



**Le lapin
du Québec**

MÉMOIRE

Présenté par le

SYNDICAT DES PRODUCTEURS DE LAPINS DU QUÉBEC

Office chargé d'administrer le plan conjoint
des producteurs de lapins du Québec

À LA RÉGIE DES MARCHÉS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DU QUÉBEC

Le 1^{er} décembre 2015

555, boul. Roland-Therrien, bureau 315
Longueuil (Québec) J4H 4E7
Téléphone : 450 679-0530
www.lapinquébec.qc.ca

ISBN 978-2-9815674-0-6 (Imprimé)

ISBN 978-2-9815674-1-3 (PDF)

Dépôt légal, 4^e trimestre 2015

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives du Canada

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
PRÉSENTATION DU SYNDICAT DES PRODUCTEURS DE LAPINS DU QUÉBEC	2
Historique et objectifs	2
Le conseil d'administration.....	3
Le personnel.....	3
PORTRAIT DE LA PRODUCTION	4
LE PLAN CONJOINT	6
Historique.....	6
Stade de développement.....	6
DÉFIS, OPPORTUNITÉS ET ACTIONS EN LIEN AVEC LE PLAN CONJOINT	7
ANALYSE DES INTERVENTIONS DE L'OFFICE DANS LA MISE EN MARCHÉ	
DU PRODUIT VISÉ	10
Règlements et modifications.....	10
Interventions non réglementaires.....	10
RETOUR SUR LES RECOMMANDATIONS DE 2010	16
ENJEUX ET PISTES D'ACTION	17
CONCLUSION	24
BIBLIOGRAPHIE	24

INTRODUCTION

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) procède tous les cinq ans à l'évaluation des moyens mis en place par les offices de mise en marché désignés pour favoriser une mise en marché ordonnée et efficace des produits visés et si ces moyens servent l'intérêt de l'ensemble des producteurs. Dans le cadre de cette évaluation périodique, chaque office doit rendre compte de ses interventions. Ainsi, le présent mémoire a pour but de faire un retour sur les recommandations de la dernière évaluation, de présenter les réalisations de l'office au cours des cinq années couvertes appuyées par des indicateurs mesurables, et de présenter les principaux éléments de la planification de l'office pour les cinq prochaines années. L'office doit démontrer à la Régie qu'il est en mesure de poursuivre l'administration du plan conjoint.

L'évaluation vise à s'assurer que les objectifs poursuivis énumérés ci-dessous par l'instauration d'un plan conjoint soient atteints, c'est-à-dire :

- organiser collectivement les relations entre les producteurs ou les pêcheurs ainsi que les rapports avec les acheteurs afin de permettre de défendre les intérêts de l'ensemble des personnes visées par le plan conjoint;
- que tous les producteurs visés soient soumis aux règles établies selon l'intérêt collectif;
- organiser la production et la mise en marché du produit visé en favorisant une mise en marché efficace et ordonnée.

L'office désigné pour l'administration du plan conjoint des lapins est le Syndicat des producteurs de lapins du Québec (SPLQ).

PRÉSENTATION DU SYNDICAT DES PRODUCTEURS DE LAPINS DU QUÉBEC

Historique et objectifs

Le SPLQ est un organisme syndical, non gouvernemental, représentant les producteurs de lapins du Québec. Il fut fondé en 1979 pour et par les éleveurs de lapins.

Les principaux objectifs du Syndicat sont :

- l'étude, la défense et le développement des intérêts économiques et sociaux de ses membres et producteurs;
- de regrouper les producteurs de lapins et leur donner le moyen d'étudier leurs problématiques, de proposer des solutions et de défendre l'intérêt général de leur profession;
- d'obtenir, pour l'ensemble des producteurs, les conditions de mise en marché les plus avantageuses;
- d'ordonner la production afin d'obtenir un produit de qualité pour rencontrer les exigences et les besoins du marché;
- d'organiser des activités de promotion des produits de lapins et d'accentuer la recherche de nouveaux débouchés;
- d'informer régulièrement les producteurs de lapins sur les questions de production et de mise en vente des lapins.

En vigueur depuis 1991, le plan conjoint est administré par le SPLQ. Le plan dispose de tous les pouvoirs conférés par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche du Québec pour organiser une mise en marché ordonnée des lapins. Comme office, le SPLQ est chargé de l'application du plan conjoint et des règlements associés.

Le Syndicat gère, depuis 2003, l'agence de vente. Le produit visé est le lapin mis en marché sous la surveillance et la direction du SPLQ, conformément aux règlements et aux conventions de mise en marché en vigueur et homologués par la Régie. Ainsi, l'agence de vente est le seul intermédiaire par lequel peuvent s'approvisionner tous les acheteurs.

Après la crise de 2008 liée à la perte d'abattage sous inspection fédérale au Québec, le SPLQ avait accumulé une dette importante auprès de l'Union des producteurs agricoles (UPA). À compter de 2013-2014, le Syndicat a commencé à rembourser cette dette.

Tableau I : Évolution de la situation financière du SPLQ

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Résultats	(40 693)	(42 768)	(11 097)	(5 113)	21 493
Actifs	171 948	221 183	196 191	183 198	201 350
Solde à la fin	(235 152)	(277 920)	(289 017)	(294 130)	(272 637)

Le conseil d'administration

Le conseil d'administration (CA) est formé de cinq producteurs membres en règle du SPLQ, élus en assemblée générale. Les mandats des administrateurs sont d'une durée de trois ans. Au 11 décembre 2015, le CA est composé de :

NOM	POSTE	PROCHAINES ÉLECTIONS
Julien Pagé	Président	2017
Maxime Tessier	Vice-président	2016
David Berthelette	Administrateur	2018
Jean-Pierre Kack	Administrateur	2016
Benoît Dubuc	Administrateur	2017

Au cours de la période visée, plusieurs producteurs se sont succédé aux différents postes au sein du conseil d'administration.

Le personnel

Monsieur Armand Plourde, coordonnateur planification stratégique et aide aux groupes à la Direction recherches et politiques agricoles à l'UPA, réalise la fonction de directeur général du SPLQ conformément à une entente prise avec l'UPA.

Madame Stéphanie Ménard, secrétaire à l'UPA, agit à titre de secrétaire du SPLQ.

PORTRAIT DE LA PRODUCTION

Production

La production de lapins a diminué significativement durant la période de 2009-2014.

Tableau 2 : Évolution du nombre de producteurs détenant des PPA et PPI de la demande, de l'offre et des livraisons totales

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Nombre de producteurs	36	29	23	24	25
Parts de production			8 324	8 657	8 906
Nombre de lapins livrés	278 697	271 273	224 763	220 082	208 916
Offre des producteurs	-	-	283 177	236 639	215 801
Demande des acheteurs	-	-	235 017	221 344	227 115

Abattage

Durant la période 2009-2014, les acheteurs de lapins du Québec ont fait abattre dans trois établissements, dans des proportions variables d'une année à l'autre.

Les abattoirs :

- Rolland Pouliot et fils – Saint-Henri-de-Lévis (Québec - sous inspection provinciale)
- Canards du Lac Brome – Knowlton (Québec – sous inspection fédérale)
- *Flintshire Farms* – Flinton (Ontario – sous inspection fédérale)

Tableau 3 : Évolution des parts d'abattage par établissement

Établissement par période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Rolland Pouliot et fils	34 %	28 %	24 %	30 %	32 %
Canards du Lac Brome	19 %	50 %	44 %	37 %	11 %
Flintshire Farms	47 %	22 %	31 %	33 %	57 %

L'abattoir Canards du Lac Brome a cessé ses activités d'abattage de lapins en octobre 2014, contraignant certains acheteurs à faire abattre davantage d'animaux en Ontario.

Aussi, en raison des exigences des chaînes alimentaires, il est facile de constater l'importance de l'abattage sous agrément fédéral pour le secteur cunicole.

Acheteurs

Le nombre d'acheteurs pour les lapins du Québec est assez restreint. D'une année à l'autre, la majorité des achats sont partagés entre quatre ou cinq acheteurs. Certains de ces acheteurs offrent des produits plus finis, par exemple le lapin découpé, le lapin cuit ou apprêté alors que d'autres ne font que la vente en gros auprès des chaînes alimentaires ou de redistributeurs.

Tableau 4 : Répartition des achats de lapins (%)

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Aliments Carbo	<2	<1	<1	<1
Ferme Avicole Oka	-	24	29	33
Ferme Besnier	2	4	5	6
La Maison du Gibier	5	13	13	10
Cunico	48	4	2	2
Volailles et Gibiers Fernando	7	11	10	8
Vermont Rabbitry	-	-	<1	-
9197-8874 Québec inc.	-	33	31	25
Les fermes Lapaniau	-	-	-	-
Zinman	11	1	-	-
Ghislain Boisclair	12	-	<1	-
Gibier Canabec	11	9	10	15
CLG	<2	<1	-	-
Volière Baie-Saint-Paul	<2	<1	-	-
Ferme Petite Campagne	<2	<1	-	-
Fonds UPA (lapins en surplus)	<2	-	-	<1
Canard du Lac Brome	-	-	<1	<1

Industrie ontarienne

Le principal compétiteur du Québec dans le secteur cunicole en produits frais est l'Ontario, l'autre importante province productrice de lapins au Canada.

Même si les producteurs de lapin ontariens peuvent faire abattre 100 % des animaux dans leur province, ils doivent souvent parcourir une distance semblable aux producteurs québécois pour se rendre à Flinton, le seul abattoir de lapins sous la juridiction fédérale au Canada (depuis l'arrêt des activités d'abattage de lapins de Canard du Lac Brome).

Également, il est difficile d'obtenir des informations pour comparer les deux provinces car il n'y a aucune organisation structurée chez nos voisins. Nous savons qu'un fort contingent de producteurs se situe dans le sud de la province.

LE PLAN CONJOINT

Historique

Le plan conjoint des éleveurs de lapins a été instauré en 1991. Le SPLQ a été désigné comme office de mise en marché.

Le 20 juin 2008, lors d'une impasse au sein du conseil d'administration du SPLQ, l'administration du plan conjoint a été confiée à un administrateur désigné par la Régie. Le 3 décembre 2009, estimant que l'harmonie était revenue au sein du Syndicat, la Régie a déterminé que ce dernier était en mesure de reprendre les rênes du plan conjoint.

Stade de développement

Depuis 1991, le SPLQ a travaillé à améliorer l'organisation de la mise en marché et la collaboration entre les différents acteurs du secteur cunicole.

Le SPLQ est au stade de développement de la mise en place des outils d'organisation de la mise en marché, de la consolidation et au développement de la production. Il s'agit d'une étape longue et importante, c'est pourquoi elle a peu changé depuis la dernière évaluation. De nouveaux outils ont été mis en place depuis cinq (5) ans, mais le Syndicat croit qu'il y a encore place à l'amélioration de l'efficacité de la gestion du plan conjoint.

Il est certain que dans un contexte où les nouveaux acheteurs et les abattoirs sont difficiles à trouver, où la demande et l'offre sont très variables et où le nombre de producteurs est faible, il est difficile de coordonner parfaitement la mise en marché. Le Syndicat des producteurs de lapins du Québec travaille continuellement à améliorer la concertation entre les producteurs, les acheteurs, les abattoirs et les transporteurs.

DÉFIS, OPPORTUNITÉS ET ACTIONS EN LIEN AVEC LE PLAN CONJOINT

En 2010, à la suite de la dernière évaluation périodique de la Régie, le Syndicat des producteurs de lapins du Québec s'est doté d'un plan stratégique sur cinq ans afin de faire face aux enjeux du secteur et d'améliorer la mise en marché du lapin du Québec. Ce plan stratégique comportait cinq objectifs généraux :

1. augmenter les efforts de marketing et de mise en marché du lapin d'élevage québécois;
2. augmenter la rentabilité des fermes d'élevage au Québec;
3. favoriser la recherche et le développement dans le secteur cunicole;
4. favoriser une compétitivité accrue du secteur cunicole;
5. favoriser une meilleure concertation du secteur cunicole.

OBJECTIF GÉNÉRAL N° 1		
AUGMENTER LES EFFORTS DE MARKETING ET DE MISE EN MARCHÉ DU LAPIN D'ÉLEVAGE QUÉBÉCOIS		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE LIÉ À L'ENJEU	MOYENS MIS EN ŒUVRE	RÉSULTATS
Accroître les ventes	Augmenter les communications avec le public, la visibilité dans diverses revues culinaires, créer une identification Lapin du Québec, dégustations, commandites, développement avec les chefs.	Plus d'une vingtaine de parutions chaque année dans des revues spécialisées, formation dans les écoles de cuisine, forte augmentation de lapins servis dans les activités grand public, présence de plus de produits finis dans les étals d'épicerie.
Arrimer l'offre à la demande	Meilleure connaissance des besoins des acheteurs, développement de produits transformés, ajustement de la convention de mise en marché.	Plus de produits transformés en épicerie, planification annuelle de la demande de l'acheteur, suivi de la production et des PPA.
Développer le marché des produits de viande de lapin congelés	Réaliser une étude sur le potentiel de marché des produits congelés.	L'activité a été reportée.
Favoriser l'exportation	Travailler à favoriser l'exportation, participer à des foires commerciales.	Appui aux acheteurs de lapins pour le développement de marchés hors Québec, participation au SIAL.
Améliorer la mise en marché collective des lapins	Développer la réglementation sur la production, développer un cahier de charge sur le transport.	Le Syndicat a réécrit la réglementation sur les parts de production et la mise en marché des lapins de surplus, il a reporté le cahier de charges sur le transport en laissant temporairement cette activité sous la gouverne des acheteurs.

OBJECTIF GÉNÉRAL N° 2		
AUGMENTER LA RENTABILITÉ DES FERMES D'ÉLEVAGE AU QUÉBEC		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE LIÉ À L'ENJEU	MOYENS MIS EN ŒUVRE	RÉSULTATS
Diminuer les frais de fonctionnement des fermes	Mise en place de services-conseils, mieux connaître les coûts de production, formation de groupe d'achats, contrôler le coût des intrants.	Services-conseils fournis provincialement par le Réseau Agriconseils, collaboration avec le CRAAQ sur la mise à jour des références économiques.
Favoriser l'aide et la transmission des connaissances aux éleveurs	Développement des services-conseils, de formations, activités de transfert technologique, communication aux producteurs.	Services-conseils fournis provincialement par le Réseau Agriconseils, collaboration avec les centres de formation régionaux pour la formation des producteurs, développement d'une formation web en voie de réalisation, production du bulletin Messenger cunicole » à quatre occasions chaque année.
Valoriser le fumier de lapin et autres sous-produits du lapin	Évaluer l'existence de marché de fumier, structurer l'offre le cas échéant.	L'activité a été reportée.

OBJECTIF GÉNÉRAL N° 3		
FAVORISER LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT DANS LE SECTEUR CUNICOLE		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE LIÉ À L'ENJEU	MOYENS MIS EN ŒUVRE	RÉSULTATS
Augmenter les projets de recherche et développement dans le secteur	Identifier de nouvelles techniques d'élevage, développer des liens avec les chercheurs, avec l'Europe, sensibiliser les meuneries.	Prise de contact avec des intervenants des autres régions productrices, collaboration étroite avec les chercheurs de l'Université Laval et de Montréal (faculté de médecine vétérinaire), rapprochement avec les meuneries via la Structure de concertation.
Regarder les meilleures pratiques en termes d'innovation sur les marchés traditionnels et potentiels	Tenue de missions étrangères, vigie des meilleures pratiques.	Report de l'organisation de mission en raison de problématique liée au coût et au financement, vigie réalisée et transfert des informations via le Messenger cunicole et le site Internet.

OBJECTIF GÉNÉRAL N° 4		
FAVORISER UNE COMPÉTITIVITÉ ACCRUE DU SECTEUR CUNICOLE		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE LIÉ À L'ENJEU	MOYENS MIS EN ŒUVRE	RÉSULTATS
Améliorer les connaissances du SPLQ sur l'ensemble du secteur cunicole de l'Ontario	Échange d'information, représentations diverses.	Participation à l'assemblée générale annuelle d'Ontario Rabbit, envoi du Messenger cunicole, échanges multiples, collaboration étroite dans le dossier des médicaments.
Favoriser la disponibilité d'abattoirs au Québec	Rencontres et discussions avec les dirigeants d'abattoirs, négociation d'entente de transport.	Nombreuses discussions et recherche de poste d'abattage au Québec, mais le volume à abattre n'est pas suffisamment élevé, le coût du transport est partagé entre l'acheteur et le producteur.
Avoir un produit bien identifié «Québec»	Création d'identité distinctive Lapin du Québec, traçabilité, outils promotionnels Québec.	Utilisation par certains acheteurs transformateurs du logo Lapin du Québec, traçabilité reportée.
Avoir un cahier de charges permettant d'avoir un produit québécois distinctif	Introduction du concept de lapins différenciés dans le règlement, production d'un Guide de bonnes pratiques pour tous les producteurs.	Développement d'un cahier de charges par certains acheteurs ayant permis l'amélioration de la production et des produits, guide de bonnes pratiques produit par le Syndicat et disponible à tous les intéressés sur le site Internet.

OBJECTIF GÉNÉRAL N° 5		
FAVORISER UNE MEILLEURE CONCERTATION DU SECTEUR CUNICOLE		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE LIÉ À L'ENJEU	MOYENS MIS EN ŒUVRE	RÉSULTATS
Augmenter le soutien à la relève	Aider les nouveaux éleveurs, système de parrainage, formation spéciale pour la relève.	Lors d'émission de parts de production, une proportion est réservée à cette catégorie de demandeurs, appui du conseiller cunicole.
Voir au bon fonctionnement administratif de l'agence de vente au SPLQ	Mise en place d'outils de contrôle, partage des informations avec les producteurs, diffusion d'informations aux producteurs.	Surveillance exercée par l'UPA, échange courant d'informations sur l'état des marchés, des problématiques vécues, des situations particulières par le biais de mémos, production régulière du Messenger cunicole.
Favoriser le maillage avec d'autres intervenants	Création d'une structure de concertation, tenue de rencontre éleveurs/intervenants	Structure de concertation cunicole en place depuis 2010 qui se réunit entre trois et quatre fois par an (incluse tous les organismes concernés par le secteur : acheteurs, producteurs, chercheurs, transformateurs, fournisseurs d'intrants, de génétique, etc.)

ANALYSE DES INTERVENTIONS DE L'OFFICE DANS LA MISE EN MARCHÉ DU PRODUIT VISÉ

Règlements et modifications

Depuis la dernière évaluation, certaines modifications ont été apportées au Règlement de la mise en marché du lapin au Québec incluant les dispositions des surplus. Le 28 janvier 2011, dans sa décision 9575, la Régie a publié le texte final du Règlement sur les parts de production et la mise en marché des lapins. Ce nouveau règlement remplace aujourd'hui le Règlement sur la mise en marché des lapins et le Règlement sur la disposition des surplus des producteurs de lapins. Les modifications apportées incluent notamment :

- un nouveau mode de gestion des parts de production attribuées (PPA);
- une nouvelle façon d'émettre des PPA et des parts de production intérimaires (PPI);
- l'introduction de la possibilité de produire des lapins différenciés;
- l'introduction de la possibilité de vente ou location de PPA pour production sur d'autres sites que ceux d'origine;
- les règles de gestion et de paiement des surplus, lorsque requis;
- un mécanisme de règlements des conflits et griefs à l'interne avant de procéder devant la RMAAQ.

À la suite de la décision de la Régie, le Syndicat a procédé à une révision des parts de production des éleveurs, conformément aux mesures transitoires prévues au nouveau règlement.

Le nouveau règlement a également incité des acheteurs à soumettre des cahiers de charges pour la production de lapins différenciés. Au 31 juillet 2014, deux acheteurs et trois éleveurs offraient des lapins différenciés.

Interventions non réglementaires

Agence de vente

En 2003, le SPLQ a mis en place une agence de vente afin de mieux ordonner la mise en marché des lapins. Depuis, l'agence de vente a réglé de nombreux problèmes d'injustice entre les producteurs, de désorganisation du marché, de décalage entre l'offre et la demande, de paiements non faits par les acheteurs, etc.

Un des mandats de l'agence est de coordonner, chaque semaine, les livraisons de lapins en fonction de la demande des acheteurs et de l'offre des producteurs. Elle jumelle les lapins offerts par les entreprises productrices aux demandes des acheteurs et informe les éleveurs du nombre et de la catégorie de lapins à livrer, du nom de l'acheteur, de la date, du lieu et de l'heure de la livraison. L'agence doit également gérer les surplus ou les pénuries selon la différence entre l'offre et la demande. Finalement, elle doit percevoir les paiements des acheteurs et les redistribuer aux éleveurs.

L'agence de vente est maintenant en activité depuis douze ans.

Livraisons

Au total, 1,2 million de lapins ont été traités par l'agence de vente entre 2009 et 2014. Depuis sa création, l'agence a organisé la livraison de plus de 3,6 millions de lapins.

Tableau 5 : Livraisons annuelles de lapins par l'agence de vente

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Nombre de lapins livrés par année	278 697	271 273	224 763	220 082	208 916

Depuis la fin de l'année financière du Syndicat, en juillet 2014, les livraisons ont considérablement augmentées.

Financement

Le Règlement sur les contributions des producteurs de lapins prévoit que les prélèvements soient faits pour chaque lapin livré par les producteurs. Les contributions permettent au Syndicat de poursuivre ses activités et d'améliorer la production et la mise en marché des lapins, à l'avantage des producteurs.

Malgré des années financières difficiles, le Syndicat a réussi à maintenir les contributions à un niveau stable, la dernière augmentation significative datant de 2007. Les contributions totales au plan conjoint ayant été de 0,482 \$ par lapin jusqu'en 2011 et portées à 0,492 \$ par lapin depuis. Le SPLQ a connu son premier bilan financier positif depuis de nombreuses années en 2013-2014.

Tableau 6 : Évolution des montants de contribution des éleveurs de lapins

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Plan conjoint	0,41 \$ par lapin	0,41 \$ par lapin	0,42 \$ par lapin	0,42 \$ par lapin	0,42 \$ par lapin
Mise en marché	0,072 \$ par lapin	0,072 \$ par lapin	0,072 \$ par lapin	0,072 \$ par lapin	0,072 \$ par lapin
Agence de vente	10 \$ par transaction	10 \$ par transaction	10 \$ par transaction	10 \$ par transaction	10 \$ par transaction

Parts de production attribuées (PPA) et parts de production intérimaires (PPI)

Au cours de l'année 2008, les producteurs ont vu leurs PPA réduire de 20 % en raison de la baisse du marché. En janvier 2011, à la suite de la publication de la Régie concernant le nouveau règlement sur les parts de production, les PPA ont été réajustées conformément aux dispositions dudit règlement. Ainsi, à l'automne 2011, 6 303 PPA ont été attribuées à l'ensemble des producteurs.

Tableau 7 : PPA et PPI pour l'ensemble des producteurs

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
PPA et PPI (au 31 mars)	5 249	8 586	8 657	8 568	8 906
Nbre de producteurs	25	24	40	23	32

Surplus

L'agence de vente a géré des surplus d'offres ponctuelles à quelques occasions lors de la période 2009-2014, mais n'a pas eu à congeler de grandes quantités de lapins comme elle l'a déjà fait auparavant. D'un autre côté, la demande a parfois excédé l'offre, créant ainsi des pénuries pour les acheteurs.

Une combinaison de facteurs peut provoquer une situation de pénurie : la baisse de production chez certains producteurs, une correction de la demande, une mauvaise planification ou des contraintes spéciales lors des livraisons, des promotions mal concertées des acheteurs, des baisses d'offre en raison de maladies et de non-médication. Trop souvent, les acheteurs réalisent des activités de vente de masse et refusent d'en informer le Syndicat. Il survient alors des problématiques voire des conflits lors des jumelages.

Prix

Périodiquement, le Syndicat a le mandat de discuter des conditions de prix avec les acheteurs. Le prix de base pour les lapins réguliers négocié avec les acheteurs a légèrement augmenté depuis 2009, passant de 1,79 à 1,87 \$/lb vivant. Des ententes de prix sont en vigueur jusqu'au 31 août 2016.

Pour éviter de congeler des lapins offerts en surplus des demandes hebdomadaires, le Syndicat convient d'ententes ponctuelles avec les acheteurs intéressés afin de les inciter à acheter plus de lapins que leurs demandes initiales, mais à meilleur prix. Cette façon de faire permet l'écoulement complet des lapins et évite au Syndicat de disposer de lapins en congélation qu'il devrait vendre à rabais.

Tableau 8 : Évolution des prix de base du lapin

Période	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Prix (\$/lb vivant)	1,79	1,79	1,81	1,85	1,87

Promotion et marketing

Une grande partie des activités de promotion du SPLQ est réalisée grâce à l'aide financière du ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) dans le cadre du Programme d'appui financier aux regroupements et aux associations de producteurs désignés (PAFRAPD). Le programme était d'une durée de cinq (5) ans et s'échelonnait de l'année financière 2008-2009 à 2012-2013. Les deux années suivantes, le financement de 66 000 \$ a été prolongé mais n'a pas été renouvelé après le 31 mars 2015.

Le SPLQ a été très actif sur le volet promotion durant les cinq (5) dernières années.

OBJECTIF	ACTION	ÉVÈNEMENTS/RÉSULTATS
Appui aux producteurs pour leur participation à des évènements	Aide à l'installation de kiosque, commandites de lapins, location d'équipement pour les producteurs.	<ul style="list-style-type: none"> • Festivals • Congrès général de l'UPA • Colloques • Marchés et fêtes
Aide à l'accès de nouveaux produits et amélioration de la présentation et de l'emballage	Rencontrer les acheteurs et les inciter à déposer des projets d'implantation de nouveaux produits avec le lapin du Québec.	<ul style="list-style-type: none"> • Colloque sur le lapin en Ontario • Rencontre avec des chefs cuisiniers • Rencontre de l'Ontario Rabbit • Salon international de l'alimentation • Nouvelles étiquettes identifiant la ferme de production
Promotion de la viande de lapin	Concours et nouvelles recettes.	<ul style="list-style-type: none"> • Université de Montréal, standardisation de recettes par les étudiants en nutrition • Révision du site « Le lapin du Québec » • Nouvelles relations avec 6 chefs cuisiniers, 42 médias ayant présenté des recettes de lapins, chroniqueurs culinaires. (ex. : association Lapin/chef Jérôme Ferrer)
	Commandites de lapins pour des évènements.	<ul style="list-style-type: none"> • Festivals • Congrès de l'UPA • Écoles de cuisines
	Publications et collaboration avec une professionnelle des relations avec les médias.	<ul style="list-style-type: none"> • Publicité dans la revue « Vivre à la Campagne » • Calendrier lapins • Émission « Cap sur l'été » • Magasine La Semaine • Émission et Magasine Ricardo • Magasine M • Le Devoir • Coup de pouce • Etc.

Recherche et développement

Depuis plusieurs années, le SPLQ, en association avec ses principaux partenaires, entre autres, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le Centre de recherche en sciences animales de Deschambault (CRSAD) et le Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) ont produit des fiches techniques réutilisables afin d'encadrer les pratiques courantes d'élevage.

En 2008, un projet sur la « mise en application des stratégies d'acclimatation sanitaire et des régies pour les lapines assainies en élevage dans les conditions commerciales du Québec » a été lancé grâce au financement du PAFRAPD, autorisé par le MAPAQ. Le projet, réalisé par le CRSAD, n'a pas pu être terminé en raison d'un manque de ressource du centre. Le Syndicat espère la réalisation de la deuxième partie de la recherche.

En 2013, un partenariat avec l'Université Laval de Québec a permis d'entreprendre un projet visant à mieux documenter les actions à poser pour prolonger la durée de vie de la viande sur les tablettes d'épicerie. La docteure Linda Saucier est responsable de ce projet dont la durée approximative est de trois à quatre ans.

Le Syndicat est toujours intéressé à s'impliquer dans la recherche ou le développement. Cependant, le niveau de production actuel justifie difficilement l'acceptation de nouveaux projets.

Conseils aux producteurs

Depuis le début de l'année 2012, les administrateurs se sont rendus davantage disponibles. Ces derniers ont pu discuter avec leurs pairs afin de leur prodiguer une foule de conseils pratiques basés sur leurs expériences personnelles et sur des échanges privilégiés qu'ils ont eus avec des producteurs ontariens ou européens. Depuis le début de 2014, le Réseau Agriconseils a accrédité un agronome ayant pour mission de bien conseiller et encadrer les producteurs qui en font la demande.

Également, le Guide de bonnes pratiques en production cunicole que le Syndicat a produit est très utilisé par les producteurs. Ce guide complète bien les informations contenues dans les fiches techniques.

Informations aux producteurs

Le SPLQ désire informer ses membres à propos de ses activités et des nouveautés dans le secteur cunicole.

Bien entendu, le Syndicat tient une assemblée générale annuelle. Il avise régulièrement ses membres via le bulletin du SPLQ c'est-à-dire le Messenger cunicole. En 2013-2014, quatre éditions ont été publiées et quelques notes ponctuelles ont été envoyées aux producteurs. Il convient de noter que le Messenger cunicole est également envoyé à tous ceux qui ont fourni une adresse électronique.

Un site Internet, www.lapinduquebec.qc.ca, est aussi disponible pour les producteurs. Il sert d'outil de communication et informe ces derniers sur les règlements à jour, les derniers prix payés, les personnes-ressources ainsi que toute autre information jugée utile pour les entreprises cunicoles.

Représentation et relations avec divers organismes

Afin d'améliorer la production et la mise en marché du lapin, le SPLQ entretient des relations étroites avec des intervenants du secteur cunicole. Les principaux partenaires du SPLQ sont :

- le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ);
- la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ);
- la Financière agricole du Québec (FADQ);
- le Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ);
- le Centre de recherche en sciences animales de Deschambault (CRSAD);
- l'UPA et ses fédérations régionales et spécialisées;
- Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC);
- Santé Canada;
- Ontario Rabbit;
- l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA);
- Fédération de la relève agricole du Québec (FRAQ);
- Stratégie québécoise de santé et bien-être des animaux;
- l'Université Laval;
- la Faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal.

RETOUR SUR LES RECOMMANDATIONS DE 2010

Le 6 octobre 2010, la Régie a déposé son rapport d'évaluation périodique sur la gestion du plan conjoint par le SPLQ. Le document contenait cinq recommandations au Syndicat en vue d'améliorer la mise en marché du lapin au Québec.

Recommandations de la dernière évaluation

La Régie recommande :

- aux intervenants impliqués dans la structure de concertation d'analyser rapidement la compétitivité de l'industrie québécoise sur les marchés et de définir les stratégies qui s'imposent pour consolider et développer sa position concurrentielle;
- au Syndicat de discuter avec les acheteurs des ajustements nécessaires aux conventions et aux opérations de l'agence de vente pour faciliter l'adaptation aux marchés et développer des produits à valeur ajoutée;
- au SPLQ, considérant l'écart important entre les volumes de lapins déclarés vendus par les producteurs au MAPAQ et les volumes commercialisés par l'agence de vente, de prendre les dispositions pour que le Règlement sur la mise en marché des lapins et les conventions de mise en marché soient respectés;
- au Syndicat d'assurer un suivi rigoureux des opérations financières de l'agence de vente et de mettre en œuvre les moyens identifiés pour consolider sa situation financière;
- au Syndicat d'établir sa propre planification stratégique, différente et complémentaire à celle du secteur qu'il a déposée.

Comme nous l'avons démontré au fil du document, l'ensemble des recommandations de la Régie a été suivi et répondu.

Que ce soit relativement aux activités de la structure de concertation où tous les intervenants ont été conviés à échanger et orienter les activités du secteur, que ce soit l'appui aux acheteurs dans la réponse à la demande du marché du lapin, que ce soit la mise en œuvre de mesures de suivis rigoureux des opérations de l'agence qui ont permis un redressement financier et l'écoulement des lapins de surplus, d'établir une planification stratégique, le Syndicat estime avoir rempli adéquatement ces recommandations. Concernant le suivi des lapins produits indiquant un écart entre les données du MAPAQ et celles de l'agence de vente, il appert, selon les vérifications faites, que la majorité de ces lapins sont produits et considérés comme des lapins pour consommation personnelle ou pour vente à la ferme. Nous avons pu observer lors d'un sondage fait auprès des producteurs agricoles déclarant « faire du lapin », qu'il s'agissait très souvent d'une activité pour initier les enfants à la production animale.

De plus, la surveillance exercée par le Syndicat avec la collaboration du MAPAQ, des acheteurs, des abattoirs et des producteurs, permet une meilleure connaissance de la situation. Ce faisant, il est permis de comprendre que la consommation de viande de lapin est en croissance au Québec.

ENJEUX ET PISTES D'ACTION

Le plan stratégique 2010-2015 présenté à la dernière évaluation périodique devrait prendre fin le 31 décembre 2015. Le SPLQ prévoit se doter d'un nouveau plan stratégique quinquennal. Pour l'instant, les priorités d'action à long terme du Syndicat ne sont pas complètement définies. Dans cette section, les priorités d'actions annuelles sont présentées afin d'illustrer les orientations générales de l'organisation.

PRIORITÉS D'ACTION 2010-2011

AUGMENTER LES EFFORTS DE MARKETING ET DE MISE EN MARCHÉ DU LAPIN D'ÉLEVAGE QUÉBÉCOIS
<ul style="list-style-type: none">• Accroître les communications et les relations publiques et de presse mettant en valeur les produits à base de viande de lapin du Québec• Création d'une identification distinctive des produits à base de lapins du Québec• Développement de relations d'affaires avec des chefs cuisiniers, des spécialistes de l'alimentation afin de faire connaître le lapin• Travailler avec l'industrie afin de lister le produit, garantir la stabilité des approvisionnements et la qualité du produit• Augmenter la visibilité chez les détaillants
AMÉLIORER LA MISE EN MARCHÉ COLLECTIVE DES LAPINS
<ul style="list-style-type: none">• Revoir l'organisation du transport (minimiser les coûts pour les producteurs)• Meilleur contrôle des condamnations, confiscations, contaminations• Mise en application du nouveau règlement sur la mise en marché et information aux producteurs• Voir au bon fonctionnement administratif de l'agence de vente (rentabilité)
AUGMENTER LA RENTABILITÉ DES FERMES
<ul style="list-style-type: none">• Services-conseils• Négociation pour diminuer les coûts des intrants
FAVORISER LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT
<ul style="list-style-type: none">• Identifier de nouvelles techniques d'élevage• L'augmentation de la durée de vie de la viande fraîche de lapin• Nouvelles découpes et nouveaux produits à partir de la viande de lapin fraîche et congelée
FAVORISER UNE COMPÉTITIVITÉ ACCRUE DU SECTEUR CUNICOLE
<ul style="list-style-type: none">• Accentuer l'abattage des lapins au Québec• Cahier de charges permettant d'avoir un produit québécois distinctif
FAVORISER UNE MEILLEURE CONCERTATION DU SECTEUR
<ul style="list-style-type: none">• Structure de concertation avec les intervenants du secteur

PRIORITÉS D'ACTION 2011-2012

En 2012, le Syndicat a présenté lors de son assemblée générale annuelle, une liste de priorités d'action avec l'intention de poursuivre les orientations du plan stratégique 2010-2015. Voici les dossiers importants mentionnés lors de l'AGA par le CA :

« Outre les éléments qui sont déjà prévus au plan stratégique adopté en février 2010, le président a un certain nombre de dossiers sur lesquels le CA entend œuvrer au cours des prochains mois :

- la promotion;
- le développement de nouveaux produits;
- l'abattage sous inspection fédérale au Québec;
- la production de cahier de charges;
- la mise à jour de la convention et des règlements;
- les communications avec les producteurs;
- le développement des relations publiques;
- le développement de recettes;
- la vérification des opportunités d'exportations;
- le développement de la Structure de concertation cunicole.

Concernant l'amélioration du transport, il est mentionné qu'il faudrait porter une attention spéciale au bien-être animalier. De plus, l'organisation du transport à l'abattoir Canards du Lac Brome avec la multitude de contraintes devrait amener le CA à étudier cette situation prioritairement. Enfin, la dynamique des coûts et des quantités pour livraison à Flinton devrait aussi être un sujet d'importance pour l'organisation.»

PRIORITÉS D'ACTION 2012-2013

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS	
OBJECTIF Sécuriser nos marchés et garder nos prix	<ul style="list-style-type: none">• Favoriser une compétition accrue du secteur cunicole québécois pour une présence accrue de produits à base de lapin dans les grands réseaux de distribution alimentaire et dans les boucheries spécialisées• Trouver de nouveaux acheteurs et abattoirs• Encourager l'achat de lapins par les acheteurs actuels• Limiter les importations de lapins• Développer de nouveaux produits• Augmenter les efforts marketing :<ul style="list-style-type: none">- donner une valeur ajoutée au lapin du Québec pour nous démarquer des autres viandes de spécialité- miser sur nos avantages concurrentiels• Développer le marché des produits de viandes congelées• Favoriser les exportations de produits à base de viande de lapin du Québec• Arrimer l'offre à la demande et régulariser l'offre de lapins
RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Ventes de lapins accrues	

DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION	
<p>OBJECTIF Augmenter graduellement le volume de lapins de 5 500 à 7 000 lapins/semaine d'ici 2024</p> <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Rentabilité des fermes d'élevage améliorée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'aide et la transmission des connaissances aux éleveurs • Établir des standards de qualité • Encourager le démarrage de nouvelles entreprises • Favoriser les projets de R & D dans le secteur cunicole • Valoriser le fumier de lapin
FONCTIONNEMENT PLUS EFFICACE DE L'AGENCE DE VENTE	
<p>OBJECTIF Appliquer avec rigueur et discipline la convention et les règlements</p> <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Respect du travail unité-personne fixé dans le plan de redressement (1,31 ress./semaine)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inciter les acheteurs à respecter les conditions : <ul style="list-style-type: none"> - respecter la facturation, des garanties de paiement - négocier pour des périodes plus longues - éviter les négociations hebdomadaires ou ajustements de dernière minute • Éviter et/ou gérer les surplus • Reconnaissance par les producteurs que livrer des lapins coûte quelque chose peu importe où ils sont livrés • Que les frais de transport soient les plus bas et les plus équitables pour l'ensemble des producteurs
MOBILISATION DES PRODUCTEURS	
<p>OBJECTIF Rétablir la confiance des producteurs envers leur Syndicat et leurs administrateurs</p> <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Adhésion et appui des producteurs aux orientations de leur CA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informer régulièrement les producteurs après chaque CA ou à la réalisation d'une étape • Clarifier le rôle et responsabilité de l'AGS, du CA, du président et des permanents • Renforcer la vie associative autour des priorités d'action du CA

Réalisations majeures pertinentes

- 1) Rédaction et publication par le Syndicat puis adoption en assemblée générale annuelle des producteurs du Guide de bonnes pratiques en production cunicole.
- 2) Étude pour le développement de nouveaux marchés au Canada et aux États-Unis - Contrat octroyé à la firme Marcon pour l'évaluation du marché potentiel du lapin Hallal.

PRIORITÉS D'ACTION 2013-2014

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS	
<p>OBJECTIF Sécuriser nos marchés et garder nos prix</p> <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Ventes de lapins accrues</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer l'efficacité du secteur cunicole québécois pour une présence accrue de produits à base de lapin dans les grands réseaux de distribution alimentaire et dans les boucheries spécialisées • Rechercher et accompagner de nouveaux acheteurs et abattoirs • Encourager l'achat de lapins par les acheteurs actuels • Favoriser et encourager le développement de nouveaux produits • Augmenter les efforts marketing : <ul style="list-style-type: none"> - donner une valeur ajoutée au lapin du Québec pour nous démarquer des autres viandes de spécialité ainsi qu'à des produits importés - miser sur nos avantages concurrentiels • Développer le marché des produits haut de gamme • Faire un suivi des espaces occupés par les produits de lapin et travailler à l'augmenter
DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION	
<p>OBJECTIF</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter graduellement le volume de lapins de 5 500 à 7 000 lapins/semaine d'ici 2024 • Faire plus de recherche appliquée sur les potentiels du lapin <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Rentabilité des fermes d'élevage améliorée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire respecter les PPA afin de garantir un approvisionnement stable aux acheteurs en fonction des engagements en vigueur • Avoir un programme d'aide pour les entreprises en besoin • Mieux informer les producteurs sur les programmes d'aide existants • Contribuer au développement de programmes d'appui financier adaptés au secteur • Favoriser l'aide et la transmission des connaissances aux éleveurs • Établir des standards de qualité • Continuer à bien faire connaître les produits de lapin par des promotions et publicités afin d'augmenter la consommation par habitant et ainsi encourager le démarrage de nouvelles entreprises • Permettre l'accès aux principaux antibiotiques tout en travaillant à réduire leur utilisation • Favoriser les projets de R & D dans le secteur cunicole • Valoriser le fumier de lapin • Faire les représentations pertinentes pour sensibiliser le marché financier sur les difficultés d'accès au soutien financier pour les fermes cunicoles
FONCTIONNEMENT PLUS EFFICACE DE L'AGENCE DE VENTE	
<p>OBJECTIF Appliquer avec rigueur et discipline la convention et les règlements</p> <p>RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE Respect du travail unité-personne fixé dans le plan de redressement (1,31 ress./semaine)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inciter les acheteurs à respecter les conditions de mise en marché : <ul style="list-style-type: none"> - respect de la facturation, des garanties de paiement - négocier pour des périodes d'engagement plus longues - éviter les négociations hebdomadaires ou ajustements de dernière minute • Éviter et/ou gérer les surplus et les pénuries • S'assurer que le transport des lapins est réalisé selon les meilleures pratiques connues et au moindre coût possible • Disposer des coordonnées complètes et à jour des producteurs (postales, numéro de cellulaire et adresse courriel) • Favoriser le transfert de documents via Internet (avec les acheteurs, les producteurs et les divers intervenants)

MOBILISATION DES PRODUCTEURS

OBJECTIF

Consolider la confiance des producteurs envers leur Syndicat et leurs administrateurs

RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE

Adhésion et appui des producteurs aux orientations de leur CA

- Informer régulièrement les producteurs après chaque C. A. ou à la réalisation d'une étape
- Clarifier le rôle et la responsabilité de l'AGA, du C. A., du président et des permanents
- Renforcer la vie associative autour des priorités d'action du conseil d'administration
- Augmenter le nombre de publications du Messenger cunicole
- Tenir une assemblée spéciale thématique ou d'échanges et d'information

Réalisation majeure pertinente

- 1) Lors de l'assemblée générale des producteurs :
- Conférence sur la santé des lapins et la biosécurité des clapiers.

PRIORITÉS D'ACTION 2014-2015

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

OBJECTIF

Sécuriser nos marchés et garder nos prix

RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE

Ventes de lapins du Québec accrues

- Améliorer l'efficacité du secteur cunicole québécois pour une présence accrue de produits à base de lapin du Québec dans les grands réseaux de distribution alimentaire et dans les boucheries spécialisées
- Rechercher et accompagner de nouveaux marchés et abattoirs
- Encourager l'achat de lapin du Québec
- Favoriser et encourager le développement de nouveaux produits
- Compléter la recherche visant à augmenter la durée de vie en tablette du lapin du Québec
- Augmenter les efforts marketing :
 - donner une valeur ajoutée au lapin du Québec pour nous démarquer des autres viandes de spécialité ainsi qu'à des produits importés
 - miser sur nos avantages concurrentiels
- Développer le marché des produits haut de gamme
- Faire un suivi de l'utilisation du logo Lapin du Québec et en encourager l'utilisation
- Bonifier les conventions de mise en marché sur les prix, mode de paiement, livraisons, délais, etc.
- Recherche d'options d'abattage fédéral au Québec

DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION

OBJECTIF

- Augmenter graduellement le volume de Lapin du Québec de 5 500 à 7 000 lapins du Québec/semaine d'ici 2024
- Faire plus de recherche appliquée sur les potentiels du lapin du Québec

RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE

Rentabilité des fermes d'élevage améliorée

- Faire respecter les PPA afin de garantir un approvisionnement stable aux acheteurs en fonction des engagements en vigueur
- Avoir un programme de sécurité du revenu pour les entreprises cunicoles
- Informer les producteurs sur les programmes d'aide existants
- Améliorer l'accès au financement pour les entreprises du secteur
- Favoriser l'aide et la transmission des connaissances aux éleveurs
- Contribuer à l'amélioration continue des standards de qualité
- Continuer à bien faire connaître les produits de Lapin du Québec par des promotions et publicités afin d'augmenter la consommation par habitant et ainsi encourager le démarrage de nouvelles entreprises
- Permettre l'accès aux principaux antibiotiques tout en travaillant à réduire leur utilisation
- Favoriser les projets de R & D dans le secteur cunicole, poursuivre les démarches avec l'ACIA et AAC pour l'obtention d'homologation des médicaments
- Encourager la caractérisation du fumier de Lapin du Québec
- Mettre en place un mentorat pour les nouveaux producteurs et un programme d'appui aux producteurs en place
- Favoriser et développer les services-conseils
- Compléter la mise à niveau des références économiques et établir le coût de production
- Participation à la Stratégie de bien-être animal et promotion du bien-être animal dans les clapiers et le transport, réduction de l'utilisation des antibiotiques
- Chercher à minimiser les impacts financiers aux producteurs liés à l'abattage

FONCTIONNEMENT PLUS EFFICACE DE L'AGENCE DE VENTE

OBJECTIF

Appliquer avec rigueur et discipline la convention et les règlements

RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE

Respect du travail unité-personne fixé dans le plan de redressement (1,31 ress./semaine)

- Inciter les acheteurs à respecter les conditions de mise en marché :
 - respect de la facturation, des garanties de paiement;
 - négocier pour des périodes d'engagement plus longues;
 - éviter les négociations hebdomadaires ou ajustements de dernière minute.
- Éviter et/ou gérer les surplus et les pénuries
- S'assurer que le transport des Lapins du Québec soit réalisé selon les meilleures pratiques connues et au moindre coût possible
- Disposer des coordonnées complètes et à jour des producteurs (postales, numéro de cellulaire et adresse courriel)
- Favoriser le transfert de documents via Internet (avec les acheteurs, les producteurs et les divers intervenants)
- Bonifier les conventions de mise en marché sur les prix, mode de paiement, livraisons, délais, etc.
- Préparer la révision quinquennale de la RMAAQ

MOBILISATION DES PRODUCTEURS

OBJECTIF

Consolider la confiance des producteurs envers leur Syndicat et leurs administrateurs

RÉSULTAT ATTENDU, MESURABLE

Adhésion et appui des producteurs aux orientations de leur CA

- Informer régulièrement les producteurs de la réalisation d'une étape et d'actions spécifiques de l'UPA
- Clarifier le rôle et la responsabilité de l'AGA, du CA, du président et des permanents
- Renforcer la vie associative autour des priorités d'action du conseil d'administration
- Maintenir à quatre le nombre de publications du Messenger cunicole
- Maintenir la formule bonifiée de l'AGA avec participation de conférencier ou invité spécial
- Faire la mise à jour du plan stratégique

Réalisations majeures pertinentes

- 1) Lors de l'assemblée générale des producteurs - Conférence adaptée sur le matériel, les techniques d'insémination et l'analyse du sperme pour la production cunicole.
- 2) Visite industrielle à l'intention de La Financière agricole du Québec sur la production cunicole.
- 3) Rédaction et présentation au MAPAQ d'un projet pour la réactualisation d'un logiciel adapté à la production cunicole.
- 4) Le Syndicat s'entend finalement avec le dernier acheteur qui n'avait pas signé de convention de mise en marché.

CONCLUSION

Le présent rapport avait pour objectif de démontrer que le SPLQ est toujours en mesure d'administrer le plan conjoint pour la mise en marché des lapins. Il résume la situation de l'industrie cunicole, présente le fonctionnement du Syndicat, décrit les actions que ce dernier a posées pour les cinq années de la période visée, rend compte des modifications apportées à la gestion du plan conjoint en fonction des recommandations de la dernière évaluation périodique et annonce les projets de l'organisation.

Le SPLQ est certain d'être en mesure de continuer l'administration du plan conjoint. Il croit atteindre les objectifs par la mise en marché collective, c'est-à-dire :

- d'organiser collectivement les relations entre les producteurs ou les pêcheurs, ainsi que les rapports avec les acheteurs permettant de défendre les intérêts de l'ensemble des personnes visées par le plan;
- que tous les producteurs visés soient soumis aux règles établies selon l'intérêt collectif;
- d'organiser la production et la mise en marché du produit visé en favorisant une mise en marché efficace et ordonnée.

Les efforts du Syndicat pour améliorer la situation de l'industrie cunicole québécoise sont constants. Malgré qu'il n'ait pas atteint la phase de maturité, l'office de mise en marché a posé de nombreuses actions concrètes au cours des dernières années et peut rendre compte des améliorations notables dans la mise en marché des lapins.

Le Syndicat vous remercie de l'attention que vous portez à ses interventions en lien avec le plan conjoint.

BIBLIOGRAPHIE

SPLQ

- Rapport du SPLQ présenté à la RMAAQ dans le cadre de l'évaluation périodique du plan conjoint des producteurs de lapins du Québec, juin 2010
- Cahier d'assemblée générale annuelle, octobre 2010
- Cahier d'assemblée générale annuelle, octobre 2011
- Cahier d'assemblée générale annuelle, novembre 2012
- Cahier d'assemblée générale annuelle, novembre 2013
- Cahier d'assemblée générale annuelle, novembre 2014
- Plan stratégique 2010-2015

RMAAQ

- Évaluation périodique des interventions du SPLQ dans la mise en marché, octobre 2010.

MAPAQ

- Portrait diagnostique du secteur cunicole, version préliminaire, décembre 2014.