



Table filière des grands gibiers

PLAN STRATÉGIQUE 2002-2005

Table filière des grands gibiers

PLAN STRATÉGIQUE 2002-2005

Septembre 2002

Publication réalisée avec la collaboration de
la Direction de l'innovation scientifique et technologique
et de la Direction des communications du ministère de
l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Crédits photos :

Canada Changmin Nutraceutiques Co., Itée

Ferme Borealis inc.

J-L Bédard inc.

Magazine Grands et Petits Gibiers

MAPAQ : Henri Thériault, Marc Lajoie et Michel Langlois

Conception graphique :

MAPAQ : Jean Jacques Savard

Dépôt légal

Bibliothèque nationale du Québec

ISBN-2-550-40141-7

TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE	5
SURVOL DU SECTEUR DES GRANDS GIBIERS D'ÉLEVAGE AU QUÉBEC	7
STATISTIQUES CONCERNANT LE SECTEUR DES GRANDS GIBIERS D'ÉLEVAGE AU QUÉBEC	9
Cible A	
QUALITÉ DES PRODUITS	11
Objectifs et actions retenus concernant la qualité des produits	12
Cible B	
ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ	13
Objectifs et actions retenus concernant l'organisation de la mise en marché	14
Cible C	
CONQUÊTE DES MARCHÉS	15
Objectifs et actions retenus concernant la conquête des marchés	17
Cible D	
RENTABILITÉ DES ENTREPRISES DU SECTEUR	19
Objectifs et actions retenus concernant la rentabilité des entreprises du secteur	20
Cible E	
COHABITATION HARMONIEUSE DES ACTIVITÉS AGRICOLES ET FAUNIQUES	23
Objectif et actions retenus concernant la cohabitation harmonieuse des activités agricoles et fauniques	24
SYNTHÈSE	25
LISTE DES ORGANISMES AYANT PARTICIPÉ À L'ÉLABORATION DU PLAN STRATÉGIQUE PAR L'INTERMÉDIAIRE DE LEURS REPRÉSENTANTS ET REPRÉSENTANTES	29
LISTE DES OUVRAGES CITÉS OU CONSULTÉS	31

PRÉAMBULE

Au Canada, les changements qui marqueront la consommation à court terme se situeront davantage sur le plan de la qualité des produits et de la composition du panier d'épicerie que sur celui du volume de consommation, et ce, en raison notamment de la faible croissance de la population et de l'évolution de la pyramide des âges. Le premier facteur déterminant les préférences des consommateurs restera le goût des aliments. Pour les gens à plus faible revenu, le facteur prix demeurera vraiment le plus important. L'âge moyen de la population augmentera, la taille des ménages continuera de diminuer, la proportion des ménages à double revenus progressera encore et il y aura une accentuation de la diversité ethnique. Les habitudes alimentaires changeront en conséquence : moins de temps pour cuisiner (demande croissante pour les mets préparés et augmentation des dépenses en restauration), recherche d'une meilleure alimentation (aliments santé, nutraceutiques, innocuité) et besoin accru de se faire plaisir (diversité, essais d'aliments exotiques, restauration).

En alimentation, la tendance lourde est là, annoncée par les spécialistes : on recherchera de plus en plus les aliments fins, exotiques et sains. Dans ce contexte, tout porte à croire que les produits de grands gibiers d'élevage du Québec sont promis à un bel avenir, si les intervenants de ce secteur restent soucieux d'adapter les caractéristiques de leurs produits aux besoins des clientèles et savent gérer les changements qui s'imposent pour connaître le succès.

Les membres de la Table filière des grands gibiers sont déterminés à relever ces défis. En tant qu'organisme de concertation chargé d'améliorer la position de l'ensemble de l'industrie des grands gibiers d'élevage sur les marchés, notre comité a déterminé cinq cibles (avec les objectifs et les actions sous-jacentes) auxquelles le secteur devra porter une attention particulière dans les prochaines années. C'est le fruit de cette réflexion qui vous est livré dans les prochaines pages.

Comme le disait si bien Alexandre Dumas : « Les bonnes résolutions sont comme les anguilles : on les prend aisément. Le diable est de les tenir ».ii La réflexion sur les conditions de développement de la filière des grands gibiers d'élevage étant faite, les membres de la Table filière sont quant à eux bien déterminés à passer à l'action. Et ils vous invitent à vous associer à leurs efforts pour assurer une belle prospérité à l'ensemble des organismes du secteur.

Bonne lecture.

SURVOL DU SECTEUR DES GRANDS GIBIERS D'ÉLEVAGE AU QUÉBEC

Les principales statistiques sur les grands gibiers d'élevage (voir tableau de la page suivante) proviennent soit du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), par le biais de la Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles, soit de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), qui tient un inventaire des élevages de cervidés et de bisons dans le cadre des tests de dépistage de la brucellose et de la tuberculose dans les troupeaux.

Pour ce qui est du MAPAQ, les fiches d'enregistrement sont remplies par les éleveurs, sur une base volontaire, aux trois ans ou à chaque changement de statut de l'exploitation. L'exploitant y déclare le nombre de femelles de son troupeau.

L'ACIA détient des statistiques exactes des troupeaux ayant un statut négatif pour la brucellose et la tuberculose, les éleveurs devant alors tester tous leurs animaux. Pour les troupeaux dont le statut est sous restriction (les animaux ne peuvent y être vendus à d'autres éleveurs), l'inventaire est pris sous déclaration du propriétaire et aucun test n'est fait. L'exactitude des données y dépend donc de la connaissance qu'a l'éleveur de son troupeau.

STATISTIQUES CONCERNANT LE SECTEUR DES GRANDS GIBIERS D'ÉLEVAGE AU QUÉBEC ^{iii iv}

Productions	Nombre de lieux d'élevage		Nombre de têtes	
	MAPAQ 2002	ACIA 2001	MAPAQ 2002 Femelles	ACIA 2001 Têtes
Bison	60	76	1 645	2 777
Cervidés				
• Cerf rouge	87	233	6 876	12 858
• Cerf de Virginie	31	206	858	3 790
• Wapiti	51	88	1 041	1 925
• Autres ¹	37	285	1 419	3 469
Total cervidés	206	812	10 194	22 042
Sanglier	50		881	

Selon la source utilisée (MAPAQ ou ACIA), on constate que les chiffres figurant au tableau ci-dessus diffèrent de façon assez importante. Cela s'explique en partie par le fait que seules les femelles sont considérées dans les statistiques du MAPAQ. Mais il faut savoir également que pour être considéré producteur agricole par le ministère, un exploitant doit déclarer pour plus de 5 000 \$ de revenus provenant de son entreprise. Or, on estime à près de 500 les lieux d'élevage de cervidés inventoriés par l'agence canadienne qui gardent moins de cinq bêtes. Bien qu'on ne puisse le confirmer de façon certaine, pour des raisons de confidentialité des données publiques, une majorité de ces sites ne figurent probablement pas dans la base de données québécoise.

Sur le plan de la mise en marché, le cycle de vie d'un produit ou d'un secteur inclut différentes phases : introduction, croissance, maturité et déclin. Les spécialistes estiment que le secteur des grands gibiers d'élevage en est actuellement au tout début du stade de croissance.

Le troisième colloque sur les grands gibiers, qui a eu lieu en février 2002, avait pour thème « Du gibier... j'en vends ! »^v. Ce slogan illustre bien où l'élevage des grands gibiers et l'industrie qui le dessert en sont rendus. De façon à poursuivre sa croissance, l'industrie doit maintenant s'assurer d'une commercialisation efficace pour combler les marchés établis ou en développer de nouveaux.

¹ Cerf Sika et Daim

Les dix dernières années ont vu quelques organismes de mise en marché se mettre en place, par exemple différentes maisons de transformation. Castonguay et coll. évaluent que les ventes réalisées directement à la ferme ou dans les environs (tables champêtres, boucherie du village, etc.) comptent pour moins d'un tiers des ventes de gibiers, les ventes réalisées à des transformateurs/distributeurs comptant pour plus des deux tiers. La majorité de ces dernières se dirigent vers le marché de l'hôtellerie, de la restauration et des institutions^{vi}.

Concernant la venaison de cerf rouge, l'utilisation de bannières pour identifier et caractériser les produits a permis à plusieurs éleveurs de regrouper leur offre et d'uniformiser le produit offert. Chacun des membres fournit selon son volume d'élevage, ce qui permet de répondre plus facilement à la demande.

Dans les productions de bison et de sanglier, plusieurs éleveurs écoulent encore leurs produits sur les marchés locaux, notamment par la vente à la ferme.

Pour le bois de velours, l'ouverture d'une usine de transformation en sol québécois, à Rivière-au-Renard, permettra aux éleveurs d'ici d'être moins dépendants des transformateurs asiatiques et d'offrir sur le marché un autre produit québécois à valeur ajoutée.

Cible A

QUALITÉ DES PRODUITS

De l'avis de plusieurs distributeurs rencontrés par les auteurs d'une étude sur la viande de gibiers du Québec^{vi}, la demande pour cette viande est actuellement à la hausse, mais les quantités disponibles en produit de qualité sont trop faibles pour y répondre. Ainsi, la qualité de la découpe et la réduction du temps de préparation nécessaire qui y est associée figurent parmi les points les plus importants pour les chefs cuisiniers comme pour les consommateurs des supermarchés. L'absence de standards officiels et universels pour ce type de produits carnés (poids et type d'animaux) crée de grands problèmes aux distributeurs, qui ne peuvent avoir accès aux découpes standards demandées par les restaurateurs et les détaillants. Les auteurs de l'étude croient qu'aussi longtemps que le secteur ne disposera pas d'une loi cadre établissant des normes de qualité précises, des normes d'élevage communes, il lui sera difficile de prendre son envol, y compris sur les marchés internationaux.

Pour les membres de la Table filière des grands gibiers, la qualité de nos produits passera nécessairement par un effort de standardisation des produits en fonction des besoins du marché. Leur salubrité constitue l'autre face de la même pièce.

En effet, les sondages démontrent que la salubrité des aliments est une priorité élevée pour près de 80 % des Canadiens. Parmi les récentes catastrophes liées à la salubrité des aliments et qui ont été très médiatisées, mentionnons la maladie de la vache folle (ESB), ainsi que la contamination aux *E. Coli* 0157 : H7 dans des hamburgers et dans des jus non pasteurisés en Amérique du Nord.^{vii}

Selon le Département de l'agriculture des États-Unis (USDA), les coûts sociaux et économiques des intoxications alimentaires dues à cinq agents pathogènes connus aux États-Unis (*Campylobacter spp.*, *Salmonella*, *E. Coli* 0157 : H7, *E. Coli* non-0157 ECTS et *Listeria monocytogenes*) étaient évalués à sept milliards de dollars américains par année.^{viii}

Les anciens systèmes d'inspection des animaux à l'abattage, fondés sur la vue, l'odorat et le toucher, donnaient des résultats satisfaisants pour ce qui était d'identifier les animaux malades et les produits gâtés. Cependant, ils sont inefficaces face à l'invisible : les bactéries et les résidus chimiques^{ix}. On comprend mieux, dès lors, pourquoi les systèmes HACCP² sont en voie de devenir la référence mondiale du commerce, en définissant les exigences entre fournisseurs et acheteurs relativement à la qualité des produits alimentaires. Considérant que la qualité est essentielle à la protection de la santé publique et constitue un atout majeur dans la commercialisation des

² HACCP : Hazard Analysis and Critical Control Points (en français : ARMPC, soit Analyse des risques et maîtrise des points critiques).

produits québécois sur tous les marchés, les participants à la Conférence sur l'agriculture et l'agroalimentaire québécois^x ont donc convenu de mettre en place des systèmes intégrés (de la ferme à la table) d'assurance de la qualité basée sur les principes d'analyse des risques, tels que ceux de l'HACCP. Les membres de la Table filière des grands gibiers s'associent entièrement à cette initiative et ne veulent pas être en reste de ces grands mouvements de l'agroalimentaire québécois. C'est pourquoi ils se sont donné pour objectif d'offrir aux grossistes et au réseau des HRI³ une garantie de la salubrité de leurs produits. C'est une question de santé publique et de marché.

Objectifs et actions retenus concernant la qualité des produits

Objectif : *Offrir aux grossistes et au réseau des HRI une garantie de la salubrité de nos produits*

1. Introduire le système HACCP à tous les paliers de la chaîne (production/abattage/transformation/distribution).

Objectif : *Optimiser la gestion des viandes de gibiers d'élevage lors de leur transformation et de leur distribution*

2. Effectuer des recherches pour déterminer le type de carcasse donnant le plus d'avantages (*versus* coûts de production, demande du marché, uniformité du produit, etc.).
3. Fixer les standards pour les produits de grands gibiers d'élevage (viande).
4. Élaborer des cahiers des charges pour les producteurs (en fonction des standards déterminés).
5. Développer différents produits congelés pour le marché du détail (afin d'éviter les pertes en magasin).

³ HRI : Hôtellerie-Restaurant-Institutions

Cible B

ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ

La production de grands gibiers est assez récente au Québec. Même si certains élevages existaient déjà dans les années 70, c'est surtout dans la dernière décennie que le cheptel a augmenté considérablement.

Différents marchés s'offrent aujourd'hui aux producteurs de grands gibiers d'élevage : sujets de reproduction, venaison, bois de velours, activités cynégétiques et agrotourisme. Bien qu'ils tentent de tirer profit de l'ensemble des débouchés qui s'offrent à eux, les producteurs privilégient souvent encore le marché des animaux de reproduction. Il est clair que la venaison constitue pour leurs productions le marché de l'avenir. À ce canal de commercialisation s'ajoute, pour certains élevages, le marché des bois de velours.^{xi}

À la faveur du développement de la production, et en encourageant l'expansion, diverses organisations de transformation et de distribution ont vu le jour, ce qui a contribué à structurer la mise en marché des produits de grands gibiers.

Malgré son importance actuelle, la vente d'animaux reproducteurs est appelée à diminuer en importance dans les activités de commercialisation des éleveurs, au profit d'une mise en marché axée sur la vente non plus des animaux eux-mêmes, mais plutôt des produits issus de ceux-ci. De ce fait, les acteurs de la filière québécoise des grands gibiers d'élevage sont de plus en plus soumis à la pression de la concurrence, que celle-ci provienne de compétiteurs de l'extérieur de la province (ex. : Nouvelle-Zélande, États-Unis, Ouest canadien, Ontario) ou d'entreprises agroalimentaires québécoises offrant des produits substitués (ex. : viandes de chasse, biologiques ou de petits gibiers, viandes traditionnelles moins dispendieuses). Le client, qu'il soit consommateur, détaillant ou restaurateur, a le choix des fournisseurs et est de plus en plus exigeant quant à la qualité des produits qu'il achète.

Au-delà des intérêts particuliers des entreprises existent des dossiers d'intérêt commun qui commandent la collaboration, le regroupement des forces, ne serait-ce que pour s'entendre sur des standards minimums quant aux produits offerts, assurer le maintien de leur salubrité tout au long de la chaîne, réunir les fonds suffisants pour effectuer un marketing efficace, atteindre des volumes critiques permettant de répondre à la demande, et ainsi de suite.

L'organisation de la mise en marché doit permettre un accès efficace aux réseaux de distribution. C'est actuellement une préoccupation de tous les acteurs de la table filière, à quelque niveau qu'ils interviennent (production, transformation, distribution), de faire en sorte que la structure de mise en marché permette d'atteindre une efficacité d'ensemble qui assurera la compétitivité du secteur dans les prochaines années et de développer une

image positive des produits de grands gibiers d'élevage dans la population, appuyant de ce fait le développement des marchés. Divers organismes ou initiatives en matière de commercialisation ayant vu le jour dans les dernières années continueront d'être mis à profit pour relever les nouveaux défis. Les membres de la Table filière croient également qu'il est important de rassembler l'information sur le secteur qui permettra de continuer d'intervenir de façon éclairée dans la commercialisation.

Objectifs et actions retenus concernant l'organisation de la mise en marché

Objectif : *Permettre aux intervenants de la production d'intervenir de façon éclairée dans la commercialisation de leurs produits*

1. Recenser pour les éleveurs et leurs associations, les élevages et les ressources techniques disponibles.

Objectif : *Éviter une augmentation des frais fixes des entreprises de transformation*

2. Trouver des moyens d'aider les producteurs tout en gardant les structures de commercialisation.

Cible C

CONQUÊTE DES MARCHÉS

Parallèlement au marché des produits de masse, de consommation courante, on assiste à un véritable éclatement de la demande, le panier d'épicerie contenant un nombre croissant de produits aux caractéristiques bien spécifiques. Cette segmentation est principalement due aux changements démographiques, à la composition des ménages et aux préoccupations croissantes des consommateurs pour des aliments sains, fabriqués selon des procédés respectueux de l'environnement. Par ailleurs, beaucoup s'accordent à l'occasion un moment de plaisir culinaire, à la recherche de nouveauté et d'exotisme, et se tournent vers des produits fins ou de spécialité^{xii}.

Ces perspectives sont certes encourageantes pour le secteur québécois des grands gibiers d'élevage. En réalité, elles ne font que confirmer qu'il y a là des occasions d'affaires... à saisir, un marché... à conquérir. Faut-il le rappeler, nous n'avons du consommateur aucune promesse d'achat, ni engagement de non-concurrence de la part des compétiteurs étrangers.

D'ailleurs, la vente des produits québécois de grands gibiers d'élevage a éprouvé récemment et éprouve encore de nombreuses difficultés qu'il faudra surmonter pour conquérir les marchés. Pensons aux élevages d'émeus, dont le nombre a considérablement diminué ces dernières années dans la province.

La production de sangliers a connu elle aussi des moments difficiles, causés notamment par une concurrence féroce des éleveurs de l'Ouest canadien. Des croisements entre le sanglier et le porc ont également entaché la réputation de cette production, avec comme résultat une diminution importante du nombre d'éleveurs. Aujourd'hui, trop peu nombreux, les éleveurs de sangliers ne suffisent pas à répondre à la demande québécoise^{xiii}.

Quant à l'industrie du bison, elle connaît depuis quelques années des difficultés, autant du côté de la reproduction que de la mise en marché de la viande. Le nombre de mâles prêts à abattre augmentant considérablement chaque année, ainsi que le nombre de femelles âgées de 20 ans et plus qui seront prêtes à abattre d'ici peu (entre 3 000 et 4 000⁴), il est important de développer les marchés^{xiv}. En 1997, les éleveurs de bisons se voyaient offrir de 3,00 \$ à 3,75 \$ la livre à la ferme. Aujourd'hui, 1,80 \$ (carcasse) est le prix payé par le principal grossiste^{xv}.

⁴ Estimé pour l'ensemble du Canada

Malgré que l'utilisation des bois de velours croisse au même rythme que celle des produits nutraceutiques (20 % par année avec un chiffre d'affaires autour de 5 à 10 milliards de dollars aux États-Unis et au Canada), leur marché est loin d'être assuré, la grande fluctuation des prix des bois de velours sur le marché mondial faisant peur aux nouveaux éleveurs de wapitis^{vi}. Et c'est la fermeture du marché coréen des bois de velours qui aura eu l'impact le plus important sur les importations et les exportations de viandes de cerf au Canada^{vi}. La Nouvelle-Zélande ayant de la difficulté à exporter des bois de velours, elle s'est tournée vers le marché de la viande, qu'elle exportait à moindre prix.

On voit que l'offre extérieure peut très vite avoir un impact décisif sur les ventes de produits québécois et mettre en danger les parts de marché des éleveurs d'ici. De nombreux produits substitués offrent également une forte concurrence aux venaisons de grands gibiers d'élevage, auprès du consommateur intéressé par des produits non traditionnels.

Dans ce contexte, la Table filière des grands gibiers estime qu'une meilleure connaissance du marché intérieur est une des clés importantes du développement. En répondant, par la fabrication de produits distinctifs, aux besoins et préoccupations des consommateurs cibles d'ici, nous pourrions mieux rivaliser avec la concurrence, dans la mesure bien sûr où des campagnes de promotion des produits québécois seront également mises en place. Plusieurs ventes de venaison se perdent actuellement : faute d'une information suffisante, le consommateur n'ose pas.

Et il est un autre aspect dont les intervenants du secteur devront tenir compte : de nos jours, les activités agricoles suscitent une méfiance certaine de la part de la population, qui se questionne sur les répercussions environnementales des pratiques adoptées dans certains types d'élevages. On constate ainsi que 84 % des Canadiens considèrent les questions relatives à l'environnement comme étant hautement prioritaires. En effet, ils reconnaissent de plus en plus le rôle de l'environnement au chapitre de la qualité de vie et de la santé humaine. Ils reconnaissent également le lien fondamental qui existe entre la production agricole et l'environnement. Ils sont de plus en plus exigeants envers les agriculteurs et les transformateurs pour ce qui est de l'adoption de méthodes de production respectueuses de l'environnement^{viii}. Les membres de la Table filière des grands gibiers sont bien conscients de cet enjeu et entendent bien positionner les entreprises du secteur des grands gibiers d'élevage comme des intervenants crédibles au regard de la protection de l'environnement et du bien-être des animaux. Cette orientation va d'autant plus de soi que les productions de grands gibiers, apparues récemment dans le paysage agricole québécois, n'ont pas encore subi un processus d'industrialisation très poussé.

Objectifs et actions retenus concernant la conquête des marchés

Objectif : *Cibler les marchés pour les produits de grands gibiers d'élevage*

1. Réaliser un portrait de la consommation de viande de gibier d'élevage au Québec.
2. Positionner les produits de grands gibiers d'élevage et déterminer les appellations souhaitables.
3. Maintenir en priorité le marché des HRI et des boucheries spécialisées.
4. Dans les magasins d'alimentation des grandes chaînes, distribuer les produits en fonction de la localisation des clientèles cibles.
5. Évaluer l'intérêt de développer une niche de produits d'appellation réservée.

Objectif : *Faire connaître nos produits*

6. Développer et réaliser un plan de communication concernant les produits de grands gibiers d'élevage, adapté à l'offre disponible.
7. Maintenir la sensibilisation des écoles spécialisées (restauration/hôtellerie/boucherie) à la façon de cuisiner/apprêter la viande de grands gibiers d'élevage et aux différents standards de nos produits.
8. Renseigner le consommateur sur les qualités nutritionnelles et organoleptiques de la viande de grands gibiers d'élevage.
9. Informer le consommateur sur les façons de cuisiner facilement la viande de grands gibiers d'élevage.

Objectif : *Faire en sorte que nos produits d'élevage soient reconnus comme des produits naturels issus d'une agriculture raisonnée*

10. Valoriser et mettre au point des pratiques naturelles d'élevage.

Cible D

RENTABILITÉ DES ENTREPRISES DU SECTEUR

Au cours des prochaines années, nous disent les analystes économiques, le principal défi auquel devront faire face tous les partenaires du secteur agroalimentaire québécois consistera à mettre en place les conditions favorables à l'amélioration de la compétitivité de l'industrie afin qu'elle soit en mesure d'intensifier sa présence sur les marchés. Ainsi, les entreprises devront déployer des efforts importants en vue d'améliorer leur productivité. Ces efforts pourront se traduire, pour certaines, par une augmentation de leur taille qui devrait leur permettre de profiter d'économies d'échelle, par l'introduction de nouvelles pratiques de gestion ou de production, par l'amélioration de la compétence de la main-d'œuvre et de la qualité de l'équipement utilisé^{xii}.

Longtemps l'apanage de producteurs récréatifs, parfois attirés par les avantages fiscaux de ces entreprises, le secteur des grands gibiers doit maintenant tenter d'attirer et de fournir les moyens d'être rentables à des producteurs voulant devenir des professionnels de ces élevages^{vi}. C'est le difficile passage vers le marché de la viande, où l'efficacité technico-économique doit être une préoccupation constante à tous les niveaux.

Les producteurs n'ont pas à réinventer la roue : une expertise considérable est disponible au Québec ou ailleurs et de nombreux outils ont déjà été adoptés pour les entreprises agricoles québécoises d'autres secteurs d'activité, autant du côté du développement génétique que de la formation et de l'encadrement technique. Cela dit, tenant compte des préoccupations actuelles de la société et de la volonté de notre filière de faire en sorte que nos produits d'élevage soient reconnus comme des produits naturels issus d'une agriculture raisonnée, il faudra malgré tout avancer prudemment et éviter d'adopter en bloc, sans nuance aucune, des façons de produire qui ne conviendraient pas au modèle de production que nous voulons nous donner.

La formation continue touchant les techniques de production, la comptabilité, la commercialisation et les nouvelles technologies de l'information s'avérera des plus pertinentes pour les éleveurs. Une transformation plus poussée des carcasses est également susceptible d'influer favorablement sur la rentabilité des entreprises. En effet, comme les consommateurs achètent encore peu de venaison, les bouchers ne sont pas toujours intéressés à assumer une carcasse entière, les parties arrière se vendant mieux que les parties avant^{xi}. Que faire avec les pièces restantes? Ajoutons à la problématique que le consommateur d'aujourd'hui connaît peu la façon d'apprêter les nouvelles viandes et le temps lui manque pour se documenter à cet effet ou cuisiner des mets raffinés. Il recherche plutôt des façons de se simplifier la vie. C'est ce qui explique d'ailleurs l'intérêt d'un nombre croissant de consommateurs pour des mets préparés, d'où la

stratégie proposée par la Table filière d'augmenter les revenus des entreprises par la valorisation des parties moins demandées et la mise au point de nouveaux produits à valeur ajoutée.

Dans un autre ordre d'idées, on sait que les abattoirs disposés à recevoir des grands gibiers d'élevage ne sont pas légion. Le faible volume généré par les éleveurs et les distributeurs de grands gibiers ne permet pas d'assurer un approvisionnement régulier et stable aux abattoirs, encore moins d'en faire fonctionner un à eux seuls^{vi}. La situation se complique quand on considère la disponibilité d'abattoirs sous inspection fédérale, cruciaux pour les ventes de venaison dans le reste du Canada et à l'extérieur du pays. Vu la grande dispersion des fermes d'élevage de grands gibiers sur le territoire québécois, la mise en place d'un réseau de transport bien organisé et adapté à tous ces élevages s'avère des plus pertinentes.

Il est bien connu également que les entreprises de transformation du secteur agroalimentaire parviennent plus difficilement que d'autres à attirer et à retenir non seulement le personnel spécialisé, mais aussi la main-d'œuvre saisonnière. Dans un contexte où la population active va en diminuant et où les perspectives d'emploi dans d'autres secteurs s'améliorent aussi, cette situation risque de s'aggraver^{xii}. Les entreprises de transformation de gibiers n'échappent pas à cette problématique et les membres de la Table filière pensent qu'une réflexion sur le sujet doit être faite. À l'instar des participants du Forum sur l'agriculture et l'agroalimentaire québécois, ils souhaitent accroître la formation des employés des entreprises de transformation et leur faciliter l'accès à des programmes adaptés de formation et d'acquisition de connaissances.

Objectifs et actions retenus concernant la rentabilité des entreprises du secteur

Objectif : *Assurer un encadrement technico-économique adéquat aux producteurs*

1. Mettre en place un programme technique de formation continue pour les éleveurs.
2. Mettre sur pied un club d'encadrement technique (par espèce ou global).
3. Organiser des ateliers à la ferme pour sensibiliser les professionnels et les futurs professionnels.
4. Développer la structure de l'élevage (pyramide), les standards, les critères et les programmes d'amélioration génétique des grands gibiers d'élevage.

Objectif : *Diminuer les coûts dans les entreprises*

5. Mettre en place un réseau de transport vers les abattoirs, adapté à tous les élevages de grands gibiers.
6. Poursuivre les démarches auprès de l'ACIA pour que les tests de brucellose/tuberculose chez les cervidés puissent être effectués à l'abattoir.
7. Trouver des façons de valoriser le travail des ouvriers en usines de transformation, par exemple au moyen de la formation.

Objectif : *Augmenter les revenus des entreprises*

8. Valoriser les parties moins demandées de la carcasse (transformation, marketing).
9. Mettre au point des produits à valeur ajoutée non disponibles actuellement sur les marchés.

Cible E

COHABITATION HARMONIEUSE DES ACTIVITÉS AGRICOLES ET FAUNIQUES

Au Québec, les activités d'élevage de grands gibiers et le prélèvement cynégétique sont encadrés par le *Règlement sur les animaux en captivité*^{xvii}, découlant de la *Loi sur la conservation et la mise en valeur de la faune (L.R.Q., c. C-61.1)*^{xviii}, qui est sous la responsabilité de la Société de la faune et des parcs du Québec. La législation détermine les espèces touchées et les principales normes d'élevage et de prélèvement, telles que la hauteur des clôtures, la superficie minimale en hectares par enclos, la collaboration avec les agents de la faune et l'interdiction de mélanger les animaux d'élevage avec la faune indigène.

Au printemps 1999, d'importantes modifications apportées à la législation ont permis l'instauration du prélèvement cynégétique pour espèces exotiques, ainsi que l'élevage et la commercialisation du cerf de Virginie. Ainsi, un nouveau permis a été créé cette année-là autorisant, à certaines conditions et dans le cadre d'un projet-pilote de trois ans, l'élevage et le prélèvement sportif du cerf de Virginie, mais seulement dans les exploitations existantes⁵ de plus de 25 cerfs. Le projet se terminant en mars 2002, un rapport est actuellement en élaboration par les répondants de la Société de la faune et des parcs du Québec (FAPAQ) et ceux du MAPAQ, et des recommandations sont attendues sur la pertinence de continuer à autoriser l'élevage en enclos de cerfs de Virginie.

Par ailleurs, depuis que des modifications ont été apportées à la législation, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation délivre les permis de fermes cynégétiques (prélèvement sportif) pour les espèces exotiques et veille à l'application des normes prévues au règlement.

En matière d'agrotourisme et de visites à la ferme, c'est en 2001 que des discussions ont été entreprises entre la Corporation des grands gibiers et la FAPAQ sur les modifications apportées au *Règlement sur les animaux en captivité* touchant les centres d'observation de la faune. Considérant les connaissances et le professionnalisme des propriétaires de grands gibiers d'élevage, seule l'obligation d'un permis pour visite de la ferme a été maintenue, en autant que les autres normes figurant au règlement soient respectées.

Une des préoccupations soulevées par les intervenants de la Table filière est liée aux échappées des animaux. Une telle situation pourrait accidentellement permettre à du gibier d'élevage de coloniser un secteur où habite la faune indigène. Pensons au sanglier, par exemple, qui peut se reproduire dans la

⁵ Rappelons qu'un moratoire est en vigueur depuis 1993 sur la délivrance de nouveaux permis de garde en captivité du cerf de Virginie.

nature. Existe aussi le danger de croisements entre les espèces sauvages et les animaux d'élevage comme le cerf de Virginie gardé en captivité ou le cerf rouge. Depuis que se fait l'élevage de grands gibiers au Québec, peu de problèmes sont survenus et dans la plupart des cas, un suivi rapide a été fait. Il faut malgré tout continuer de sensibiliser les éleveurs aux risques associés aux échappées, les encourager à bien identifier leurs animaux et à avertir la FAPAQ lorsque survient une échappée.

Par ailleurs, l'apparition d'une maladie dans les troupeaux d'élevage pourrait potentiellement contaminer la faune locale et détruire une partie importante de ce cheptel. C'est pourquoi il importe d'être vigilant. Avec un système adéquat d'identification et de traçabilité, nous pourrions retracer rapidement l'origine de la maladie et agir en conséquence.

Objectif et actions retenus concernant la cohabitation harmonieuse des activités agricoles et fauniques

Objectif : *Prévenir des situations problématiques pour la faune indigène*

1. Sensibiliser les éleveurs aux problèmes engendrés par les évasions de gibiers d'élevage, susceptibles de coloniser les milieux naturels.
2. Développer un système adéquat (ex. : traçabilité) pour prévenir et, le cas échéant, traiter les maladies à déclaration obligatoire se manifestant dans les troupeaux de grands gibiers d'élevage du Québec.
3. Faire le bilan du projet-pilote sur l'élevage du cerf de Virginie en enclos.

SYNTHÈSE

Cibles stratégiques	Objectifs retenus	Actions retenues
<p>Cible A : Qualité des produits</p>	<p>Objectif : Offrir aux grossistes et au réseau des HRI une garantie de la salubrité de nos produits</p> <p>Objectif : Optimiser la gestion des viandes de gibiers d'élevage lors de leur transformation et de leur distribution</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduire le système HACCP à tous les paliers de la chaîne (production/abattage/transformation/distribution). 2. Effectuer des recherches pour déterminer le type de carcasse donnant le plus d'avantages (<i>versus</i> coûts de production, demande du marché, uniformité du produit, etc.). 3. Fixer les standards pour les produits de grands gibiers d'élevage (viande). 4. Élaborer des cahiers des charges pour les producteurs (en fonction des standards déterminés). 5. Développer différents produits congelés pour le marché du détail (afin d'éviter les pertes en magasin).
<p>Cible B : Organisation de la mise en marché</p>	<p>Objectif : Permettre aux intervenants de la production d'intervenir de façon éclairée dans la commercialisation de leurs produits</p> <p>Objectif : Éviter une augmentation des frais fixes des entreprises de transformation</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recenser pour les éleveurs et leurs associations, les élevages et les ressources techniques disponibles. 2. Trouver des moyens d'aider les producteurs tout en gardant les structures de commercialisation.

Cibles stratégiques	Objectifs retenus	Actions retenues
<p>Cible D : Rentabilité des entreprises du secteur</p>	<p>Objectif : Assurer un encadrement technico-économique adéquat aux producteurs</p> <p>Objectif : Diminuer les coûts dans les entreprises</p> <p>Objectif : Augmenter les revenus des entreprises</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mettre en place un programme technique de formation continue pour les éleveurs. 2. Mettre sur pied un club d'encadrement technique (par espèce ou global). 3. Organiser des ateliers à la ferme pour sensibiliser les professionnels et les futurs professionnels. 4. Développer la structure de l'élevage (pyramide), les standards, les critères et les programmes d'amélioration génétique des grands gibiers d'élevage. 5. Mettre en place un réseau de transport vers les abattoirs, adapté à tous les élevages de grands gibiers. 6. Poursuivre les démarches auprès de l'ACIA pour que les tests de brucellose/tuberculose chez les cervidés puissent être effectués à l'abattoir. 7. Trouver des façons de valoriser le travail des ouvriers en usines de transformation, par exemple au moyen de la formation. 8. Valoriser les parties moins demandées de la carcasse (transformation, marketing). 9. Mettre au point des produits à valeur ajoutée non disponibles actuellement sur les marchés.

Cibles stratégiques	Objectifs retenus	Actions retenues
<p>Cible E : Cohabitation harmonieuse des activités agricoles et fauniques</p>	<p>Objectif : Prévenir des situations problématiques pour la faune indigène</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibiliser les éleveurs aux problèmes engendrés par les évasions de gibiers d'élevage, susceptibles de coloniser les milieux naturels. 2. Développer un système adéquat (ex. : traçabilité) pour prévenir et, le cas échéant, traiter les maladies à déclaration obligatoire se manifestant dans les troupeaux de grands gibiers d'élevage du Québec. 3. Faire le bilan du projet-pilote sur l'élevage du cerf de Virginie en enclos.

LISTE DES ORGANISMES AYANT PARTICIPÉ À L'ÉLABORATION DU PLAN STRATÉGIQUE PAR L'INTERMÉDIAIRE DE LEURS REPRÉSENTANTS ET REPRÉSENTANTES

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Association des éleveurs de cervidés du Québec

Association des éleveurs de wapitis du Québec

Association des producteurs de sangliers du Québec

Association québécoise des éleveurs de ratites (AQER)

Comité des grands gibiers domestiques du Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ)

Coopérative des producteurs de nouvelles viandes Vivenda

Corporation des grands gibiers du Québec inc.

Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation, Université Laval

La Maison du Gibier inc.

Les Gibiers Canabec inc.

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Provigo inc.

Société de la faune et des parcs du Québec

Union des producteurs agricoles

Union québécoise du bison

LISTE DES OUVRAGES CITÉS OU CONSULTÉS

- i **Kimpton, Hugues.** 2001. Tendances lourdes influant sur l'agroalimentaire. Document de réflexion. GRIP, Direction de la recherche économique et scientifique, MAPAQ, 46 p.
- ii **Dumas, Alexandre, fils.** Citationsdumonde.com.
- iii **Gouvernement du Québec (MAPAQ),** Direction de l'innovation scientifique et technologique. 2002. Statistiques tirées de la base de données sur l'enregistrement des exploitations agricoles.
- iv **Agence canadienne d'inspection des aliments.** 2002. Extraction effectuée en novembre 2001.
- v **Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec.** 2002. Colloque sur les grands gibiers. 16 février 2002, 125 p.
- vi **Castonguay, Robert, Comeau, Christian, Florea, Daniel-Lucian, Laferrière, Élise, Mallick, Georges.** 2002. La viande de gibiers du Québec : de l'émergence à la croissance, vers une stratégie sectorielle. HEC, 86 p.
- vii **Gouvernement du Canada.** 2002. Le Canada en tête. Un cadre pour la politique agricole au XXI^e siècle. Un aperçu.
- viii **Gouvernement du Canada.** 2002. Le Canada en tête. Un cadre pour la politique agricole au XXI^e siècle. Évolution des exigences des consommateurs.
- ix **Fédération canadienne de l'agriculture et Conseil canadien de la gestion d'entreprise agricole.** 2000. Introduction aux pratiques en matière de salubrité des aliments à la ferme, 24 p.
- x **Gouvernement du Québec.** 1998. Engagements des décideurs. Conférence sur l'agriculture et l'agroalimentaire québécois. Le développement économique : un choix de société. Forum sur l'agriculture et l'agroalimentaire québécois tenu les 5 et 6 mars 1998 à Saint-Hyacinthe.
- xi **Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec et Corporation des grands gibiers du Québec.** 2001. Trousse grands gibiers. Démarrage et commercialisation, 106 p.
- xii **Gouvernement du Québec.** 2002. Politique québécoise de la transformation alimentaire. Direction du développement de la transformation alimentaire et des marchés, 72 p.
- xiii **Boutin, J.A.** 2002. Urgent besoin d'éleveurs de sangliers. Dans : Grands et petits gibiers. Volume 6, numéro 2, été 2002, p. 27.
- xiv **Tétreault, Lynda.** 2002. La commercialisation du bison. Colloque sur les grands gibiers. Du gibier... j'en vends ! 16 février 2002. Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec, p. 99-103.
- xv **Fournier, Claude.** 2002. Le secteur des grands gibiers domestiques. Colloque sur les grands gibiers. Du gibier... j'en vends ! 16 février 2002. Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec, p. 13-32.
- xvi **Nguyen Quoc, Binh.** 2002. L'industrie des bois de velours : fluctuation des prix et potentiel du produit. Colloque sur les grands gibiers. Du gibier... j'en vends ! 16 février 2002. Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec, p. 105-109.
- xvii **Gouvernement du Québec.** 2002. Publications. Lois et règlements. <http://publicationsduquebec.gouv.qc.ca/fr/frame/index.html>.

