre dernier. Il provenait de Barrons Polled Herefords à Melbourne. C'est le temps de penser à l'achat de votre nouveau taureau Hereford. Ne manquez pas la chance de vous le procurer, soit aux ventes de station d'épreuves d'Asbestos en février et avril ou directement à la ferme des éleveurs Hereford.

Lori Power, secrétaire  
Tél. : (450) 263-6853

## ASSOCIATION SIMMENTAL

L'assemblée générale annuelle de l'Association Simmental du Québec s'est tenue le 3 décembre dernier à Drummondville. Le nouveau conseil d'administration est maintenant constitué de : Martin Dumais, président, Rosaire Côté, vice-président, Gaétan Giroux, trésorier, Benoît Beauregard, Sandra Bernard et Mario Lauzon, directeurs. Félicitations aux nouveaux élus et un grand merci aux directeurs sortants, Fernand Pelletier, président, et Sylvain Lambert.

Aussi, l'Association Simmental canadienne tiendra un Forum pour les Jeunes Éleveurs regroupant des jeunes du monde entier, ceci lors du Congrès Mondial Simmental à Calgary en juillet 2006. Un concours est en cours pour permettre à des Jeunes du Québec de participer à cet événement. Contactez le secrétariat de l'ASQ pour plus de détails.

Line Biron, secrétaire  
Tél. : (819) 375-1612

## ASSOCIATION PIÉMONTAIS

L'Association désire souhaiter une bonne année à tous ses membres et éleveurs. Elle remercie les membres qui ont participé à des expositions au cours de l'année écoulée. On vous rappelle que des semences sont disponibles par le truchement de Jean-Pierre Lavoie, au (450) 532-3675.

Angèle Beauchamp, secrétaire  
Tél. : (450) 532-3714

## ASSOCIATION HIGHLAND

L'assemblée générale de l'Association québécoise des Éleveurs de Bovins Highland se fera le 11 février prochain. L'endroit reste à déterminer et une convocation vous sera envoyée. L'entrée en station d'épreuves a débuté le 12 décembre 2005 et 30 taureaux y sont inscrits.

Claire Courtemanche  
Tél. : (819) 275-7027

## ASSOCIATION ANGUS

Les jugements Angus se sont bien déroulés en 2005 avec une bonne participation à toutes les expositions. Félicitations à Service Animal Noiseux qui a remporté les titres de Champion Inter-races à Expo-Bœuf ainsi qu'à JD Farms qui a gagné le titre de Championne Inter-race à Expo-Bœuf.

Notre Vente de Femelles a produit les moyennes suivantes : 22 vaches à 1165 \$, 32 taures saillies à 1485 \$ et 20 génisses à 881 \$. Informez-vous sur notre programme de tags Angus et tagger vert cette année! Ne manquez pas les ventes de taureaux ainsi que notre assemblée annuelle qui aura lieu le 26 mars 2006 à l'Hôtel & Suites le Dauphin à Drummondville. Bienvenue à tous!

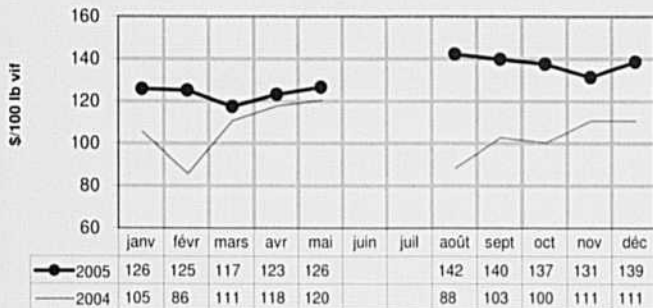
Trudy Beaton, secrétaire  
Tél. : (819) 877-5461

# STATISTIQUES

www.bovin.qc.ca

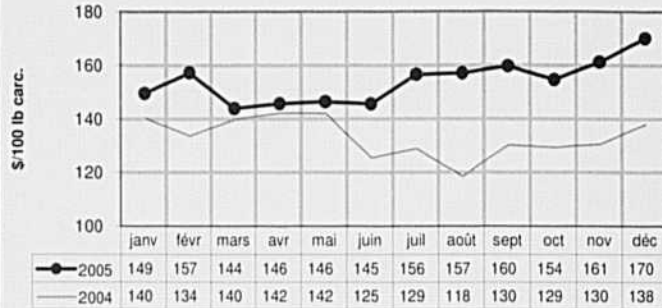
## VEAUX D'EMBOUCHE

Ventes aux encans spécialisés du Québec  
Mâles 500-600 lb



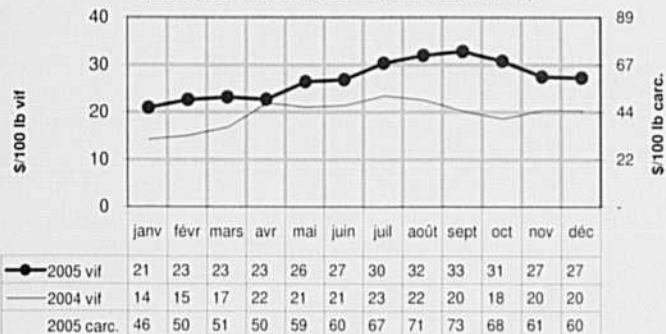
## BOUVILLONS D'ABATTAGE

Ventes aux enchères par ordinateur du Québec  
Chargements complets de bouvillons "A1-A2", FAB ferme



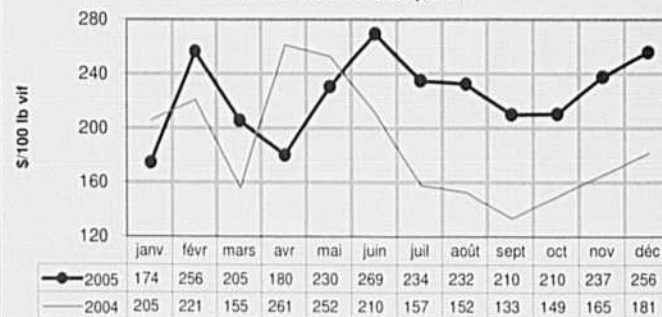
## VACHES DE RÉFORME

Encans publics du Québec  
(carcasse : calcul avec 45 % de rendement)



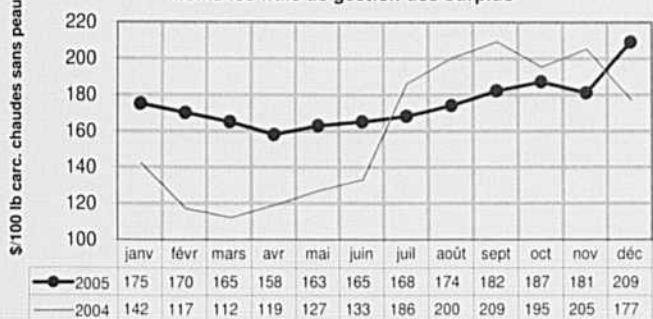
## VEAUX LAITIERS D'ENGRAISSMENT

Encans publics du Québec  
Bons mâles de tous poids



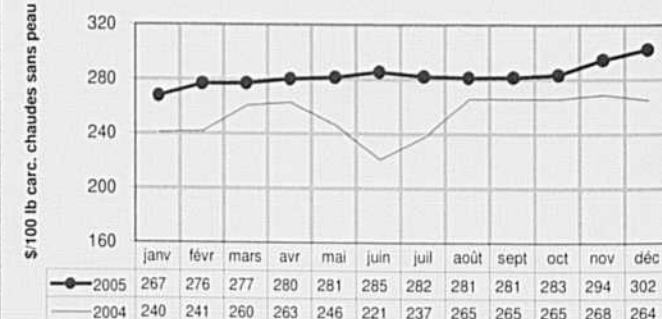
## VEAUX DE GRAIN

Ventes aux enchères par ordinateur du Québec  
Moins les frais de gestion des surplus



## VEAUX DE LAIT

Ventes directes aux abattoirs du Québec



# SALERS

La vache

# Championne

Pour son ouverture pelvienne inégalée  
qui lui permet des vêlages faciles.

Redevient féconde rapidement après  
le vêlage.

Pour avoir le plus bas taux de  
renouvellement.

Pour avoir le plus bas taux de mortalité.

Pour avoir le meilleur taux de  
production numérique.

## ENCANS STATION D'ÉPREUVE

Saint-Martin samedi, 18 février 2006

Sainte-Odile 2 samedi, 8 avril 2006

## La Salers séduit indéniablement

# LANCEZ-VOUS !

ASSOCIATION SALERS  
DU QUÉBEC

Gérald McGee,  
président  
Tél.: (819) 826-2918

Carol Arbery,  
secrétaire  
Tél.: (819) 826-5064



[www.salerscanada.com](http://www.salerscanada.com)

### NOS MEMBRES :

Beard Donald  
(819) 848-3999

Beard Doug  
(819) 848-2363

Belhumeur Alain  
(450) 836-3839

Blanchet J.-Claude  
(819) 389-2129

Brown Marvyn  
(450) 825-0760

Cloutier Philippe  
(418) 328-4171

Courville Léon  
(450) 243-0266

Custeau Maxime  
(819) 845-2591

Custeau Raymond  
(819) 845-2591

Dancause Marien  
(418) 898-5372

Davidson Jessy  
(819) 847-0486

Doucette Carole  
(450) 247-0133

Duclos Michel  
(819) 747-2406

Forget Martin  
(819) 748-2866

Johnson Carey  
(819) 826-5779

Lacroix Daniel  
(819) 583-3809

Lapointe André  
(819) 449-5745

Lesage Karine  
(819) 983-4026

Maheux Denis  
(418) 382-5551

Mason Mark  
(819) 848-2659

McGee Gérald  
(819) 826-2918

Morin Michael  
(819) 848-2627

Morin Trenholm  
(819) 358-2746

Pelletier Romuald  
(418) 736-8118

Prud'homme Robert  
(450) 834-2108

Rousseau Daniel  
(418) 893-2254

TCJ Salers  
(514) 485-2563

Veillette Réjeanne  
(819) 333-1211

Vermette Robert  
(450) 532-2395

# On s'occupe de veaux !



**Le chef de file en élevage  
de veaux de lait et de veaux  
de grain au Québec**

- Contrat d'élevage et financement disponible.
- Produits conçus et fabriqués au Québec.
- Nouveaux aliments d'allaitement pour veaux de lait en 2006.
- Gamme complète de produits pour veaux de grain.
- Service d'achats et livraison de petits veaux.
- Service de transport disponible.



## **Délimax**

3700, boul. Laframboise,  
Saint-Hyacinthe (Québec) J2R 1L1  
Tél. : (450) 773-5282 •  
Télec. : (450) 250-3700  
Courriel : [delimax@delimax.com](mailto:delimax@delimax.com)  
Internet : [www.delimax.com](http://www.delimax.com)

**UNE ÉQUIPE  
DE PROFESSIONNELS  
À VOTRE SERVICE**

