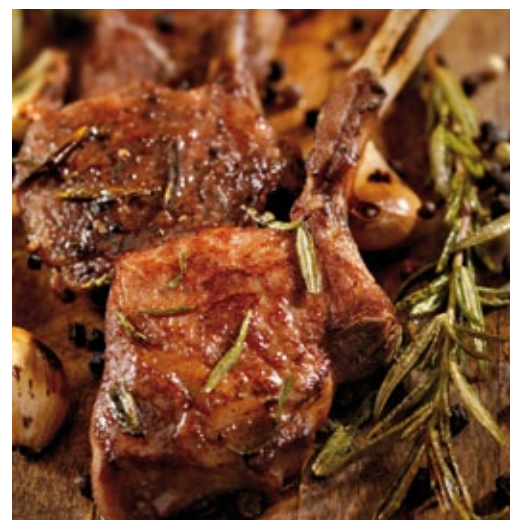




MONOGRAPHIE

DE L'INDUSTRIE
OVINE DU QUÉBEC

UN
QUÉBEC
POUR TOUS

Québec 

MONOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE OVINE DU QUÉBEC

Nous remercions les nombreuses personnes qui ont rendu possible la réalisation de la présente étude. Celle-ci n'aurait pu être menée à terme sans leur précieuse collaboration.

- **Direction du développement des secteurs agroalimentaires**

Geneviève Maher, coordination, recherche et rédaction

Djiby Sall et Olivier Paquet, relecture

- **Direction des études et des perspectives économiques**

Josée Robitaille, recherche et rédaction sur l'évolution de la consommation

Karim Kesri, recherche et rédaction sur les échanges commerciaux internationaux

Ricardo Vargas et Carol Gilbert, recherche et rédaction sur le circuit de commercialisation, l'évolution des parts du marché et les recettes monétaires

- **Direction des politiques et de la planification stratégique**

Pierre Dumoulin, recherche et rédaction sur la structure de la mise en marché

- **Direction des politiques et analyses des risques agricoles**

Michel Lebel, recherche et rédaction sur l'aspect technico-économique de la production, la rentabilité des entreprises et le soutien gouvernemental

- **Direction générale de la transformation alimentaire et des marchés**

Patrick Tirard-Collet, Édith Côté et Robert Bolduc, recherche et rédaction sur la transformation des produits de viande ovine

- **Direction de l'amélioration de la compétitivité et des analyses stratégiques**

Jocelyn Trudel, recherche et rédaction sur la transformation des produits laitiers ovins

- **Direction régionale du Bas-Saint-Laurent**

Stéphanie Landry, relecture

- **Direction du pilotage et de l'optimisation des processus – Secteur géomatique**

Marie-Josée Laforge, cartographie des exploitations ovines québécoises

- **Direction des communications**

Anne-Marie Ouellet et Émilie Tremblay-Potvin, conception de la couverture

- **Bla bla rédaction**

Geneviève Toussaint, révision linguistique

- **Cette publication a été produite par le :**

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

© Gouvernement du Québec

Dépôt légal : 2014

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISBN : 978-2-550-70344-0 (PDF)

TABLE DES MATIÈRES

1. Le circuit de vente des produits ovins	1
1.1. Le circuit de vente	1
1.1.1. <i>La production</i>	1
1.1.2. <i>La mise en marché</i>	1
1.1.3. <i>La transformation</i>	1
1.1.4. <i>Les ventes au détail</i>	1
1.1.5. <i>La demande</i>	1
2. La demande et les marchés	5
2.1. La consommation	5
2.1.1. <i>À l'échelle mondiale</i>	5
2.1.2. <i>À l'échelle canadienne</i>	5
2.1.3. <i>À l'échelle québécoise</i>	6
2.1.4. <i>La consommation de produits laitiers ovins</i>	7
2.1.5. <i>Les habitudes de consommation</i>	7
2.1.6. <i>Les tendances de consommation</i>	8
2.1.7. <i>Les consommateurs</i>	8
2.1.8. <i>Les caractéristiques des produits</i>	9
2.2. Les échanges commerciaux	10
2.2.1. <i>Les exportations mondiales</i>	10
2.2.2. <i>Les exportations canadiennes</i>	11
2.2.3. <i>Les importations mondiales</i>	12
2.2.4. <i>Les importations canadiennes</i>	13
2.3. Les constats	16
3. Le portrait et la dynamique de la production ovine	17
3.1. Le portrait de la production	17
3.1.1. <i>À l'échelle mondiale</i>	17
3.1.2. <i>À l'échelle canadienne</i>	20
3.1.3. <i>À l'échelle québécoise</i>	23
3.2. Les produits spécialisés	26
3.2.1. <i>La certification selon la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants</i> ..	26
3.2.2. <i>Les autres certifications</i>	27

3.3. L'aspect technico-économique de la production	27
3.3.1. <i>La comparaison des performances techniques entre les enquêtes de 2006 et de 2011</i>	27
3.3.2. <i>La comparaison des coûts de production entre les enquêtes de 2006 et de 2011</i>	28
3.3.3. <i>La comparaison des bilans entre les enquêtes de 2006 et de 2011</i>	30
3.3.4. <i>Les résultats par groupe de performance en 2011</i>	30
3.4. La rentabilité des entreprises québécoises et canadiennes	34
3.5. Le soutien gouvernemental.....	35
3.5.1. <i>Le soutien financier</i>	35
3.5.2. <i>La sécurité du revenu</i>	36
3.6. Les constats	39
4. La structure de la mise en marché.....	41
4.1. Le plan conjoint	41
4.1.1. <i>La mise en contexte du cadre légal</i>	41
4.1.2. <i>Le financement</i>	42
4.1.3. <i>Les règlements</i>	42
4.2. La convention de mise en marché collective.....	43
4.3. La proportion d'agneaux mis en marché	45
4.4. Le secteur laitier	45
4.5. Le secteur de la laine.....	46
4.6. Les constats	46
5. La transformation ovine	47
5.1. Les produits de viande ovine	47
5.1.1. <i>Les entreprises de première transformation : les abattoirs</i>	47
5.1.2. <i>La comparaison avec les autres provinces canadiennes</i>	48
5.1.3. <i>Les entreprises de deuxième transformation : la charcuterie</i>	48
5.2. Les produits laitiers ovins.....	49
5.3. Les constats	50
6. La compétitivité du secteur ovin	51
6.1. L'évolution des parts des recettes du marché et de la production ovine.....	51
6.2. La concurrence internationale et interprovinciale en matière de viande ovine.....	55
6.3. Les constats	56
7. La recherche et développement, l'innovation technologique et la concertation	57

7.1. La recherche et l'innovation	57
7.1.1. <i>La chaîne d'innovation du secteur ovin au Québec</i>	57
7.1.2. <i>Les dépenses de recherche et d'innovation au Québec</i>	58
7.1.3. <i>Les acteurs de la chaîne d'innovation au Québec</i>	60
7.1.4. <i>Les enjeux de recherche et d'innovation au Québec</i>	61
7.1.5. <i>Le financement de la recherche et de l'innovation au Québec</i>	61
7.1.6. <i>La Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine au Canada</i>	62
7.1.7. <i>L'avancement des connaissances et le transfert technologique au Québec</i>	63
7.1.8. <i>Les services-conseils</i>	64
7.2. La concertation	64
7.2.1. <i>La Table filière ovine du Québec</i>	64
7.2.2. <i>La Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine</i>	65
7.3. Les constats	65
8. Les défis pour la pérennité du secteur	66
Réduire les coûts de production	66
Améliorer la qualité et l'uniformité des produits	66
Promouvoir les produits ovins par leur différenciation	66
Optimiser la mise en marché et l'approvisionnement	66
9. Bibliographie	67
10. Annexes	69
Annexe I: Méthodologie du circuit de vente des produits ovins	69
Annexe II : Schéma de mise en marché des agneaux au Québec	71

LISTE DES FIGURES

Figure 1	Circuit de vente des produits ovins au Québec en 2011.....	3
Figure 2	Évolution de la consommation de viande ovine par personne au Canada, de 2002 à 2011.....	6
Figure 3	Consommation de fromages fins au Canada, en tonnes, de 2002 à 2011.....	7
Figure 4	Évolution de la population mondiale d'ovins, de 2007 à 2011.....	17
Figure 5	Évolution de la production mondiale de viande ovine, en millions de tonnes, de 2007 à 2011.....	18
Figure 6	Proportion du cheptel mondial et de la production laitière correspondant aux cinq principaux types d'animaux laitiers.....	19
Figure 7	Répartition de la production mondiale de laine, en 2011.....	19
Figure 8	Répartition provinciale du cheptel canadien, en 2012.....	20
Figure 9	Variation du cheptel canadien au 1 ^{er} juillet, de 2007 à 2012.....	20
Figure 10	Proportion de laine produite par les provinces canadiennes, en 2010.....	22
Figure 11	Évolution du prix de la laine au Canada, de 2007 à 2011.....	23
Figure 12	Évolution du cheptel ovin du Québec, de 2007 à 2012.....	23
Figure 13	Répartition des sites d'exploitation de plus de 50 agnelles et brebis par MRC.....	25
Figure 14	Répartition des ovins mis en marché en 2011 selon le type d'agneaux.....	45
Figure 15	Répartition régionale des entreprises de transformation de viande ovine, moyenne 2007-2012.....	47
Figure 16	Évolution des parts des recettes du marché (%) de l'industrie ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011.....	52
Figure 17	Évolution des parts de marché (%) de la production ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011.....	53
Figure 18	Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau lourd au Québec et en Ontario, de 2007 à 2012.....	53
Figure 19	Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau léger au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011.....	54
Figure 20	Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau de lait au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011.....	54
Figure 21	Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) du mouton au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011.....	55
Figure 22	Évolution du prix de vente de l'agneau, des grossistes aux magasins de détail, et du prix d'importation pour le Québec et l'Ontario, de 2007 à 2011.....	56
Figure 23	Chaîne d'innovation dans le secteur ovin au Québec.....	58
Figure 24	Évolution des dépenses de recherche et innovation dans le secteur ovin au Québec de 2001 à 2012.....	59

Figure 25	Dépenses de recherche et innovation selon la discipline, dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012.....	59
Figure 26	Provenance des sommes investies en recherche et innovation dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012	62
Figure 27	Dépenses de recherche et innovation selon la discipline, dans le secteur ovin au Canada, de 2009 à 2014.....	63

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Approvisionnement en viande ovine pour la consommation domestique au Québec, en 2011.....	2
Tableau 2	Répartition de la consommation des principales viandes par continents, en 2011.....	5
Tableau 3	Évolution de la part des importations et de la production de viande ovine dans la consommation canadienne (tonne carcasse), de 2007 à 2011.....	6
Tableau 4	Information nutritionnelle de la viande d'agneau (pour 100 g)	9
Tableau 5	Composition approximative des laits de brebis, de vache, de chèvre et de bufflonne (pour 100 g)	10
Tableau 6	Valeur et volume des exportations de viande ovine des dix principaux pays exportateurs et du Canada, en 2007 et en 2012.....	10
Tableau 7	Répartition des exportations canadiennes de viande ovine, de 2007 à 2012.....	11
Tableau 8	Exportations canadiennes de peaux d'ovins et de laine, en milliers de dollars, de 2007 à 2012	12
Tableau 9	Valeur et volume des importations de viande ovine des 11 principaux pays importateurs, en 2007 et en 2012.....	12
Tableau 10	Prix des importations de viande ovine des principaux pays importateurs, en 2007 et en 2012	13
Tableau 11	Répartition des importations canadiennes de viande ovine, de 2007 à 2012.....	14
Tableau 12	Importations québécoises de viande ovine selon le pays de provenance, en tonnes, de 2007 à 2012.....	14
Tableau 13	Répartition des importations canadiennes d'ovins vivants, en 2007 et en 2012	15
Tableau 14	Importations canadiennes de peaux d'ovins et de laine, en milliers de dollars, de 2007 à 2012	15
Tableau 15	Liste des dix principaux pays producteurs d'ovins, en 2011, et comparaison avec les États-Unis, la France et le Canada	18
Tableau 16	Répartition des entreprises ovines au Canada selon les provinces	21
Tableau 17	Évolution de la production d'agneaux et de moutons au Québec, en Ontario et dans le reste du Canada, de 2007 à 2011 (tonne équivalent poids vif).....	22
Tableau 18	Évolution des critères de spécialisation des entreprises sondées de 2006 à 2011	27
Tableau 19	Performances techniques selon les enquêtes de 2006 et de 2011.....	28
Tableau 20	Coûts de production selon les enquêtes de 2006 et de 2011	29
Tableau 21	Bilans selon les enquêtes de 2006 et de 2011	30
Tableau 22	Comparaison des caractéristiques entre chaque groupe de performance, en 2011 ..	31
Tableau 23	Nature des principaux écarts de revenus entre chaque groupe de performance, en 2011.....	32
Tableau 24	Nature des principaux écarts de charges entre chaque groupe de performance, en 2011.....	33

Tableau 25	Comparaison des bilans des entreprises entre chaque groupe de performance, en 2011.....	34
Tableau 26	Rendement des capitaux propres des entreprises ovines québécoises et canadiennes de 2007 à 2011	35
Tableau 27	Comparaison de la rentabilité de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière (IPF), moyenne 2006-2011.....	35
Tableau 28	Recettes tirées du marché et du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) pour le secteur ovin québécois, de 2007 à 2012	36
Tableau 29	Ventilation du nombre d'entreprises ovines assurées et des volumes assurables par strates de taille, de 2007 à 2012	37
Tableau 30	Évolution des principales caractéristiques du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles pour le secteur ovin de 2007 à 2012	38
Tableau 31	Caractéristiques des produits ovins mis en marché.....	41
Tableau 32	Évolution des contributions au plan conjoint des producteurs d'ovins et des sommes utilisées à des fins syndicales	42
Tableau 33	Nombre d'ovins abattus au Québec suivant le type d'abattoirs.....	48
Tableau 34	Répartition régionale des entreprises de transformation alimentaire du secteur de la charcuterie, toutes espèces confondues.....	49
Tableau 35	Évolution des recettes du marché ¹ (000 \$) de l'industrie ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011	51
Tableau 36	Évolution de la production ovine (tonnes) sur base vivante du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011	52
Tableau 37	Taux de croissance annuel moyen (%), prix moyen (\$/kg vif), différence de prix moyen et répartition moyenne des ventes d'agneaux lourds, légers, de lait et de moutons du Québec et de l'Ontario, de 2007 à 2011	55
Tableau 38	Dépenses de recherche et innovation selon les principaux acteurs de la chaîne d'innovation, dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012.....	60
Tableau 39	Évolution du nombre d'entreprises qui ont utilisé des services-conseils techniques ou de gestion entre 2007 et 2012.....	64

AVANT-PROPOS

Contexte

En vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (LRQ, chap. M-35.1), la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) procède à une évaluation des plans conjoints des agriculteurs. À cet égard, l'article 62 de la Loi énonce :

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

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

Dans ce contexte, la Régie a demandé la collaboration de la Direction du développement des secteurs agroalimentaires du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) en vue de réaliser une analyse évolutive et comparative de l'industrie ovine. Ce type d'analyse est communément appelé « monographie ».

En accord avec la Régie et la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ), cette monographie présente une description et une analyse de divers aspects de l'industrie ovine, dont :

- Le circuit de vente des produits ovins;
- La demande et les marchés;
- La production;
- La mise en marché;
- La transformation;
- La compétitivité du secteur;
- La recherche, le développement, l'innovation technologique et la concertation;
- Les défis pour la pérennité du secteur.

Ce document couvre une période de cinq années, soit de 2007 à 2011 inclusivement, et vise à soutenir la réflexion des différents acteurs du secteur qui seront conviés à participer à l'examen du plan conjoint des producteurs d'ovins. Dans certains cas, lorsqu'on dispose de données, la période couverte est plus longue, ce qui permet de mieux cerner les enjeux.

Finalement, soulignons que les opinions exprimées sont celles des auteurs et qu'elles ne reflètent pas nécessairement celles du Ministère.

1. LE CIRCUIT DE VENTE DES PRODUITS OVINS

Le circuit de vente de la viande ovine présente la répartition des ventes et des achats (en volume et en valeur) des différents maillons de la filière ovine en 2011. Il distingue aussi les importations et les exportations internationales et interprovinciales. Ce circuit est présenté à la figure 1. Les repères alphabétiques contenus dans le texte y font référence¹.

1.1. LE CIRCUIT DE VENTE

1.1.1. La production

En 2011, les éleveurs ovins du Québec ont produit 199 300 agneaux et moutons (A). Pour réaliser cette production, près de 11 000 agneaux et moutons ont été importés des autres provinces canadiennes (B). L'Ontario a fourni 84 % de ces importations. L'offre totale d'agneaux et de moutons est estimée à 197 000 têtes, pour une valeur de 34,7 millions de dollars (F).

1.1.2. La mise en marché

Le Québec a exporté vers l'Ontario 58 000 têtes (G), soit 29 % de l'offre totale d'ovins. L'autre part (141 000 têtes) a été mise en marché au Québec (H, I, J). La majorité de ces têtes (91 %) ont été vendues aux transformateurs (J). Le reste a été soit abattu à forfait et vendu aux détaillants et au réseau HRI (hôtellerie, restauration et institutions) (I), soit vendu vivant directement aux consommateurs (H), ou abattu à la ferme et autoconsommé (E). En 2011, la valeur des ovins mis en marché se répartissait comme suit :

- 70 % Vente aux transformateurs (24,2 millions de dollars) (J);
- 26 % Exportation interprovinciale (8,1 millions de dollars) (G);
- 3 % Vente directe aux détaillants et au réseau HRI (1 million de dollars) (I);
- 2 % Vente d'animaux vivants directement aux consommateurs (0,6 million de dollars) (H).

1.1.3. La transformation

Le secteur de la transformation de la viande ovine est composé principalement d'abattoirs qui s'approvisionnent en presque totalité auprès des producteurs du Québec, pour une valeur de 24,2 millions de dollars (J). En 2011, 99 % des achats d'agneaux et de moutons par les transformateurs ont été destinés à la consommation intérieure (K) et vendus aux détaillants, pour une valeur de 31 millions de dollars. Le reste, qui correspond à 32 tm (L), a été exporté.

1.1.4. Les ventes au détail

Les détaillants et le réseau HRI² ont acheté 43 % de viande ovine des transformateurs (M), 2 % directement des producteurs (I) et 54 % d'importations internationales ou interprovinciales (P), pour un achat total de 59 millions de dollars. On suppose qu'une grande quantité de viande d'agneau d'origine internationale transite par d'autres provinces, probablement l'Ontario³, avant d'être acheminée au Québec, ce qui expliquerait le volume des importations interprovinciales. Les ventes au détail sont évaluées à 106 millions de dollars.

1.1.5. La demande

En 2011, la consommation totale du Québec était estimée à 6 507 tm (R), soit 0,8 kg/habitant (en équivalent poids carcasse). Les consommateurs québécois ont acheté 88 % de la viande ovine dans les boucheries, les épiceries à caractère ethnique, les marchés publics et les restaurants, 10 % dans les supermarchés et épiceries (Q) et 2 % directement du producteur (E, H).

¹ Les procédures d'évaluation du circuit sont précisées en annexe.

² Hôtellerie, restauration et institutions.

³ Voir la section 6, « La compétitivité du secteur ovin ».

On constate que la balance commerciale de la filière ovine, -19,4 millions de dollars, est fortement négative. De ce fait, les importations de viande ovine représentaient 53 % du total de la consommation québécoise. Le tableau 1 résume l'approvisionnement en viande ovine au Québec.

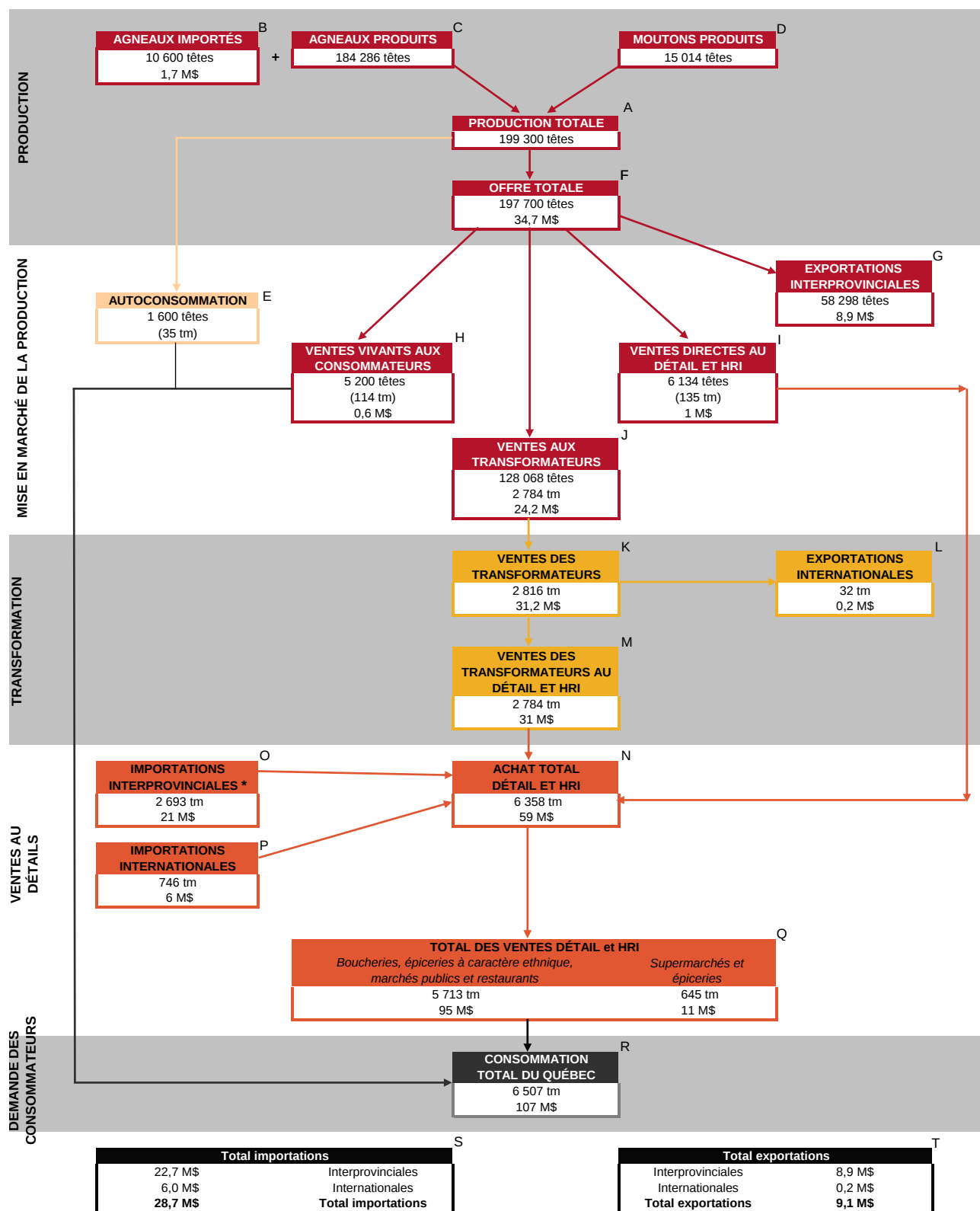
Tableau 1 Approvisionnement en viande ovine pour la consommation domestique au Québec, en 2011

Provenance		Volume (tonnes)	Proportion de la consommation
Québec (47 %)	Ventes aux transformateurs (J)	2 784	42,8 %
	Ventes directes aux détaillants et HRI (I)	135	2,1 %
	Ventes d'ovins vivants directement aux consommateurs (H)	114	1,7 %
	Autoconsommation (E)	35	0,5 %
	<i>Sous-total</i>	3 068	47,1 %
Importation (53 %)	Interprovinciale	2 693	41,4 %
	Internationale	746	11,5 %
	<i>Sous-total</i>	3 439	52,9 %
Total consommation domestique		6 507	100,0 %

Note : Le volume est basé sur un poids de carcasse froide.

Source : Compilation du MAPAQ.

Figure 1 Circuit de vente des produits ovins au Québec en 2011



Légende

- tm Tonnes métriques de carcasse
- La production
- La transformation
- Le réseau du détail et HRI
- La demande
- Les importations et exportations

* Peut inclure les importations internationales des autres provinces canadiennes

2. LA DEMANDE ET LES MARCHÉS

2.1. LA CONSOMMATION

2.1.1. À l'échelle mondiale

La consommation mondiale de viande ovine était de 13,4 millions de tonnes en 2012. Depuis 2007, elle a augmenté de 6 %, soit un rythme semblable à celui de l'augmentation de la population mondiale (6 % de 2007 à 2012). La consommation totale devrait continuer de progresser sous l'effet de la croissance mondiale. Par contre, la consommation par personne montre une stabilité depuis 2007, avec 1,9 kg/personne/an.

Les préférences en matière de produits carnés sont différentes d'un continent à l'autre. La viande ovine fait surtout partie du régime alimentaire des habitants de l'Océanie et de l'Afrique, et est très peu consommée par les Américains (tableau 2). La consommation de viande ovine représentait, en 2011, 4,5 % de la consommation mondiale des principales viandes.

Tableau 2 Répartition de la consommation des principales viandes par continents, en 2011

Type de viande	Asie	Afrique	Amérique centrale	Amérique du Sud	Amérique du Nord	Europe	Océanie	Monde
Bovine	13 %	37 %	25 %	41 %	32 %	21 %	35 %	22,3 %
Ovine	6 %	17 %	1 %	1 %	0,5 %	2 %	13 %	4,5 %
Porcine	50 %	9 %	23 %	14 %	24 %	46 %	20 %	38,2 %
Volaille	31 %	36 %	51 %	44 %	44 %	31 %	33 %	35,0 %

Note : L'arrondissement des données peut faire en sorte que le total n'égale pas 100 %.

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), banque de données statistiques FAOSTAT; compilation du MAPAQ.

La Chine consomme annuellement la plus grande quantité de viande ovine, avec 4,1 millions de tonnes. En revanche, c'est en Nouvelle-Zélande que la consommation annuelle par personne est la plus élevée, avec 13,4 kg.

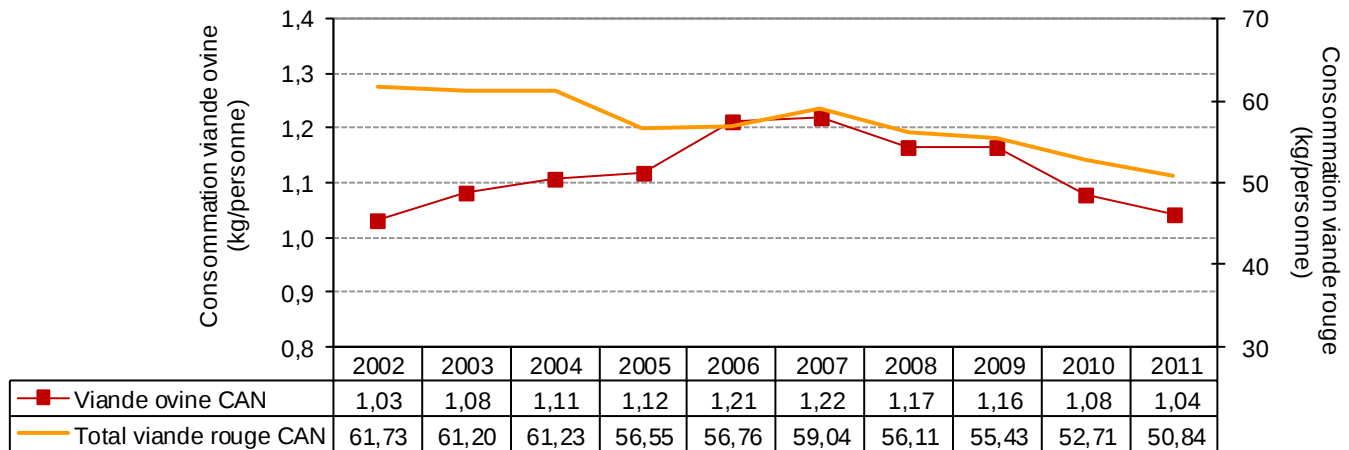
Dans les prochaines années, la croissance de la consommation de viande ovine par personne se manifesterait surtout dans les pays en émergence ainsi que dans les pays les moins développés socioéconomiquement⁴. Cela s'explique en partie par l'amélioration du niveau de vie des populations, puisque la consommation de viande demeure liée à l'augmentation du revenu par habitant et à l'urbanisation de la population. Par contre, dans les pays développés, les perspectives de croissance de la consommation semblent nulles ou négatives. Ces sociétés remplacent de plus en plus la viande rouge dans leur régime alimentaire par d'autres sources de protéines. D'ailleurs, selon les perspectives de croissance, la demande mondiale en matière de produits carnés favorisera particulièrement la volaille.

2.1.2. À l'échelle canadienne

La consommation de viande ovine par personne décline au Canada. En 2011, les Canadiens ont mangé 1,04 kg de viande ovine par personne, soit 0,18 kg de moins qu'en 2007. Il s'agit d'une baisse de 14 % par rapport à 2007, ou 4 %, en moyenne, annuellement. Au cours de la période précédente (de 2002 à 2006), la consommation par personne avait plutôt progressé, mais depuis 2008, elle se contracte (figure 2).

⁴ Nomenclature de la FAO. Désigne les 49 pays les moins développés socio-économiquement de la planète. Cela comprend 34 pays d'Afrique, 9 pays d'Asie, 5 de l'Océanie et Haïti.

Figure 2 Évolution de la consommation de viande ovine par personne au Canada, de 2002 à 2011



Note : La viande rouge comprend la viande ovine, bovine et porcine.

Sources : United States Department of Agriculture (USDA), *Économic Research*, et Statistique Canada; compilation du MAPAQ.

De plus, parmi les principales viandes consommées au Canada, la part relative de la viande ovine diminue au profit du poulet. Globalement, la viande ovine représente 1,2 % de l'ensemble des viandes consommées par les Canadiens. À titre de comparaison, la part relative de la viande de porc atteignait 24,2 % en 2011, celle du bœuf et du veau 33,2 % et celle de la volaille 41,3 %.

La production canadienne répond en partie à la consommation intérieure d'ovins, avec un taux d'autoapprovisionnement⁵ de 43 % en 2011 (tableau 3). Ce taux est en légère baisse depuis 2007. De 2002 à 2006, la production canadienne comblait en moyenne 47 % de la consommation, tandis que ce taux est passé à 42 % pour la période de 2007 à 2011. En conséquence, de 2002 à 2006, les importations canadiennes comblaient en moyenne 53 % de la consommation intérieure comparativement à 58 % pour la période de 2007 à 2011. Le consommateur canadien consomme donc plus de produits d'importation⁶ que pendant la période précédente.

Tableau 3 Évolution de la part des importations et de la production de viande ovine dans la consommation canadienne (tonne carcasse), de 2007 à 2011

	Moyenne 2002-2006	Moyenne 2007-2011	2007	2008	2009	2010	2011	Δ 2007-2011
Part de la production dans la consommation	47 %	42 %	40,5 %	41,4 %	40,6 %	43,1 %	42,7 %	5,2 %
Part des importations dans la consommation	53 %	58 %	59,5 %	58,6 %	59,4 %	56,9 %	57,3 %	-3,8 %

Source : Statistique Canada; compilation du MAPAQ.

2.1.3. À l'échelle québécoise

Le Québec ne dispose pas de statistiques sur la consommation apparente. Pour cette raison, celles-ci proviennent d'estimations et de données des ventes au détail dans les magasins à grande surface⁷. Au Québec, en 2011, le volume total des ventes était évalué à 6 358 tm. Les ventes au détail représentaient 10 % des ventes totales, avec 645 t⁸, et les ventes dans les boucheries, les épiceries à caractère ethnique, les marchés publics et les restaurants en constituaient 90 %. La consommation québécoise de viande ovine

⁵ Le taux d'autoapprovisionnement équivaut à la production divisée par la consommation.

⁶ Source : Statistique Canada, *Disponibilité des aliments*, compilation du MAPAQ.

⁷ Il s'agit du marché combiné incluant les supermarchés, les pharmacies et les magasins à rayons (Walmart et Zellers) du Québec. Cela n'inclut pas les ventes des magasins spécialisés (ex. : boucheries), des dépanneurs, des clubs-entrepôts, ni celles de la distribution parallèle : les marchés publics, les kiosques de producteurs, l'agrotourisme, le commerce électronique et l'agriculture soutenue par la communauté (ASC), notamment les paniers biologiques.

⁸ Mise en garde : selon l'*Étude sur le profil du consommateur d'agneau au Québec*, les boucheries achètent une proportion plus élevée de viande d'agneau que les autres acheteurs. Ce sont les chaînes qui en achètent le moins (SAINE Marketing, 2013).

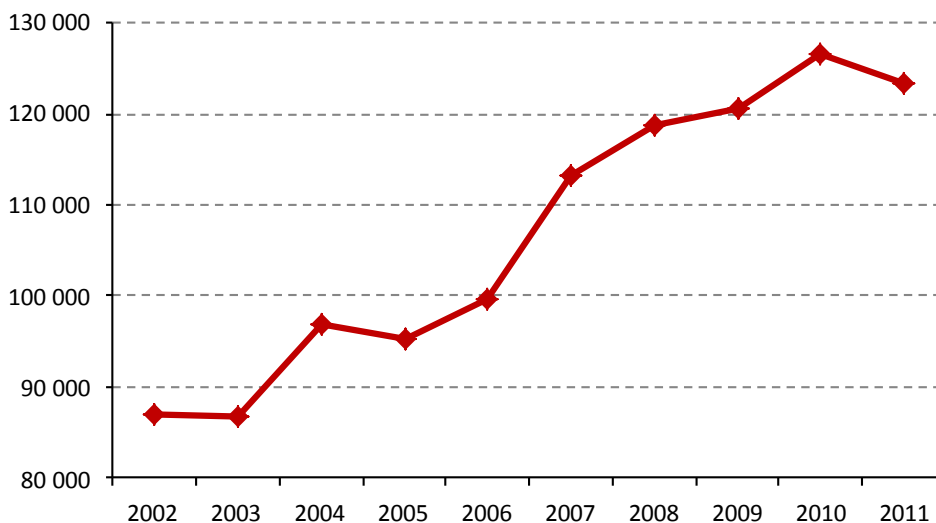
était estimée à 0,8 kg par personne en 2011. Il s'agit d'un niveau inférieur à celui de la consommation canadienne, qui s'élevait à 1,04 kg par personne pour la même année.

2.1.4. La consommation de produits laitiers ovins

L'industrie ovine produit également des aliments issus de la production de lait de brebis, principalement sous forme de fromages. En l'absence de données concernant spécifiquement le fromage de brebis, les fromages fins ont été analysés pour présenter la tendance dans ce secteur.

Au Canada, la consommation de fromages fins (excluant la mozzarella, le cheddar, le fromage fondu, le cottage et le fromage à pizza) montre une croissance plus élevée que celle de l'ensemble des fromages entre 2002 et 2011. En effet, selon nos estimations, la consommation de fromages fins a augmenté de 42 % en 10 ans pour atteindre 123 439 tonnes en 2011. La consommation par personne a, quant à elle, progressé de 29 % pour s'établir à 3,58 kg, soit une croissance annuelle moyenne de 3 %. La figure 3 présente l'évolution marquée de la consommation de fromages fins pour la période précédente de 2002 à 2006 et la période analysée de 2007 à 2011.

Figure 3 Consommation de fromages fins au Canada, en tonnes, de 2002 à 2011



Note : Tonnes en équivalent poids de détail.

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada, *L'industrie laitière canadienne en chiffres*, estimation du MAPAQ.

En 2011, les fromages fins représentaient 30 % de l'ensemble des fromages consommés par les Canadiens, tandis que ce taux était de 25 % en 2006 et de 24 % en 2002. Donc, ces dernières années, les Canadiens ont favorisé les fromages fins au détriment des autres fromages.

Par ailleurs, en 2011, le volume des ventes au détail de fromages fins dans les grands magasins au Québec s'élevait à 13 910 t, soit 3 358 t de plus qu'en 2007. Les fromages fins représentaient 23 % de l'ensemble des fromages vendus comparativement à 20 % en 2007. Donc, au fil des années, les fromages fins gagnent des parts de vente.

2.1.5. Les habitudes de consommation

Le texte qui suit provient en partie de l'*Étude sur le profil du consommateur d'agneau au Québec* réalisée par SAINE Marketing en 2012.

Ne sachant pas toujours comment l'apprêter, les Québécois consomment la viande d'agneau plus souvent au restaurant qu'à la maison.

Sur une base annuelle, on constate une augmentation de la consommation de viande ovine pendant la période des fêtes religieuses (Pâques, Noël, Action de grâce, Hanoukka, etc.). La demande pour ce qui est des différentes pièces de viande diffère en hiver et en été. Celle relative au carré d'agneau est stable tout au long de l'année.

En hiver, la demande favorise :

- L'épaule;
- Le jarret;
- Le gigot.

En été, la demande favorise :

- Les cubes;
- Les côtelettes;
- Les brochettes;
- Les tournedos.

2.1.6. Les tendances de consommation

Au Québec, plusieurs tendances de société influencent l'industrie agroalimentaire. Parmi les plus marquantes, on remarque surtout celles qui touchent la santé. En effet, les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par leur santé et par l'effet de l'alimentation sur celle-ci. Ils exigent maintenant des produits plus sains, qui sont, par exemple, faibles en gras et en sel. Par ailleurs, la population vieillit et le nombre d'immigrants augmente. Les groupes ethniques sont plus diversifiés et les tendances alimentaires se transforment. De plus, les consommateurs recherchent des produits pratiques et rapides à préparer. À ces tendances s'ajoutent les suivantes :

- L'intérêt pour les produits raffinés, polyvalents, de spécialité et de niche;
- L'intérêt pour les aliments biologiques, naturels, sans OGM, sans sel, etc.;
- La popularité grandissante des aliments ethniques et exotiques;
- L'engouement pour une consommation plus raisonnable de la viande rouge (bœuf, porc, agneau, etc.) et une demande croissante de produits de volaille.

De surcroît, le marché canadien de la consommation de viande a atteint une certaine maturité et les perspectives démographiques limitent son développement. Les consommateurs ont diminué leur consommation de viande rouge et il est peu probable que cette tendance s'inverse. Notons que la demande pour ce qui est des viandes en général n'est pas en croissance.

L'originalité, la commodité et la valeur ajoutée des nouveaux produits ovins mis sur le marché détermineront leur popularité au cours des prochaines années.

2.1.7. Les consommateurs

Le texte qui suit provient en partie de *l'Étude sur le profil du consommateur d'agneau au Québec* réalisée par SAINÉ Marketing en 2012.

En ce qui concerne les consommateurs de viande ovine, « [l]a clientèle type est prioritairement ethnique (de religions musulmane et juive et/ou provenant des régions d'Haïti, de l'Europe, notamment les Italiens, les Grecs, les Français et les Espagnols) et secondairement québécoise ». De plus, cette clientèle provient généralement de milieux socioéconomiques plus élevés, compte tenu du prix de la viande. Les consommateurs dont les revenus sont plus faibles achèteront tout de même de la viande d'agneau, mais le choix de la coupe variera et sera moins noble.

Du côté des consommateurs de fromage de brebis, la clientèle type est de toute origine. Toutefois, ce type de fromage fait partie des fromages fins et demeure un produit de spécialité qui attire davantage les consommateurs de milieux socioéconomiques plus élevés, compte tenu du prix.

Les éléments favorisant la consommation :

- La croissance de l'immigration favorise la demande de viande ovine et influence le consommateur québécois à la découvrir.
- La viande d'agneau produite au Québec jouit d'une excellente image, conférée par sa qualité, son goût, sa texture, sa noblesse et sa différenciation.

- Les clients québécois demandent de l'agneau du Québec.

Les éléments limitant la consommation :

- Le prix de l'agneau est plus élevé que celui des principales autres viandes consommées (bœuf, porc, veau, poulet, dindon). De plus, les ventes de viande d'agneau se font la majorité du temps à prix courant. À cela s'ajoute, pour l'agneau du Québec, son prix plus élevé que celui de l'agneau d'importation.
- Le goût plus prononcé de la viande d'agneau déplaît à certains consommateurs.
- Les consommateurs connaissent peu de recettes pour apprêter l'agneau.

On remarque que le goût de la viande est un élément tant favorable que défavorable à la consommation. Certains consommateurs aiment mieux une viande plus douce, alors que d'autres la préfèrent plus goûteuse. Selon la provenance de la viande et la méthode de cuisson, le goût observé par le consommateur peut différer.

2.1.8. Les caractéristiques des produits

Viande ovine

Une analyse⁹ réalisée en 2006 sur la valeur nutritionnelle de l'agneau canadien a révélé que, pour toutes les coupes analysées, l'agneau canadien avait une teneur en protéines plus élevée et une teneur en gras plus faible que celui de la Nouvelle-Zélande et des États-Unis. De plus, la viande d'agneau est moins persillée que les autres principales viandes rouges. Le tableau 4 présente l'information nutritionnelle de la viande d'agneau.

Tableau 4 Information nutritionnelle de la viande d'agneau (pour 100 g)

	Taux	Unité
Énergie	861,00	kJ
Protéines	28,22	g
Lipides totaux	9,52	g
Cholestérol	92,00	mg
Fer	2,05	mg

Source : Fédération des Producteurs d'Agneaux et Moutons du Québec, *Information nutritionnelle*.

Lait de brebis

La teneur moyenne en matières grasses du lait de brebis est plus élevée que celle du lait des principaux animaux laitiers, exception faite du lait de bufflonne (tableau 5). Cependant, les particules de gras du lait de brebis étant plus fines que celles du lait de vache, le lait de brebis est plus facilement digestible. Il constitue ainsi une solution de rechange pour les consommateurs intolérants au lait de vache.

Par ailleurs, le lait de brebis est plus riche en protéines que les autres laits, coagule plus vite et donne un coagulum plus ferme que le lait de vache. De plus, le lait de brebis contient jusqu'à deux fois plus de minéraux tels que le calcium et le phosphore et trois fois plus de vitamine B que les autres laits.

Au Québec¹⁰, le lait de brebis se compose d'environ 5,8 % ($\pm 1,08$ %) de matières grasses et 4,9 % ($\pm 0,54$ %) de protéines. Le tableau suivant compare la composition moyenne¹¹ du lait de brebis aux laits de vache, de chèvre et de bufflonne.

⁹ Analyse réalisée par Maxxam Analytique inc. à la demande de la Fédération canadienne du mouton.

¹⁰ Résultats préliminaires du projet Développement d'un programme de sélection génétique pour la brebis laitière au Québec, réalisé par le Centre d'expertise en production ovine du Québec.

¹¹ Données de la FAO présentées à titre indicatif. Elles ne reflètent pas nécessairement la qualité du lait trouvé au Québec.

Tableau 5 Composition approximative des laits de brebis, de vache, de chèvre et de bufflonne (pour 100 g)

	Brebis		Vache		Chèvre		Bufflonne	
	Moyenne	Écart	Moyenne	Écart	Moyenne	Écart	Moyenne	Écart
Protéines (g)	5,6	5,4 – 6,0	3,3	3,2 – 3,4	3,4	2,9 – 3,8	4,0	2,7 – 4,6
Matières grasses (g)	6,4	5,8 – 7,0	3,3	3,1 – 3,3	3,9	3,3 – 4,5	7,5	5,3 – 9,0
Lactose (g)	5,1	4,5 – 5,4	4,7	4,5 – 5,1	4,4	4,2 – 4,5	4,4	3,2 – 4,9
Urée	0,9	0,9 – 1,0	0,7	Nul	0,8	Nul	0,8	0,7 – 0,8
Énergie (kJ)	420	388 – 451	262	247 – 274	270	243 – 289	412	296 – 495

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Milk and dairy products in human nutrition*.

2.2. LES ÉCHANGES COMMERCIAUX

2.2.1. Les exportations mondiales

En 2012, le volume des exportations de viande ovine représentait environ 6 % de la production mondiale d'ovins. Ce ratio varie relativement peu d'une année à l'autre. La moyenne observée pour la période de 2007 à 2012 est de 6,2 %.

Les principaux pays exportateurs de viande ovine sont la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Leur volume d'exportations représentait 70 % du total des exportations en 2012 (tableau 6).

Contrairement à la période de 2002 à 2006, où il a augmenté de 13 %, le volume d'exportations a diminué de 6,2 % pendant la période de 2007 à 2012. La conjoncture des années 2010 et 2011 des secteurs ovins de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie explique en grande partie cette situation. Effectivement, en 2011, les exportations de viande ovine de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie ont diminué respectivement de 72 et 55 milliers de tonnes par rapport à 2007, soit une baisse de 127 milliers de tonnes pour ces deux pays. Les exportations mondiales de 2011 avaient alors diminué par rapport à 2007, et ce, malgré l'augmentation des exportations de pays tels que le Royaume-Uni (27 %), le Pakistan (8 %), les États-Unis (5 %), les Pays-Bas (4 %) et l'Espagne (4 %). En 2012, la croissance des exportations mondiales de 4 % par rapport à 2011 n'a pas suffi à faire revenir celles-ci au niveau de 2007.

Tableau 6 Valeur et volume des exportations de viande ovine des dix principaux pays exportateurs et du Canada, en 2007 et en 2012

Rang	Pays	2007		2012		Δ 2007-2012	
		Volume (000 tonnes)	Valeur (000 \$)	Volume (000 tonnes)	Valeur (000 \$)	Volume	Valeur
1	Nouvelle-Zélande	419,2	1 861,6	365,9	2 120,0	-13 %	14 %
2	Australie	322,1	1 110,7	323,4	1 557,8	0,4 %	40 %
3	Royaume-Uni	69,6	395,0	94,2	555,1	35 %	41 %
4	Irlande	51,0	259,8	43,5	272,7	-15 %	5 %
5	Espagne	24,2	119,0	30,6	154,5	26 %	30 %
6	Pays-Bas	11,5	87,8	13,6	129,1	18 %	47 %
7	Belgique	22,8	186,6	10,1	100,0	-56 %	-46 %
8	Uruguay	15,6	51,8	14,8	77,9	-5 %	50 %
9	Inde	7,2	28,6	12,0	59,4	67 %	108 %
10	Allemagne	8,0	60,7	6,4	59,3	-20 %	-2 %
44	Canada	0,7	1,7	0,1	0,5	-86 %	-71 %
	Monde	1 035,9	4 525,1	972,0	5 419,4	-6,2 %	20 %

Source : Centre du commerce international, *Statistiques du commerce pour le développement international des entreprises*.

Malgré une diminution du volume d'exportations, la valeur de celles-ci a connu une croissance de 20 % entre 2007 et 2012. Six des neuf plus grands exportateurs d'ovins ont enregistré une croissance de la valeur de leurs exportations largement supérieure à la croissance mondiale. De plus, si la tendance se maintient, au cours des prochaines années, la valeur des exportations australiennes de viande ovine pourrait rattraper celle de la Nouvelle-Zélande, ayant connu une croissance relativement plus faible de 14 %.

Par ailleurs, le Royaume-Uni a connu une croissance aussi forte que celle de l'Australie, soit 41 %, et le Pakistan a vu la valeur de ses exportations de viande ovine presque quadrupler (en 2012, il arrivait au 11^e rang des pays exportateurs). Malgré la croissance de ces pays, près de 70 % de la valeur des exportations mondiales de viande ovine était attribuable, en 2012, à la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Cela permet de présumer que ces grands exportateurs de viande ovine conserveront leur position dominante dans un avenir proche.

2.2.2. Les exportations canadiennes

La valeur des exportations canadiennes de viande ovine est pratiquement nulle, soit 0,5 million de dollars en 2012 (tableau 7). Celles-ci proviennent en grande partie du Québec et de l'Ontario et leurs destinations sont principalement Cuba, la France et les États-Unis. Sur l'ensemble de la période de 2007 à 2012, on observe une diminution importante des exportations canadiennes de viande ovine, tant du point de vue de la quantité que de la valeur (respectivement -34 % et -22 %, en moyenne, annuellement). Cette diminution est surtout observée en 2007-2008 et en 2011-2012.

Tableau 7 Répartition des exportations canadiennes de viande ovine, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TCAM 2007-2012
Valeur (000 \$)							
Québec	686	138	426	765	238	218	-21%
Ontario	759	1 036	901	399	215	111	-32 %
Alberta	110	150	106	157	276	72	-8 %
Reste du Canada	137	117	123	145	137	78	-75 %
Canada	1 692	1 442	1 557	1 466	868	480	-22 %
Volume (tonnes)							
Québec	259	39	93	190	37	41	-31 %
Ontario	334	166	127	54	27	26	-40 %
Alberta	133	139	69	55	157	19	-32 %
Reste du Canada	20	30	19	17	17	10	-50 %
Canada	747	374	308	316	238	96	-34 %
Prix (000 \$ / tonne)							
Québec	2,6	3,5	4,6	4,0	6,4	5,3	15 %
Ontario	2,3	6,2	7,1	7,4	8,0	4,3	14 %
Alberta	0,8	1,1	1,5	2,9	1,8	3,8	36 %
Reste du Canada	6,9	3,9	5,5	3,5	3,1	7,8	11 %
Canada	2,3	3,9	5,1	4,6	3,6	5,0	17 %

TCAM = Taux de croissance annuel moyen.

Source : Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

Animaux vivants

En ce qui a trait aux exportations canadiennes d'ovins vivants, elles sont très faibles et généralement d'une valeur de moins de 335 000 \$ par an. Ces exportations ont comme principale destination les États-Unis.

Peaux et laine

De 2007 à 2012, l'Ontario et, dans une moindre mesure, le Québec ont enregistré la quasi-totalité des exportations canadiennes de peaux d'ovins et de laine.

Sur le plan de la valeur, les exportations de peaux et de laine ont connu une forte augmentation, tant au Québec qu'en Ontario. Dans le cas de la laine, l'augmentation du prix explique cette hausse (tableau 8). Pour ce qui est des destinations, les exportations de laine des provinces canadiennes se dirigent essentiellement vers les États-Unis et, à un degré plus faible, vers la Chine. À l'inverse, les exportations de peaux se dirigent en grande partie vers la Chine et, dans une moindre mesure, vers les États-Unis.

Tableau 8 Exportations canadiennes de peaux d'ovins et de laine, en milliers de dollars, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Δ 2007-2012
Laine	2 451	1 895	2 239	2 429	3 649	3 409	39 %
Peaux	1 848	2 034	1 155	2 400	3 492	2 671	45 %

Source: Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

2.2.3. Les importations mondiales

Les 11 premiers pays importateurs, dont fait partie le Canada, reçoivent 68 % des importations mondiales de viande ovine.

Entre 2007 et 2012, la Chine et les Pays-Bas ont enregistré les plus fortes croissances d'importations de viande ovine, soit respectivement 402 % et 80 % par rapport à une croissance mondiale de 17 %. Dans le cas de la Chine, la forte croissance des revenus par habitant au cours des dernières années constitue la principale explication de la fulgurante augmentation des importations (tableau 9).

Tableau 9 Valeur et volume des importations de viande ovine des 11 principaux pays importateurs, en 2007 et en 2012

Pays	2007		2012		Δ 2007-2012	
	Volume (tonnes)	Valeur (000 \$)	Volume (tonnes)	Valeur (000 \$)	Volume	Valeur
France	127 768	732 967	105 717	676 357	-17 %	-8 %
Royaume-Uni	114 069	597 700	85 313	580 326	-25 %	-3 %
États-Unis	83 660	511 111	62 734	574 057	-25 %	12 %
Chine	46 126	83 628	123 688	420 145	168 %	402 %
Allemagne	39 063	319 961	30 197	325 571	-23 %	2 %
Belgique	37 084	315 799	21 615	217 323	-42 %	-31 %
Arabie saoudite	58 478	180 769	47 462	197 841	-19 %	9 %
Émirats arabes unis	42 228	158 968	35 207	175 693	-17 %	11 %
Pays-Bas	10 460	90 422	18 447	162 829	76 %	80 %
Italie	26 632	162 646	22 589	159 263	-15 %	-2 %
Canada	22 072	114 549	15 216	127 779	-31 %	12 %
Monde	988 724	4 564 546	888 530	5 337 616	-10 %	17 %

Source : Centre du commerce international, *Statistiques du commerce pour le développement international des entreprises*.

En fait de prix à l'importation, on observe des différences assez importantes entre certains pays (tableau 10). En effet, l'Allemagne, la Belgique, les États-Unis, les Pays-Bas et le Canada importent une viande ovine plus chère que la Chine, l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis. Les prix des importations de viande ovine de la France, du Royaume-Uni et de l'Italie se situent plus près du prix moyen d'importation mondial, qui est inférieur aux prix d'importations de la plupart des principaux pays importateurs.

Tableau 10 Prix des importations de viande ovine des principaux pays importateurs, en 2007 et en 2012

Pays	2007	2012	Δ 2007-2012
	Prix (000 \$ / tonne)	Prix (000 \$ / tonne)	
France	5,7	6,4	12 %
Royaume-Uni	5,2	6,8	31 %
États-Unis	6,1	9,2	51 %
Chine	1,8	3,4	89 %
Allemagne	8,2	10,8	32 %
Belgique	8,5	10,1	19 %
Arabie saoudite	3,1	4,2	35 %
Émirats arabes unis	3,8	5,0	32 %
Pays-Bas	8,6	8,8	2 %
Italie	6,1	7,1	16 %
Canada	5,2	8,4	62 %
Monde	4,6	6,0	30 %

Note : Les prix à l'importation ne peuvent être directement comparés à ceux des exportations, puisque les données ne sont généralement pas rapportées sur la même base (coûts, assurances, fret pour les importations contre franco à bord pour les exportations).

Source : Centre du commerce international, *Statistiques du commerce pour le développement international des entreprises*.

2.2.4. Les importations canadiennes

Les importations canadiennes de viande ovine proviennent à plus de 98 % de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie¹².

De 2007 à 2012, le volume d'importations a diminué de 31 %, passant de 22 milliers de tonnes à 15 milliers de tonnes (tableau 11). Cette diminution des importations peut s'expliquer notamment par la baisse de la consommation canadienne. En 2012, l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec ont importé respectivement 54 %, 39 % et 7 % du volume d'importations, ce qui est semblable aux années précédentes.

Contrairement au volume d'importations, la valeur de celles-ci a augmenté de 11 % (ce qui correspond à peu de chose près à l'inflation). Conséquemment, le prix à l'importation a augmenté de 38 %.

¹² Le Canada importe aussi de la viande des États-Unis, du Royaume-Uni, de l'Islande et de l'Uruguay, mais les parts sont négligeables, exception faite des États-Unis (1,4 % en 2012).

Tableau 11 Répartition des importations canadiennes de viande ovine, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Δ 2007-2011	Δ 2007-2012
Valeur (000 \$)								
Ontario	60 669	63 582	73 422	56 347	84 617	62 803	39 %	4 %
Colombie-Britannique	48 332	45 265	49 060	51 551	64 846	57 003	34 %	18 %
Québec	5 359	5 122	8 507	6 264	5 930	7 924	11 %	48 %
Reste du Canada	312	488	146	111	1	4	-	-
Canada	114 673	114 458	131 136	114 272	155 393	127 734	36 %	11 %
Volume (tonnes)								
Ontario	14 100	13 150	13 488	11 888	11 284	8 222	-20 %	-42 %
Colombie-Britannique	6 731	6 151	5 974	5 836	6 242	5 939	-7 %	-12 %
Québec	1 220	1 124	1 524	1 259	835	1 054	-32 %	-14 %
Reste du Canada	23	48	21	9	0	0	-	-
Canada	22 074	20 474	21 007	18 992	18 361	15 216	-17 %	-31 %
Prix (000 \$ / tonne)								
Ontario	4,3	4,8	5,4	4,7	7,5	7,6	74 %	77 %
Colombie-Britannique	7,2	7,4	8,2	8,8	10,4	9,6	44 %	33 %
Québec	4,4	4,6	5,6	5,0	7,1	7,5	61 %	70 %
Reste du Canada	13,6	10,2	7,0	12,3	-	-	-	-
Canada	5,2	5,6	6,2	6,0	8,5	8,4	63 %	62 %

Source: Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

À l'échelle québécoise, le circuit de commercialisation de 2011 montre que l'importation internationale a représenté 11,5 % du total de la consommation interne, alors que l'importation interprovinciale a constitué 41,4 % de cette consommation. On présume que les provinces qui fournissent le Québec, particulièrement l'Ontario, exportent un pourcentage de leurs importations internationales vers le marché du Québec.

De 2007 à 2012, 96 % de la viande ovine importée au Québec était congelée et 75 % de cette viande était de l'agneau. De plus, la grande majorité des importations consistent en pièces d'agneau. Les carcasses d'agneau ne représentent qu'une faible proportion des importations. Les importations de viande ovine au Québec proviennent en quasi-totalité de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie, avec respectivement 58,8 % et 40,0 % des importations (tableau 12).

Tableau 12 Importations québécoises de viande ovine selon le pays de provenance, en tonnes, de 2007 à 2012

Pays	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Proportion en 2012	Δ 2007-2012
Nouvelle-Zélande	804	669	572	632	362	619	58,8 %	-23 %
Australie	416	455	952	626	469	422	40,0 %	0 %
Reste du monde (Royaume-Uni, États-Unis)	0	0	0	1	4	13	1,2 %	100 %
Total	1 220	1 124	1 524	1 259	835	1 054	100,0 %	-14 %

Source: Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

Animaux vivants

Les importations canadiennes d'animaux vivants proviennent en totalité des États-Unis et les animaux reproducteurs de race pure représentent moins de 1 % de ces importations. En 2012, l'Alberta et la Saskatchewan étaient responsables d'environ 90 % des importations, tant sur le plan de la valeur que de la quantité (tableau 13).

Les fortes augmentations du prix à l'importation en 2009 (11,3 %) et en 2011 (10,2 %) sont allées de pair avec une diminution des quantités importées; à l'inverse, en 2012, la forte diminution du prix (-27,4 %) s'est accompagnée d'une hausse marquée de la quantité importée.

Tableau 13 Répartition des importations canadiennes d'ovins vivants, en 2007 et en 2012

	2007		2012		Δ 2007-2012	
	Volume (nombre)	Valeur (000 \$)	Volume (nombre)	Valeur (000 \$)	Volume	Valeur
Alberta	20 669	2 727	22 912	2 403	10,8 %	-11,9 %
Saskatchewan	34	4	7 637	1 012	205,5 %	2 876,5 %
Ontario	2 160	250	1 313	221	-39,2 %	-89,7 %
Colombie-Britannique	3 263	378	762	89	-76,6 %	76,5 %
Québec	3	0	133	25	97,8 %	-
Reste du Canada	-	-	380	55	-	-
Canada	26 129	3 359	33 137	3 805	26,8 %	13,3 %

Source: Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

Peaux et laine

De 2007 à 2012, la quasi-totalité des importations canadiennes de peaux d'ovins et de laine a été enregistrée par l'Ontario et, dans une moindre mesure, le Québec.

La valeur des importations canadiennes de laine a connu, entre 2007 et 2012, une augmentation de 103 % causée en grande partie par l'augmentation du prix à l'importation (tableau 14). D'ailleurs, la valeur des importations de laine enregistrées au Québec a augmenté de 26 % entre 2007 et 2012. Les importations de laine du Québec proviennent essentiellement de la Nouvelle-Zélande et de la Chine, alors que dans le cas de l'Ontario, il s'agit du Royaume-Uni et de la Chine.

En ce qui a trait aux importations de peaux, leur valeur a chuté d'environ 57 %, tant au Québec que dans l'ensemble du Canada.

Tableau 14 Importations canadiennes de peaux d'ovins et de laine, en milliers de dollars, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Δ 2007-2012
Laine	8 087	10 172	9 926	9 799	13 243	16 434	103 %
Peaux	13 223	10 483	4 667	5 704	3 884	5 629	-57 %

Source: Global Trade Atlas, *Exportations et importations internationales*.

2.3. LES CONSTATS

- À l'échelle mondiale, la consommation de viande ovine par personne a eu tendance à rester stable pendant les cinq dernières années, alors qu'elle avait connu une croissance auparavant.
- Les tendances montrent que la consommation de viande en général est à la baisse, et ce, particulièrement dans le cas des viandes rouges, dont fait partie l'agneau.
- À l'international comme au Canada, les ventes de volaille augmentent au détriment des autres viandes rouges, dont l'agneau.
- La consommation de viande ovine par personne affiche un recul au Canada.
- Dans l'ensemble, les produits ovins figurent rarement au menu de tous les jours. L'achat de viande ovine par les consommateurs reste marginal comparativement aux autres viandes.
- La viande ovine québécoise jouit d'une excellente image (qualité, goût, etc.). Par contre, elle est relativement chère et n'est pas toujours offerte en quantité suffisante.
- Tant au Québec qu'au Canada, la popularité des fromages fins est en croissance.
- La Nouvelle-Zélande et l'Australie sont responsables de 98 % des importations canadiennes et de 98,8 % des importations québécoises.
- Les prix à l'exportation de viande ovine ont connu une forte croissance entre 2007 et 2012.
- Le volume des importations canadiennes de viande ovine est en baisse, notamment à cause de la diminution de la consommation de cette viande.
- Malgré la diminution des importations canadiennes de viande ovine, la part des importations dans la consommation canadienne est plus élevée pour la période de 2007 à 2011 que pour la période de 2002 à 2006.

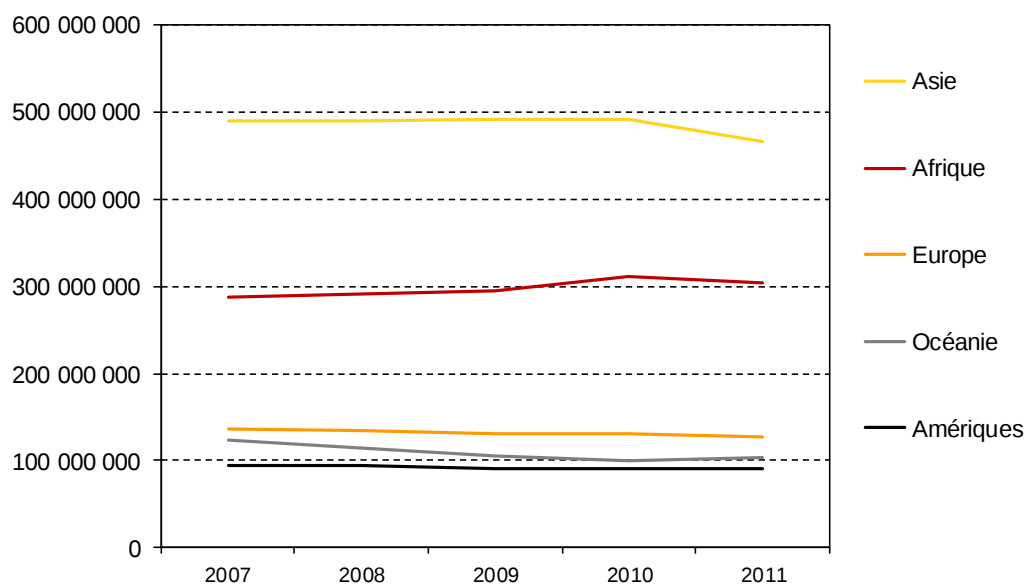
3. LE PORTRAIT ET LA DYNAMIQUE DE LA PRODUCTION OVINE

3.1. LE PORTRAIT DE LA PRODUCTION

3.1.1. À l'échelle mondiale

Le cheptel mondial d'ovins fluctue habituellement entre 1,0 et 1,1 milliard de têtes, soit une proportion d'environ un mouton pour six habitants. Un nombre record de 1,2 milliard d'ovins a toutefois été recensé en 1990. C'est l'Asie qui compte le plus d'ovins. En effet, on y trouve 43 % du cheptel mondial, avec 466 millions de têtes. La figure 4 présente l'évolution du cheptel mondial d'ovins par continents, de 2007 à 2011.

Figure 4 Évolution de la population mondiale d'ovins, de 2007 à 2011



Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Banque de données statistiques*, FAOSTAT.

La Chine est le plus grand producteur d'ovins au monde. Elle possède 30 % du cheptel de l'Asie, avec 140 millions de têtes. Le tableau 15 présente la liste des dix principaux pays producteurs d'ovins en 2011. Le Canada arrive au 82^e rang, avec 879 000 têtes (au 1^{er} janvier 2011).

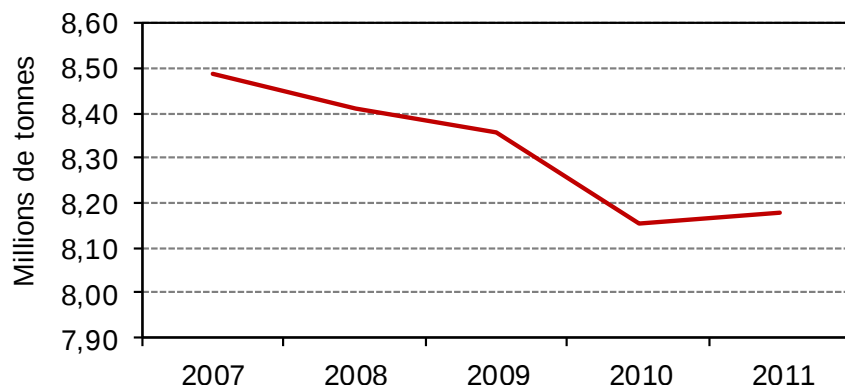
Tableau 15 Liste des dix principaux pays producteurs d'ovins, en 2011, et comparaison avec les États-Unis, la France et le Canada

Ordre	Pays	Cheptel ovin
1	Chine	138 840 219
2	Inde	74 500 000
3	Australie	73 098 761
4	Iran	49 000 000
5	Soudan	39 296 000
6	Niger	38 000 000
7	Royaume-Uni	31 634 000
8	Nouvelle-Zélande	31 132 329
9	Pakistan	28 086 000
10	Éthiopie	25 509 004
49	États-Unis	5 480 000
41	France	7 618 034
82	Canada	879 300

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Banque de données statistiques* FAOSTAT.

En 2011, la production mondiale de viande ovine était estimée à 8,1 millions de tonnes. On notait, par contre, une diminution de 3,6 % de cette production depuis 2007. Les conditions climatiques difficiles (sécheresses) de certains des principaux pays producteurs pourraient être la cause de cette diminution. La figure 5 présente l'évolution de la production mondiale de viande ovine depuis 2007. Notons que celle-ci avait augmenté de 6 % entre 2002 et 2006 et que les niveaux de production de 2011 sont encore supérieurs à ceux de 2002.

Figure 5 Évolution de la production mondiale de viande ovine, en millions de tonnes, de 2007 à 2011



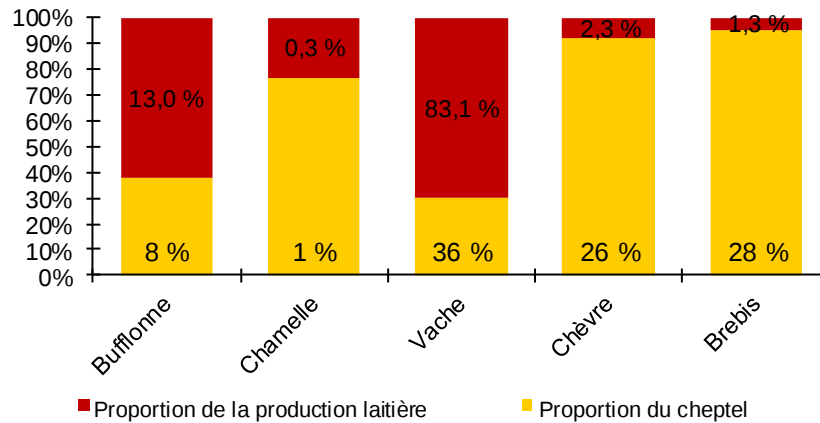
Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Banque de données statistiques*, FAOSTAT.

Secteur laitier

Le cheptel mondial de brebis laitières est resté relativement stable depuis 2007. Selon la FAO, il se chiffrait à 200 millions de têtes en 2011, ce qui représentait 18 % du cheptel ovin mondial. Comme pour le secteur des ovins de boucherie, c'est en Asie que l'on trouve le plus de brebis laitières, avec 103 millions de têtes. Quant à eux, les pays d'Amérique détiennent 1 million de brebis laitières, soit 0,7 % du cheptel mondial d'ovins laitiers.

De plus, les brebis laitières représentent 28 % du cheptel mondial des principaux animaux laitiers utilisés en agriculture (bufflonne, chamelle, vache, chèvre, brebis) et 1 % du volume de lait produit. La figure 6 met en relation la proportion du cheptel mondial et de la production laitière correspondant aux cinq principaux types d'animaux laitiers.

Figure 6 Proportion du cheptel mondial et de la production laitière correspondant aux cinq principaux types d'animaux laitiers

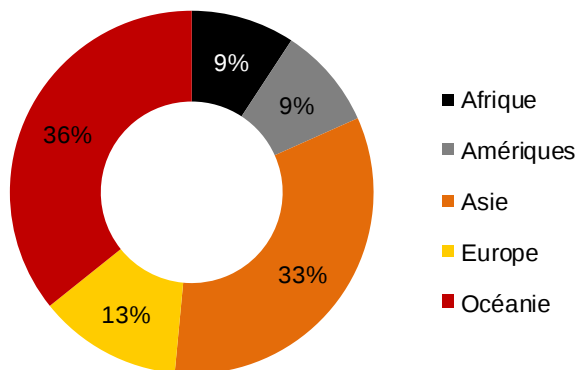


Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Banque de données statistiques FAOSTAT*.

Secteur de la laine

La production mondiale de laine, évaluée à 2 millions de tonnes en 2011, est en diminution de 7 % depuis 2007. En effet, cette fibre est concurrencée par de nombreuses autres matières textiles, dont les fibres synthétiques. De plus, la crise économique des dernières années a influencé à la baisse la demande de produits de laine. La figure 7 présente la répartition de la production mondiale de laine en 2011.

Figure 7 Répartition de la production mondiale de laine, en 2011



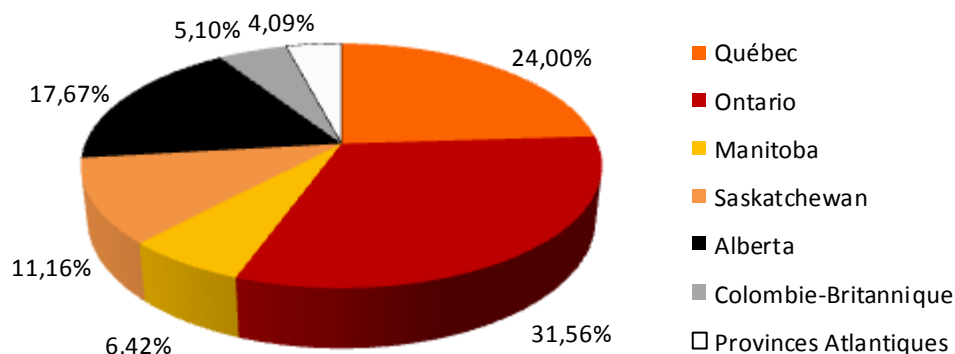
Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), *Banque de données statistiques, FAOSTAT*.

3.1.2. À l'échelle canadienne

Cheptel

Au 1^{er} juillet 2012, 1,138 million d'ovins ont été recensés au Canada. De ce nombre, 50 % étaient des brebis, 38 % des agneaux de marché, 10 % des agnelles de remplacement et 2 % des béliers reproducteurs. L'Ontario détenait 32 % du cheptel ovin canadien et le Québec 24 % (figure 8).

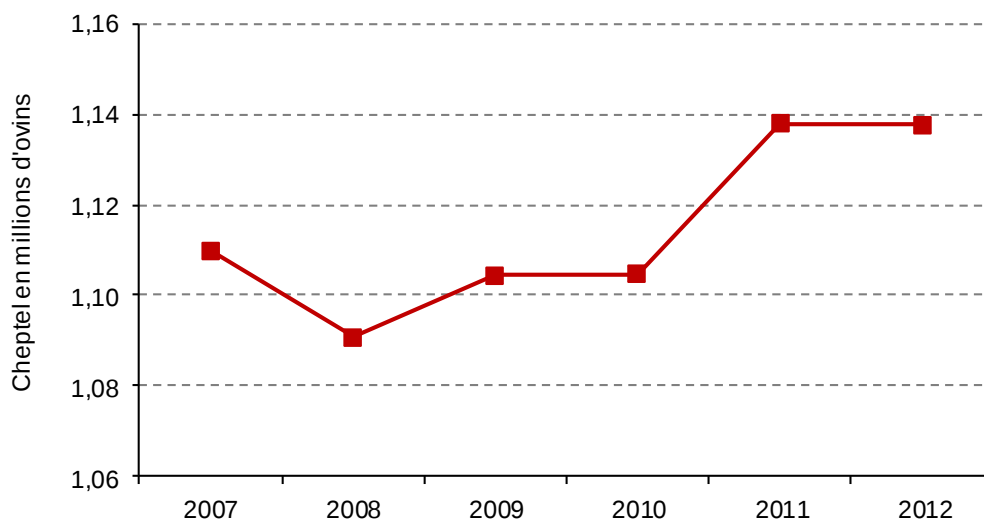
Figure 8 Répartition provinciale du cheptel canadien, en 2012



Source : Statistique Canada, Tableau 003-0031 – Moutons et agneaux, nombre dans les fermes, annuel (tête), CANSIM.

Entre 2007 et 2012, le cheptel canadien a augmenté de 2 %. Le nombre croissant d'agneaux de marché et de brebis était la principale cause de cette augmentation. L'évolution du cheptel ovin canadien est présentée dans la figure 9.

Figure 9 Variation du cheptel canadien au 1^{er} juillet, de 2007 à 2012



Source : Statistique Canada, Tableau 003-0031 – Moutons et agneaux, nombre dans les fermes, annuel (tête), CANSIM

L'augmentation du cheptel canadien entre 2007 et 2012 s'observe principalement en Ontario (13 %). Les cheptels du Manitoba, de la Saskatchewan et de l'Alberta sont restés relativement stables, alors que le cheptel québécois a diminué (-8 %). Ceux des provinces maritimes et de la Colombie-Britannique étant relativement faibles, leur variation entre 2007 et 2012 a eu peu d'effet sur le cheptel canadien.

Bien que l'on observe une légère augmentation du cheptel ovin canadien entre 2007 et 2012, notons que le nombre de bêtes de celui-ci est encore plus faible que pendant la période de 2002 à 2006. En effet, pendant cette période, le cheptel a diminué de près de 10 %. Le nombre décroissant d'agneaux de marché était la principale cause de cette diminution, particulièrement observée dans les provinces de l'Ouest canadien et de l'Ontario, alors que le cheptel québécois avait augmenté de 9 %.

Entreprises

Selon le dernier recensement agricole (2011), le Canada comptait 10 111 entreprises ovines. Ce nombre a diminué de 8,3 % entre les deux derniers recensements agricoles (2006 et 2011), une diminution principalement observée en Alberta, en Saskatchewan, au Québec et au Manitoba. Par ailleurs, c'est en Ontario que l'on trouve le plus d'entreprises ovines. Le tableau 16 présente la répartition de ces entreprises au Canada et la variation de leur nombre entre les deux derniers recensements agricoles.

Tableau 16 Répartition des entreprises ovines au Canada selon les provinces

	Nombre de fermes déclarant des ovins		
	2011	Proportion canadienne	Δ 2006-2011
Provinces maritimes	549	5,5 %	-0,4 %
Québec	1 166	11,5 %	-12,8 %
Ontario	3 569	35,3 %	4,7 %
Manitoba	521	5,2 %	-19,1 %
Saskatchewan	972	9,6 %	-22,7 %
Alberta	1 747	17,3 %	-20,0 %
Colombie-Britannique	1 587	15,7 %	-4,0 %
Canada	10 111	100 %	-8,3 %

Source : Statistique Canada, recensement agricole 2006-2011, *Données sur les exploitations et les exploitants agricoles*.

C'est au Québec que le cheptel moyen par entreprise est le plus élevé, avec 234 ovins. L'Ontario arrive deuxième avec, en moyenne, 116 têtes par entreprise.

Production

La production canadienne d'ovins a diminué, en moyenne, de 0,98 % par année de 2007 à 2012, passant de 44 021 tonnes à 40 713 tonnes. Cette diminution s'observe principalement dans les provinces de l'Ouest canadien (-6,4 % par année), alors qu'en Ontario, la production d'agneaux a augmenté, en moyenne, de 2,6 % par année. Au Québec, la production est demeurée relativement stable (-0,3 %). Le tableau 17 présente l'évolution de la production canadienne.

Tableau 17 Évolution de la production d'agneaux et de moutons au Québec, en Ontario et dans le reste du Canada, de 2007 à 2011 (tonne équivalent poids vif)

		2007	2008	2009	2010	2011	TCAM 2007-2011
Qc	M	731	686	763	577	841	3,6 %
	A	8 500	9 340	8 929	8 894	8 272	-0,7 %
	T	9 231	10 026	9 692	9 471	9 113	-0,3 %
Ont.	M	2 553	2 676	3 581	3 214	2 876	3,0 %
	A	11 589	12 913	12 792	12 394	12 852	2,6 %
	T	14 142	15 589	16 373	15 608	15 728	2,7 %
RdC	M	1 400	1 402	1 353	1 303	1 518	2,0 %
	A	19 248	16 195	15 991	15 596	14 354	-7,1 %
	T	20 648	17 597	17 344	16 899	15 872	-6,4 %
Canada	M	4 684	4 764	5 697	5 094	5 235	2,2 %
	A	39 337	38 448	37 712	36 884	35 478	-2,6 %
	T	44 021	43 212	43 409	41 978	40 713	-2,0 %

Qc = Québec Ont. = Ontario RdC = Reste du Canada M = Moutons A = Agneaux T = Total

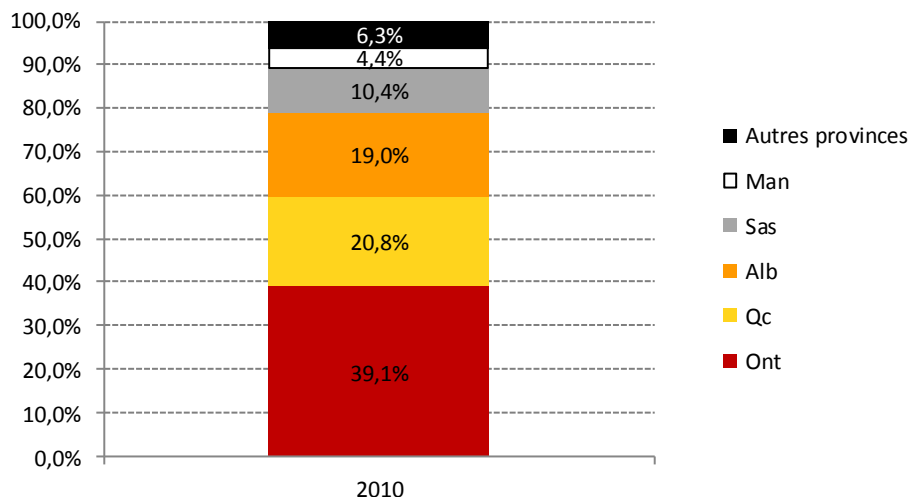
TCAM = Taux de croissance annuel moyen.

Sources : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec (ISQ); compilation du MAPAQ.

Secteur de la laine

La vente de laine au Canada est en diminution depuis les 20 dernières années. On observe une baisse plus marquée de 2004 à 2008, mais la production tend à augmenter depuis. En 2010, la production de laine a été évaluée à 1 236 tonnes. À titre indicatif, une production record de 7 000 tonnes a été enregistrée en 1945. La figure 10 présente la proportion de laine produite par les provinces canadiennes en 2010.

Figure 10 Proportion de laine produite par les provinces canadiennes, en 2010



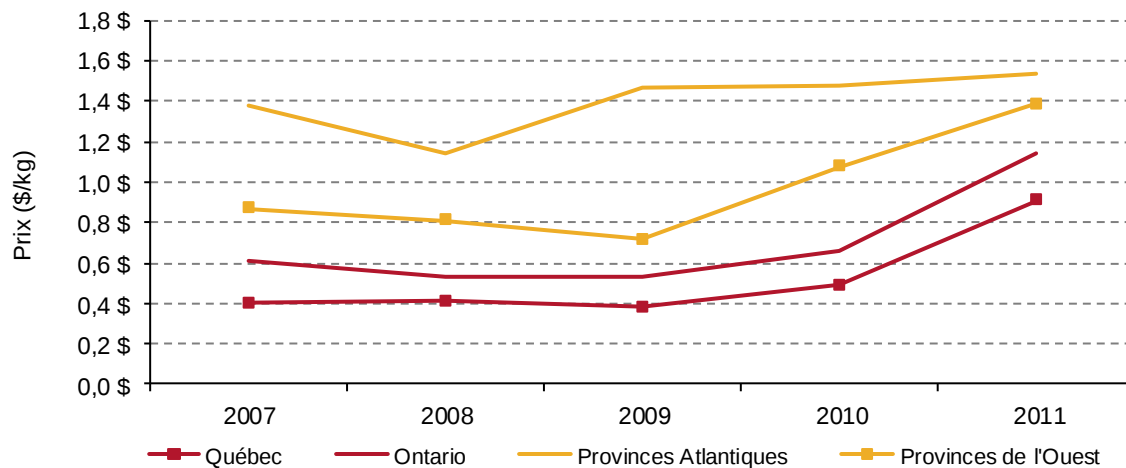
Source : Statistique Canada, *Statistiques de moutons 2012*.

Le Québec est la deuxième province productrice de laine (en quantité). Il produisait, en 2011, 24 % de la production canadienne, avec 307 300 kg de toison. Sa production a connu une hausse en 2011, en même temps que l'augmentation du prix de la laine.

Jusqu'en 2010, le prix de la laine au Québec était le plus faible au Canada, avec 0,49 \$/kg, soit 1 \$/kg de moins que les moyennes maximales observées dans les provinces de Terre-Neuve-et-Labrador, de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. Ce faible prix est lié à la qualité de la laine. En effet, les pratiques de gestion plus intensives qui favorisent l'accélération du rythme d'agnelage ont des répercussions sur celle-ci. Les brebis sont alors tondues plus fréquemment, ce qui donne une fibre plus courte et plus grossière.

La figure 11 présente les variations du prix de la laine de 2007 à 2011 pour les provinces du Canada.

Figure 11 Évolution du prix de la laine au Canada, de 2007 à 2011



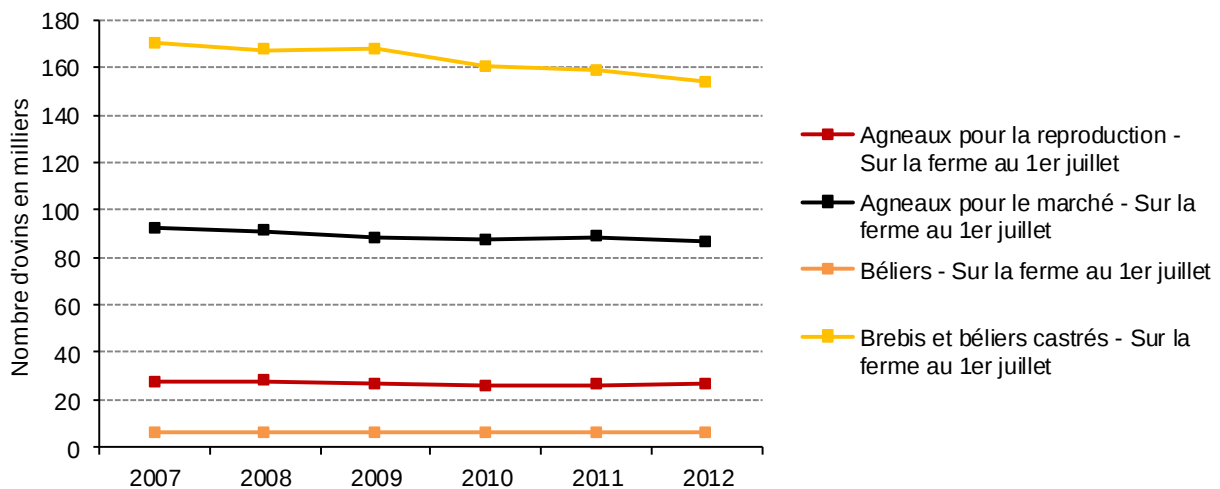
Source : Statistique Canada, *Statistiques de moutons 2012*.

3.1.3. À l'échelle québécoise

Cheptel

Au 1^{er} juillet 2012, on trouvait, au Québec, près de 273 000 ovins. De ce nombre, 56 % étaient des brebis, 32 % des agneaux de marché, 10 % des agnelles de remplacement et 2 % des béliers reproducteurs. Entre 2007 et 2012, le cheptel québécois a diminué de 8 % (figure 12). La diminution du nombre de brebis explique la grande majorité de cette variation. L'évolution du cheptel ovin québécois est présentée dans la figure 12. Pendant la période de 2002 à 2006, le cheptel québécois avait augmenté de 10 %.

Figure 12 Évolution du cheptel ovin du Québec, de 2007 à 2012



Source : Statistique Canada, *Tableau 003-0031 – Moutons et agneaux, nombre dans les fermes, annuel (tête)*, CANSIM.

Entreprises

Selon le dernier recensement agricole (2011), le Québec comptait 1 166 entreprises ovines déclarant au moins un ovine, soit 12,8 % de moins qu'au moment du recensement de 2006. En contrepartie, le nombre d'entreprises ovines inscrites au Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) était de 670 en 2011, soit 23 % de moins qu'en 2007. Ces entreprises avaient un cheptel d'au moins 50 brebis. Cette diminution est en grande partie attribuable à la

fermeture d'entreprises de moins de 200 brebis. Par ailleurs, le Québec compte 85 entreprises ovines engagées dans la vente de sujets reproducteurs. Près de 11 % des éleveurs ovins sont membres de la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec.

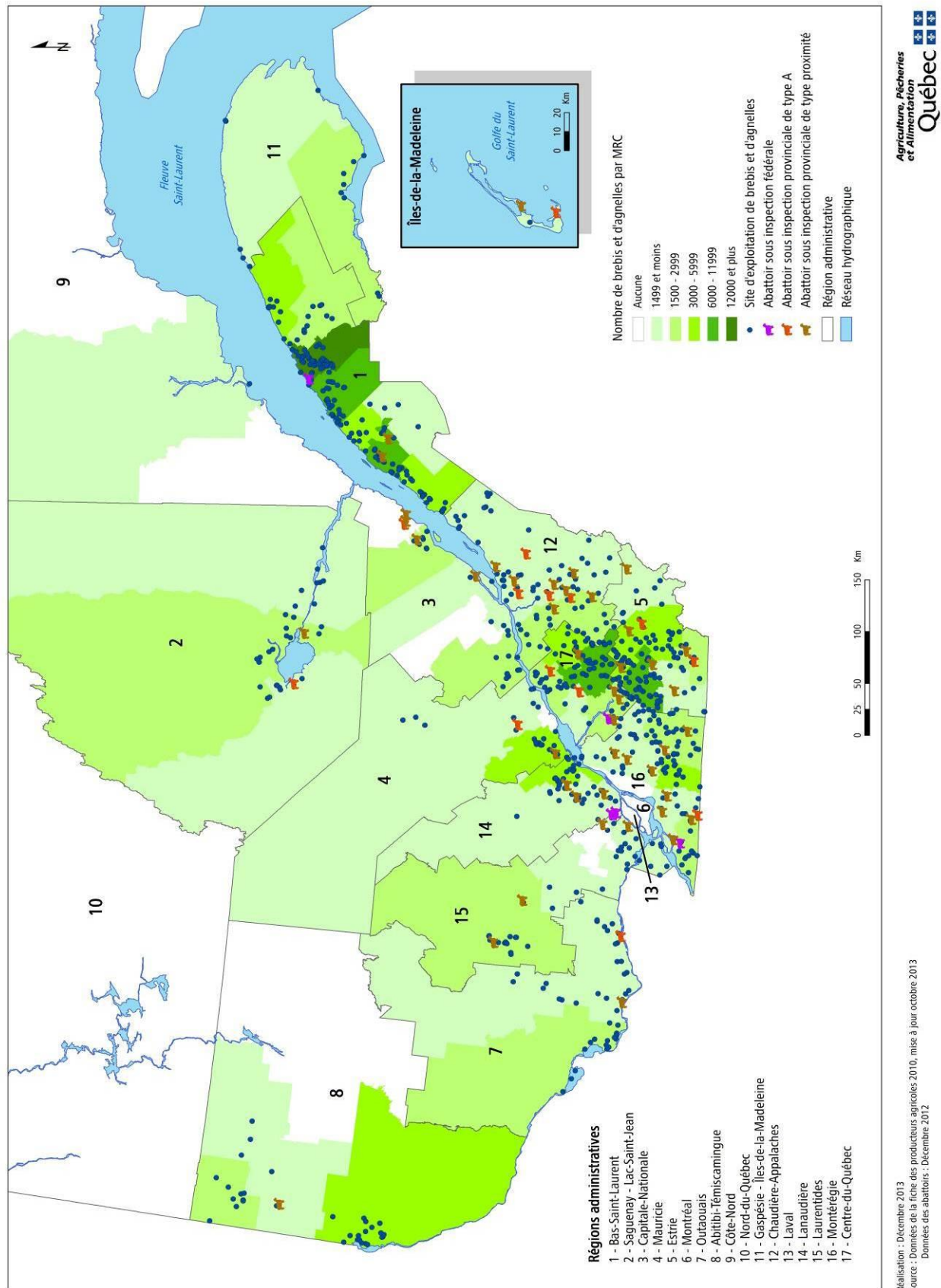
Le secteur ovin est présent sur l'ensemble du territoire agricole québécois. Néanmoins, la majorité des entreprises se concentrent dans les régions du Bas-Saint-Laurent, de la Montérégie, de l'Estrie, du Centre-du-Québec et de la Chaudière-Appalaches. La figure 13 présente la cartographie des sites d'exploitation de plus de 50 agnelles et brebis par municipalité régionale de comté (MRC) en 2010.

Secteur laitier

Le Québec compte une vingtaine d'entreprises de brebis laitières. Ce secteur, en croissance depuis les dix dernières années, compte sur un cheptel d'environ 4 200 brebis et agnelles laitières. La taille de ces entreprises réparties sur le territoire québécois est, en moyenne, de 153 brebis en lactation. Une enquête réalisée en 2013 par la firme Forest Lavoie Conseil, dans le cadre de la planification stratégique du secteur des brebis laitières, a permis de dresser un portrait sommaire de ce secteur. Il en ressort que les modèles d'entreprise sont très différents les uns des autres, tant du point de vue de la taille des entreprises que de la production, de la gestion et de la mise en marché.

En 2012, les producteurs laitiers ont livré près de 400 000 litres de lait aux transformateurs, soit quatre fois plus qu'en 2007 et un volume très semblable à 2011. La production laitière annuelle moyenne des brebis varie entre 100 et 280 litres et se situe, en moyenne, à 209 litres, considérant une durée de lactation de près de 6 mois, la production laitière journalière représente environ 1.15 litre. La majorité du lait est produit de février à septembre.

Figure 13 Répartition des sites d'exploitation de plus de 50 agnelles et brebis par MRC



3.2. LES PRODUITS SPÉCIALISÉS

On trouve, au Québec, certains produits ovins spécialisés encadrés par des certifications officielles.

3.2.1. La certification selon la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants

La Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants (LRQ, chap. A-20.03) « vise à protéger l'authenticité de produits et de désignations qui les mettent en valeur au moyen d'une certification acquise à l'égard de leur origine ou de leurs caractéristiques particulières liées à une méthode de production ou à une spécificité ».

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) a été mis sur pied par le gouvernement du Québec, en 2006, en vue d'appliquer cette loi.

En vertu de celle-ci, il existe, au Québec, cinq désignations pouvant être protégées :

- Appellation d'origine;
- Indication géographique protégée;
- Appellation de spécificité;
- Mode de production;
- Terme valorisant.

Parmi ces désignations, deux sont présentement utilisées par une quinzaine d'élevages ovins au Québec. Il s'agit de l'indication géographique protégée et du mode de production.

Indication géographique protégée

L'appellation réservée Agneau de Charlevoix a été reconnue en 2009 comme première indication géographique protégée (IGP) en Amérique du Nord. L'usage du terme *Agneau de Charlevoix* est donc réservé aux produits certifiés conformément au rigoureux cahier des charges qui décrit leurs caractéristiques et démontre leur authenticité. Essentiellement, l'agneau doit être né, élevé, abattu et transformé dans l'aire de la région protégée, soit dans l'une des 13 municipalités de la région de Charlevoix. Cet agneau, d'une croissance modérée, doit atteindre un poids carcasse de 15 à 20 kg sur une période comprise entre 110 et 190 jours. Le cahier des charges valorise aussi l'emploi de ressources locales à différents niveaux du système de production. Par exemple, l'ensemble des aliments de la ration doit provenir exclusivement de parcelles incluses dans l'aire géographique protégée. Selon le CARTV, trois entreprises ovines mettaient en marché des produits d'appellation Agneau de Charlevoix en 2013.

Mode de production

La certification relative au mode de production permet la reconnaissance d'une certaine manière de produire selon des techniques différentes et des contraintes de production nouvelles qui vont au-delà de la réglementation courante. Les produits biologiques font partie de cette certification. Cette appellation signifie que tout produit agroalimentaire provenant du Québec et désigné comme biologique ou par tout autre terme apparenté doit répondre au cahier des charges homologué relatif aux produits issus du mode de production biologique et avoir été certifié par un certificateur agréé par le CARTV.

Depuis 2007, le nombre d'entreprises ovines certifiées biologiques varie de 9 à 12. Ces entreprises sont situées dans plusieurs régions telles que l'Estrie, le Bas-Saint-Laurent, le Centre-du-Québec, les Laurentides, la Montérégie et l'Outaouais. En 2013, on dénombrait neuf entreprises ovines d'agneaux et une entreprise ovine laitière biologiques.

3.2.2. Les autres certifications

Au Québec, quelques entreprises offrent un produit reconnu par une certification de type privé. Ces certifications sont parfois délivrées par le pendant privé d'un organisme agréé par le CARTV, tel que Écocert, ou encore par un organisme canadien ou américain privé, tel que Animal Welfare Approved (AWA). Ce dernier délivre une certification liée au bien-être animal et à l'utilisation des pâturages. Parmi les élevages ovins qui possèdent une certification privée, citons l'exemple de l'Agneau de la Gaspésie nourri aux algues.

3.3. L'ASPECT TECHNICO-ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION

La section suivante compare les résultats¹³ des deux dernières enquêtes d'analyse du coût de production réalisées par le Centre d'études sur les coûts de production en agriculture (CECPA) et servant à déterminer la couverture offerte par le Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA), administré par La Financière agricole du Québec (FADQ).

Ces enquêtes sont réalisées auprès d'un échantillon d'entreprises répondant à certains critères de spécialisation, notamment la taille de l'entreprise et la proportion des revenus agricoles (tableau 18).

Tableau 18 Évolution des critères de spécialisation des entreprises sondées de 2006 à 2011

Critère d'échantillonnage de l'étude	2006	2011
Taille de l'entreprise (nombre de brebis)	De 300 à 1 000	De 300 à 1 200
Proportion des revenus agricoles dans les revenus totaux	50 %	50 %
Proportion des revenus de la production ovine dans les revenus agricoles	70 %	70 %

Source : CECPA, *Études sur les coûts de production de l'agneau de 2006 et de 2011*; compilation du MAPAQ.

3.3.1. La comparaison des performances techniques entre les enquêtes de 2006 et de 2011

Entre 2006 et 2011, les performances techniques sont très similaires (tableau 19). En effet, le nombre de kilogrammes d'agneau vendus par brebis est passé de 52,4 kg à 50,3 kg. On note toutefois un transfert d'environ 12 % de la catégorie « Agneau lourd » à la catégorie « Agneau léger ». De plus, le coût total des charges liées à la production d'agneau (en \$/100 kg d'agneau vendu) est passé de 948,52 \$ en 2006 à 1 045 \$ en 2011.

¹³ Dans certains cas, les données ont été arrondies pour alléger le texte.

Tableau 19 Performances techniques selon les enquêtes de 2006 et de 2011

Étude du coût de production de l'agneau	2006	2011	Δ 2006-2011	
			Nombre	%
Nombre de brebis par entreprise	497,5	517,0	19,5	3,9 %
Nombre d'agnelages par brebis	1,06	1,08	0,02	1,9 %
Nombre d'agneaux réchappés par brebis	1,53	1,51	-0,02	-1,3 %
Nombre d'agneaux vendus par brebis	1,37	1,38	-0,01	0,7 %
Agneaux de marché	1,335	1,352	0,017	1,3 %
Agnelles et béliers de reproduction	0,038	0,032	-0,006	-15,8 %
Poids de vente moyen en kilogrammes par agneau	39,20	37,40	-1,80	-4,6 %
Nombre de kg d'agneau de marché vendus par brebis	52,40	50,30	-2,10	-4,0 %
% d'agneaux de lait	13,9	12,6	-1,3	9,4 %
% d'agneaux légers	15,6	28,6	13,0	83,3 %
% d'agneaux lourds	70,5	58,8	-11,7	-16,6 %
Taux de remplacement des brebis (%)	18,5	18,1	-0,4	-2,2 %
Hectares en cultures/brebis	0,209	0,218	-0,009	4,3 %
Nombre d'heures de travail par brebis	11,3	10,9	-0,4	-3,5 %

Source : CECPA, *Études sur les coûts de production de l'agneau de 2006 et de 2011*; compilation du MAPAQ.

Pour augmenter le nombre de kilogrammes d'agneau vendus par brebis, les entreprises devaient accroître :

- Le nombre d'agnelages par brebis;
- Le nombre d'agneaux réchappés par brebis;
- Le poids des agneaux vendus.

3.3.2. La comparaison des coûts de production entre les enquêtes de 2006 et de 2011

D'après une comparaison des coûts de production entre les études de 2006 et de 2011, l'écart entre le total des produits et le total des charges est relativement stable (tableau 20). En effet, il était de -119 \$ en 2006 et de -115 \$ en 2011. Bien que cet écart soit relativement stable, il appert que les totaux des produits et des charges se sont accrus de 12,8 % et de 8,8 % respectivement entre 2006 et 2011.

Analyse des produits

Le total des produits, qui était de 378 \$ par brebis en 2006, a connu une hausse de 48 \$, pour atteindre 426 \$ en 2011. Cette hausse est occasionnée principalement par les ventes d'agneaux de marché. Ces ventes ont augmenté de 333 \$ par brebis, passant de 187 \$ à 220 \$ entre 2006 et 2011.

Analyse des charges

De 2006 à 2011, le total des charges a augmenté de 44 \$, passant de 497 \$ à 541 \$ par brebis. En 2011, les frais variables comptaient pour 54 %, les charges fixes pour 11 % et les charges calculées pour 35 %.

Parmi les différentes charges, mentionnons les deux principales, qui sont la rémunération des exploitants et les achats d'aliments. La première s'est accrue de 1,7 % de 2006 à 2011, passant de 131 à 134 \$ par brebis. La seconde est passée de 50 à 67 \$ par brebis, soit une hausse de 35,7 %. La hausse du prix des différents aliments achetés explique en grande partie cette variation. Le tableau suivant compare les résultats économiques selon les deux études du coût de production de l'agneau.

Tableau 20 Coûts de production selon les enquêtes de 2006 et de 2011

Étude du coût de production de l'agneau	2006	2011	Δ 2006-2011	
Nombre de brebis/entreprise	497,5	517	(Nombre)	(%)
Produits				
Ventes d'agneaux de marché	187,13	219,52	32,39	17,3 %
Ventes de reproducteurs	17,16	10,55	-6,61	-38,5 %
Ventes de réforme et de laine	8,10	17,08	8,98	110,9 %
Ventes de cultures	11,58	21,16	9,58	82,7 %
Revenus divers	10,68	7,28	-3,40	-31,8 %
Compensations ASRA « Ovins »	126,31	147,58	21,27	11,8 %
Compensations ASRA « Cultures »	17,02	3,15	-13,87	-81,5 %
Total des produits	377,97	426,32	48,35	12,8 %
Charges variables				
Achats d'animaux reproducteurs	11,48	14,83	3,35	29,2 %
Intrants de cultures	19,74	21,18	1,44	7,3 %
Achats d'aliments	49,51	67,18	17,67	35,7 %
Achats de litière	2,28	4,66	2,38	104,4 %
Salaires	27,37	34,12	6,75	24,7 %
Forfait et location	20,32	22,51	2,19	10,8 %
Carburant	14,18	18,29	4,11	29,0 %
Entretien de machinerie, de tracteurs, etc.	15,17	18,60	3,43	22,6 %
Frais de mise en marché	20,90	19,17	-1,73	-8,3 %
Médicaments, vétérinaires, identifiants, etc.	9,79	8,71	-1,08	-11,0 %
Cotisations ASRA « Ovins »	41,27	55,27	14,00	33,9 %
Cotisations ASRA « Cultures »	9,53	2,94	-6,59	-69,2 %
Intérêts à court terme	6,23	5,40	-0,83	-13,3 %
Total des charges variables	247,77	292,86	45,09	18,2 %
Charges fixes				
Entretien des bâtiments et des fonds de terre	6,90	8,40	1,50	21,7 %
Assurances : ferme, véhicules, etc.	7,87	9,56	1,69	21,5 %
Taxes foncières brutes	1,54	1,96	0,42	27,3 %
Intérêts sur emprunts à long terme	24,50	24,18	-0,32	-1,3 %
Divers	17,93	16,23	-1,70	-9,5 %
Total des charges fixes	58,74	60,33	1,59	2,7 %
Charges calculées				
Amortissement	38,33	36,75	-1,58	-4,1 %
Rémunération des exploitants	131,48	133,67	2,19	1,7 %
Rémunération de l'avoir net	20,76	17,26	-3,50	-16,9 %
Total des charges calculées	190,57	187,68	-2,89	-1,5 %
Total des charges	497,08	540,89	43,81	8,8 %
Surplus (déficit)	-119,11	-114,57	4,54	3,8 %

Source : CECPA, *Études sur les coûts de production de l'agneau de 2006 et de 2011*; compilation du MAPAQ.

3.3.3. La comparaison des bilans entre les enquêtes de 2006 et de 2011

De 2006 à 2011, l'actif total est passé de 972 \$ à 1 081 \$ par brebis, une hausse de 11,2 % (tableau 21). Quant au passif total, il s'est accru de 16,0 %, car il était de 525 \$ par brebis en 2006 et de 609 \$ en 2011.

Tableau 21 Bilans selon les enquêtes de 2006 et de 2011

Étude du coût de production de l'agneau	2006	2011	Δ2011-2006	
Nombre de brebis/entreprise	497,5	517	(Nombre)	(%)
Actif				
Actif à court terme	218	239	18	9,6
Animaux reproducteurs	208	258	50	24,0
Machinerie et équipements	195	213	18	9,2
Bâtiments	239	235	-4	-1,7
Fonds de terre	105	131	26	24,8
Placements	6	5	-1	-16,7
Actif total	972	1 081	109	11,2
Passif				
Court terme	70	80	10	14,2
Moyen et long terme	455	528	73	16,0
Passif total	525	609	84	16,0
Avoir net	447	472	25	5,6
Pourcentage total d'endettement	54,0	56,3	2,3	4,3

Source : CECPA, *Études sur les coûts de production de l'agneau de 2006 et de 2011*; compilation du MAPAQ.

3.3.4. Les résultats par groupe de performance en 2011

Cette section présente une synthèse d'une récente étude produite par le Centre d'études sur les coûts de production en agriculture (CECPA). Une analyse¹⁴ des entreprises, selon un critère de performance représentatif de leur niveau d'efficacité, a été effectuée à partir des données des entreprises spécialisées en production ovine retenues pour le calcul du coût de production de 2011. Trois groupes d'entreprises ovines y sont comparés :

- La moyenne des entreprises;
- Les fermes les plus performantes (groupe de tête);
- Les fermes les moins performantes (groupe de fin).

La taille moyenne des 42 entreprises est de 517 brebis. Le groupe de tête, avec 590 brebis, dispose de 32 % plus de sujets reproducteurs que le groupe de fin.

La marge par brebis après rémunération du travail et du capital est de -114 \$ pour la moyenne des entreprises. La marge du groupe de tête, à -50 \$ par brebis, est 56 % supérieure à celle de l'ensemble du groupe. Quant à la marge du groupe de fin, à -198 \$ par brebis, elle est 74 % inférieure à celle de la moyenne et est plus basse de 148 \$ que celle du groupe de tête.

¹⁴ Les moyennes par ferme sont utilisées pour bien interpréter les critères de performance des entreprises ovines. Le critère retenu pour classer les entreprises dans le groupe de tête ou de fin est la marge par brebis calculée avant la rémunération du travail (exploitants, salariés et famille) et avant la rémunération du capital (comprenant les intérêts sur les emprunts à long terme et sur l'avoir net).

Tableau 22 Comparaison des caractéristiques entre chaque groupe de performance, en 2011

	Moyenne	Tête	Fin	Écart tête-fin
Nombre de fermes dans le groupe	42	13	13	
Critères techniques				
Nombre de brebis	517	590	448	142
Nombre d'agnelages/brebis	1,08	1,16	1,08	0,06
Nombre d'agneaux réchappés/brebis	1,51	1,85	1,26	0,59
Nombre d'agneaux vendus/brebis	1,38	1,66	1,19	0,46
Poids moyen de vente des agneaux en kg	37,4	41,6	32,2	9,4
Proportion d'agneaux lourds vendus (%)	44	64	26	38
Kg d'agneaux vendus/brebis	52,0	70,0	38,0	32,0
Taux de remplacement des brebis (%)	18,1	19,0	17,8	1,2
Nombre total d'heures de travail/brebis	10,9	11,3	10,6	0,7
Nombre d'hectares en cultures/brebis	0,22	0,26	0,20	0,006
Kg de fourrages consommés/brebis	719	797	805	-8
Kg de céréales consommées/brebis	219	200	1 330	67
Kg de moulée et de suppléments/brebis	54	74	38	36
Critères économiques				
Groupes de produits				
Ventes d'agneaux et de reproducteurs	230	302	177	125
ASRA agneau (compensation - cotisation)	92	114	76	38
Revenus des cultures	24	36	12	24
Autres revenus	25	29	17	12
Total des produits	371	480	282	198
Groupes de charges				
Achats d'animaux	15	12	22	-10
Aliments achetés	67	71	62	9
Charges liées aux animaux	19	22	14	8
Charges liées aux cultures	31	41	22	19
Charges liées à la machinerie	74	88	75	13
Frais de mise en marché des animaux	19	22	18	4
Charges liées aux bâtiments	18	22	16	6
Électricité	7	9	5	4
Frais administratifs	26	30	30	0
Marge avant rémunération du travail et du capital	95	163	18	145
Frais d'intérêts à long terme	24	31	24	7
Rémunération des employés et de la famille	34	53	23	30
Rémunération des exploitants	134	111	152	-41
Rémunération de l'avoir net	17	18	17	1
Total des charges	485	530	480	50
Marge après rémunération du travail et du capital	-114	-50	-198	148

Source : CECPA, *Étude de coûts de production. Analyse comparative. Agneaux 2011*; compilation du MAPAQ.

Les entreprises qui ont la capacité de produire le plus de kilogrammes d'agneau avec le minimum de charges peuvent dégager une marge supérieure.

Analyse des écarts de revenus

L'écart de marge de 148 \$ par brebis entre le groupe de tête et celui de fin est important. Cet écart provient principalement des produits. En effet, le groupe de tête obtient des revenus de 480 \$ par brebis, alors que le groupe de fin perçoit 282 \$.

Ventes d'agneaux et de reproducteurs

L'écart de revenus entre le groupe de tête et celui de fin s'explique à 82 % par les revenus provenant de la vente d'agneaux et des compensations nettes de l'ASRA. Le groupe de tête obtient 125 \$ par brebis de plus pour la vente d'agneaux que le groupe de fin. **Le nombre d'agneaux vendus par brebis explique les deux tiers de cet écart, alors que le type d'agneaux vendus en explique le dernier tiers.**

Le nombre d'agneaux vendus par brebis est de 1,66 pour le groupe de tête contre 1,2 pour le groupe de fin. Ces ventes varient non seulement selon le rythme d'agnelage des brebis, mais aussi selon le taux de mortalité des agneaux.

Les meilleurs revenus des entreprises du groupe de tête peuvent également s'expliquer par le fait que celles-ci vendent 64 % de leurs têtes sur le marché des agneaux lourds, contre seulement 26 % pour le groupe de fin. Ce faisant, elles réussissent à vendre 70 kg d'agneau par brebis, alors que le groupe de fin en vend 46 % moins, soit 38 kg.

Le tableau 23 présente ces écarts entre les groupes de tête et de fin ainsi que les résultats obtenus par la moyenne des entreprises de l'étude.

Tableau 23 Nature des principaux écarts de revenus entre chaque groupe de performance, en 2011

	Moyenne	Tête	Fin	Écart tête-fin
Nombre de fermes dans le groupe	42	13	13	
Nombre de brebis/entreprise	517	590	448	142
Ventes d'agneaux de marché par brebis (\$)	230	302	177	125
ASRA agneau (compensation - cotisation) par brebis (\$)	92	114	76	38
Prix de vente par agneau (\$)	167	182	149	33
Nombre d'agnelages par brebis	1,08	1,16	1,06	0,10
Nombre d'agneaux nés par brebis	1,76	2,12	1,48	0,64
Taux de mortalité des agneaux (%)	14,0	11,80	14,20	-2,40
Nombre d'agneaux vendus par agnelage	1,28	1,43	1,12	0,31
Nombre d'agneaux vendus par brebis	1,38	1,66	1,19	0,46
Proportion d'agneaux lourds vendus (%)	44	64	26	38
Kilogrammes d'agneau vendus par brebis	52	70	38	32

Source : CECPA, *Étude de coûts de production. Analyse comparative. Agneaux 2011*; compilation du MAPAQ.

Tout agneau supplémentaire vendu par une entreprise a un effet important sur ses résultats financiers, d'autant plus qu'une bonne partie des charges n'est pas proportionnelle au nombre d'agneaux produits.

Analyse des écarts de charges

Sur le plan des charges totales, le groupe de tête totalise 530 \$ par brebis, alors que la somme des charges du groupe de fin est de 480 \$ par brebis, ce qui donne un avantage de 50 \$ par brebis au groupe de tête.

Les principaux écarts observés concernent les charges liées à l'alimentation du troupeau et à l'achat d'animaux. La rémunération des exploitants et celle du travail de la famille et des salariés sont des postes où l'on observe également des écarts entre le groupe de tête et de fin.

- Charges¹⁵ d'alimentation

Les entreprises du groupe de tête ont des charges d'alimentation plus élevées de 41 \$ par brebis que celles du groupe de fin. En contrepartie, le groupe de tête vend des cultures pour 24 \$ par brebis de plus que le groupe de fin. Les charges totales d'alimentation sont de 164 \$ par brebis pour le groupe de tête et de 147 \$ pour le groupe de fin, donc des charges inférieures de 17 \$ par brebis pour le groupe de fin. En considérant que le groupe de tête produit 76 kg d'agneau par brebis contre 42 kg pour le groupe de fin, les charges d'alimentation sont de 2,16 \$ par kilogramme d'agneau produit pour le groupe de tête, alors qu'elles sont de 3,5 \$ pour le groupe de fin, un écart de 1,3 \$. Chaque kilogramme d'agneau produit a nécessité la consommation totale de 14,1 kg de fourrages, de céréales, de moulée et de suppléments pour le groupe de tête et de 23,3 kg pour le groupe de fin, soit un avantage de 9,2 kg pour le groupe de tête.

- Charges de rémunération

La charge la plus importante est, de loin, la rémunération des exploitants, qui compte pour plus de 25 % du total des charges de la ferme moyenne. Pour le groupe de tête, elle représente 111 \$ par brebis comparativement à 152 \$ pour le groupe de fin. En ajoutant la rémunération du travail de la famille et des salariés, la charge de rémunération est de 2,16 \$ par kilogramme d'agneau produit pour le groupe de tête et de 4,20 \$ par kilogramme d'agneau produit pour le groupe de fin, soit 2,00 \$ de plus par kilogramme d'agneau produit.

Le tableau 24 présente ces écarts entre les groupes de tête et de fin ainsi que les résultats obtenus par la moyenne des entreprises de l'étude.

Tableau 24 Nature des principaux écarts de charges entre chaque groupe de performance, en 2011

	Moyenne	Tête	Fin	Écart tête-fin
Nombre de fermes dans le groupe	42	13	13	
Nombre de brebis/entreprise	517	590	448	142
Achats d'aliments par brebis (\$)	67	71	62	9
Charges liées aux cultures par brebis (\$)	31	41	22	19
Charges de machinerie et d'équipements par brebis (\$)	74	88	75	13
Revenus de la vente des cultures par brebis (\$)	-24	-36	-12	-24
Coût de l'alimentation par brebis (\$)	148	164	147	17
Kilogrammes d'agneau produits	57,0	76,0	42,0	24,0
Coût d'alimentation par kg d'agneau produit (\$)	2,60	2,16	3,50	-1,34
Superficie en culture en hectare par brebis	0,22	0,26	0,20	0,06
Moulée et suppléments en kilogrammes par brebis	54	74	38	36
Fourrages en kilogrammes par brebis	719	797	808	-8
Céréales en kilogrammes par brebis	219	200	133	670
Consommation totale d'aliments en kilogrammes par kilogramme d'agneau produit	17,4	14,1	23,3	-9,2
Rémunération des exploitants par brebis (\$)	134	111	152	-41
Rémunération du travail de la famille et des salariés par brebis (\$)	34	53	23	30
Rémunération du travail total par kilogramme d'agneau produit (\$)	2,95	2,16	4,16	-2,01

Source : CECPA, *Étude de coûts de production. Analyse comparative. Agneaux 2011*; compilation du MAPAQ.

Les entreprises qui sont en mesure de maintenir au minimum leurs coûts d'alimentation par kilogramme d'agneau produit et qui ont un bon contrôle de la rémunération du travail ont la

¹⁵ Les charges d'alimentation regroupent les postes suivants : les achats d'aliments, les charges liées aux cultures, les charges de machinerie et d'équipements diminuées des revenus liés à la vente des cultures.

possibilité de dégager une marge supérieure, puisque ces charges comptent pour environ les deux tiers des charges totales.

Analyse des bilans¹⁶

Les entreprises faisant partie du groupe de tête ont des actifs totaux de 1 271 \$ par brebis, soit 220 \$ de plus que le groupe de fin, qui a des actifs de 1 051 \$ par brebis. Cet écart provient presque entièrement des bâtiments et des actifs à court terme, avec respectivement un avantage de 119 \$ et de 105 \$ par brebis en faveur du groupe de tête. Le groupe de tête montre un passif total de 791 \$ par brebis contre 594 \$ par brebis pour le groupe de fin, soit 197 \$ de plus pour le groupe de tête. Malgré un actif total et un passif plus élevés pour les entreprises du groupe de tête, celles-ci ont un avoir net plus élevé que les entreprises du groupe de fin. Il en résulte un pourcentage d'endettement supérieur pour le groupe de tête. Les investissements réalisés au cours des cinq dernières années peuvent expliquer en grande partie cet écart de taux d'endettement. En effet, les entreprises du groupe de tête ont investi 488 \$ par brebis, soit 156 \$ de plus que celles du groupe de fin (tableau 25).

Tableau 25 Comparaison des bilans des entreprises entre chaque groupe de performance, en 2011

	Moyenne	Tête	Fin	Écart tête-fin
Nombre de fermes dans le groupe	42	13	13	
Nombre de brebis/entreprise	517	590	448	142
Actif				
Actif à court terme	239	310	205	105
Animaux reproducteurs	258	263	253	10
Machinerie et équipements	213	227	263	-36
Bâtiments	235	311	192	119
Fonds de terre	131	154	136	18
Placements	5	6	2	4
Actif total	1 081	1 271	1 051	220
Passif				
Court terme	80	95	75	20
Moyen et long terme	528	696	519	177
Passif total	609	791	594	197
Avoir net	472	480	458	22
Pourcentage total d'endettement	56,3	62,2	56,5	5,7
Somme investie par brebis au cours des cinq dernières années	445	488	332	156

Source : CECPA, *Étude de coûts de production. Analyse comparative. Agneaux 2011*; compilation du MAPAQ.

3.4. LA RENTABILITÉ DES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES ET CANADIENNES

L'indicateur de performance financière (IPF) de Statistique Canada permet de juger de la performance globale, en matière de rentabilité, de la production ovine québécoise par rapport à celle du Canada. De plus, il permet de comparer le secteur ovin avec d'autres secteurs de production. Notons cependant que les données présentées ne concernent qu'un échantillon d'entreprises, soit les entreprises constituées en société.

¹⁶ Dans les études de coûts de production effectuées par le CECPA, on utilise le coût d'acquisition pour refléter les coûts réels payés. Pour établir le bilan des entreprises, les actifs sont évalués au coût d'acquisition, puis amortis selon la méthode linéaire. Comme les acquisitions ont été effectuées à différentes années, il faut garder en mémoire que les actifs du bilan ne reflètent pas la valeur marchande des entreprises.

Pour ce qui est du rendement des capitaux propres, les entreprises du Québec ont généralement un rendement annuel moindre. La moyenne de 2007 à 2011 est de 3,8 % au Québec contre 4,5 % au Canada (tableau 26). Le rendement des capitaux propres des entreprises du Québec a varié de -1,3 % à 7,3 % entre 2007 et 2011.

Tableau 26 Rendement des capitaux propres des entreprises ovines québécoises et canadiennes de 2007 à 2011

	2007	2008	2009	2010	2011	Moyenne 2007-2011
Rendement des capitaux propres						
Québec	7,3	-1,3	6,7	4,2	2,2	3,8
Canada	8,3	0,0	5,1	6,6	2,7	4,5

Source : Statistique Canada, *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes*.

Ces données sont plus révélatrices lorsqu'on les compare avec celles d'autres industries agricoles. Le tableau 27 met en parallèle les résultats de l'industrie ovine et de deux autres industries animales du Québec, soit l'industrie bovine et celle du lait. On constate, dans ce tableau, que les ratios du fonds de roulement et du passif sur l'actif sont semblables entre les trois industries.

Tableau 27 Comparaison de la rentabilité de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière (IPF), moyenne 2006-2011

Géographie	Industrie bovine de boucherie	Industrie laitière	Industrie ovine	
	Québec	Québec	Québec	Canada
Rendement des capitaux propres (%)	7,6	11,6	3,9	4,5
Ratio du fonds de roulement	1,3	1,3	1,3	1,7
Ratio du passif/actif	0,8	0,7	0,8	0,9

Source : Statistique Canada, *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes*.

Les producteurs ovins du Québec obtiennent un rendement du capital semblable à celui de leurs homologues canadiens. Toutefois, ce rendement est inférieur à celui des industries bovines et laitières.

3.5. LE SOUTIEN GOUVERNEMENTAL

3.5.1. Le soutien financier

Il ressort du tableau 28 qu'entre 2007 et 2012, les revenus tirés du marché se sont accrus de 19,3 %, alors que les compensations de l'ASRA ont diminué de 23 %. La combinaison de ces variations a fait en sorte que la part des recettes tirées du marché est passée de 61 % à 71 % durant cette période.

L'année 2008 apparaît comme étant celle où les compensations de l'ASRA ont été les plus élevées. Il en résulte que les revenus tirés du marché ne comptaient, cette année-là, que pour 53,5 % des recettes totales.

Tableau 28 Recettes tirées du marché et du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) pour le secteur ovin québécois, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Δ 2007-2012
Revenus tirés du marché (000 \$)	33 665	36 821	37 517	39 157	42 417	40 162	19,3 %
Compensations ASRA (000 \$)	21 357	31 955	23 516	18 385	18 902	16 447	23,0 %
Recettes totales (000 \$)	55 052	68 776	61 033	57 542	61 319	56 609	2,8 %
Part des recettes totales tirée du marché (%)	61,2	53,5	61,5	68,0	69,2	70,9	15,8 %

Sources : Statistique Canada et statistiques de la FADQ; compilation du MAPAQ.

3.5.2. La sécurité du revenu

Les produits ovins font partie des dix produits admis à l'ASRA de la FADQ. Ce programme intervient lorsque le prix de vente de l'agneau, soit le prix moyen de l'année d'assurance, est inférieur au revenu stabilisé.

Les paiements de l'ASRA versés par la FADQ sont importants et ont été récurrents chaque année depuis le début du programme, en 1981. Pour la période à l'étude, soit de 2007 à 2012, les modèles de coût de production retenus sont ceux de 2002 pour l'année 2007 et de 2006 pour les années 2008 à 2012.

Pour être admissibles à l'ASRA, les entreprises québécoises doivent répondre à plusieurs conditions, notamment assurer l'ensemble de leur troupeau, vendre un minimum de 1 015 kilogrammes d'agneau vivant depuis 2012, s'occuper d'agneaux nés et élevés au Québec, participer au système de traçabilité d'Agri-Traçabilité Québec et respecter les critères d'écoconditionnalité.

Le nombre d'adhérents à l'ASRA, tout comme le nombre de brebis assurées, a diminué durant la période étudiée, alors que le nombre de kilogrammes d'agneau était en hausse. Le plus faible nombre d'entreprises ovines inscrites a été enregistré en 2012, soit 554 exploitations, une diminution de 35,1 % en regard de 2007 (tableau 29). Le nombre de brebis était, quant à lui, de 131 657 en 2012, une baisse de 25,1 % par rapport à 2007. Depuis 2009, le nombre de kilogrammes d'agneau par brebis assurée est en hausse de 9,5 %. Notons qu'en ce qui concerne les entreprises de moins de 200 brebis, tant le nombre d'entreprises que le nombre de brebis ont diminué de 2007 à 2012, soit de 40,0 % et de 39,9 % respectivement. Selon les données de la FADQ, en 2012, 9,7 % des entreprises inscrites à l'ASRA possédaient plus de 501 brebis. Ces entreprises élevaient 31,5 % des brebis et produisaient 33,1 % des agneaux et 36,6 % des kilogrammes. De 2007 à 2012, le pourcentage du nombre d'entreprises comptant plus de 501 brebis est passé de 7,3 % à 9,7 %. En 2009, le nombre de kilogrammes par brebis était de 32 kg, alors qu'il atteignait 43 kg en 2012, un accroissement de 33,3 %.

Tableau 29 Ventilation du nombre d'entreprises ovines assurées et des volumes assurables par strates de taille, de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Δ 2007-2012	
							(Nombre)	(%)
Nombre d'adhérents								
De 50 à 100 brebis	299	315	272	257	233	165	-134	-44,8 %
De 101 à 200 brebis	244	230	238	211	193	161	-83	-34,0 %
De 201 à 300 brebis	97	94	84	91	76	77	-20	-20,6 %
De 301 à 400 brebis	62	62	60	61	65	53	-9	-14,5 %
De 401 à 500 brebis	61	62	57	49	48	44	-17	-27,9 %
501 brebis et plus	60	58	63	65	57	54	-6	-10,0 %
Total	823	821	774	734	670	554	-269	-35,1 %
Nombre de brebis								
De 50 à 100 brebis	21 300	21 979	19 527	18 614	16 483	10 740	10 560	-49,6 %
De 101 à 200 brebis	34 242	32 677	33 479	29 445	26 857	22 645	11 597	-33,9 %
De 201 à 300 brebis	23 687	22 727	20 364	22 195	18 472	18 814	-4 873	-20,6 %
De 301 à 400 brebis	21 860	21 776	20 942	20 783	22 477	18 361	-3 499	-16,0 %
De 401 à 500 brebis	27 386	28 025	25 345	21 918	21 391	19 614	-7 772	-28,4 %
501 brebis et plus	47 259	46 988	47 795	49 252	44 069	41 483	-5 776	-12,2 %
Total	175 734	174 171	167 779	162 207	149 755	131 657	44 077	-25,1 %
Nombre de kilogrammes d'agneau								
De 50 à 100 brebis			413 094	432 156	431 975	429 851	16 757	4,1 %
De 101 à 200 brebis			792 802	785 893	883 694	849 866	57 064	7,2 %
De 201 à 300 brebis			587 090	703 958	728 399	810 734	223 644	38,1 %
De 301 à 400 brebis			662 205	677 843	855 338	743 752	81 547	12,3 %
De 401 à 500 brebis			933 410	885 375	953 648	900 515	-32 895	-3,5 %
501 brebis et plus			1 990 299	2 119 939	2 173 791	2 153 704	163 405	8,2 %
Total			5 378 900	5 605 164	6 026 835	5 888 422	509 522	9,5 %

Source : Statistiques de la FADQ; compilation du MAPAQ.

Des changements importants dans le mode de calcul de la compensation de l'ASRA ont été effectués au cours des dernières années. Depuis 2009, cette compensation, auparavant versée exclusivement sur le nombre de brebis, a été versée au tiers sur le nombre de kilogrammes d'agneau, sans égard au type d'agneau produit, et aux deux tiers sur le nombre de brebis. En 2010 et en 2011, ce ratio est passé à deux tiers. Depuis 2012, la compensation est versée à 75 % sur le nombre de kilogrammes d'agneau et à 25 % sur le nombre d'agneaux.

La compensation de l'ASRA, qui représentait jusqu'à 47,5 % du revenu stabilisé en 2008, n'en constituait plus que 34,7 % en 2012 (tableau 30). Cette amélioration est en grande partie due à la hausse du prix de marché, qui est passé de 375,34 \$ par 100 kg en 2007 à 466,99 \$ par 100 kg en 2012, soit une augmentation de 24,4 %. Cette amélioration du prix de marché a fait en sorte que la compensation par 100 kg a diminué de 10,7 % malgré une hausse du revenu stabilisé de 9,5 % entre 2007 et 2012.

Tableau 30 Évolution des principales caractéristiques du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles pour le secteur ovin de 2007 à 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre d'adhérents						
Lait, léger	800	799	740	693	670	554
Lourd	294	308	518	436		
	Par brebis	Par brebis	Par brebis	Par kg	Par brebis	Par kg
					Par agneau	Par kg
Nombre d'unités assurées						
Lait, léger	138 938	135 772	104 967	2 294 736	97 202	2 302 592
Lourd	36 796	38 399	62 812	3 025 054	65 005	3 302 572
					149 755	6 026 835
						131 657
						5 888 422
Cotisation⁽¹⁾						
Lait, léger	39,82	59,47	38,75	0,3492	17,31	0,6252
Lourd	40,89	66,83				
					19,17	0,6975
						9,84
						0,7445
Revenu stabilisé⁽²⁾						
Lait, léger	247,41	335,02	373,08	6,7245	375,47	6,7677
Lourd	320,52	421,89				
					378,16	6,8125
						282,54
						7,1516
Prix de marché						
Lait, léger	131,44	159,27	209,56	3,7772	224,05	4,0384
Lourd	193,93	233,13				
					239,37	4,3122
						184,49
						4,6699
Compensation⁽³⁾						
Lait, léger	115,97	175,75	109,01	0,9824	50,47	1,8195
Lourd	126,59	188,76				
					51,51	1,8564
						27,52
						2,0822

⁽¹⁾ Taux de cotisation après réduction.

⁽²⁾ Le revenu stabilisé tient compte des interventions des programmes Agri-stabilité et Agri-Québec.

⁽³⁾ La compensation est répartie aux deux tiers sur le nombre de brebis et au tiers sur le nombre de kilogrammes en 2009, au tiers sur le nombre de brebis et aux deux tiers sur le nombre de kilogrammes en 2010 et en 2011 et finalement à 25 % sur le nombre d'agneaux et à 75 % sur le nombre de kilogrammes en 2012.

Source : Statistiques de la FADQ; compilation du MAPAQ.

3.6. LES CONSTATS

- La production mondiale de viande ovine a diminué de 3,6 % entre 2007 et 2011, mais est encore à un niveau supérieur à celui de 2002.
- La production ovine canadienne a diminué de 8 % entre 2007 et 2011 (2 % par année) et cette diminution s'observe principalement dans les provinces de l'Ouest canadien.
 - La production québécoise a été relativement stable (baisse de 0,3 % par année).
 - La production ontarienne a augmenté de 2,7 % par année.
- Le cheptel ovin canadien a augmenté de 2 % pour la période de 2007 à 2011, mais est encore à un niveau plus faible que celui de la période de 2002 à 2006.
 - Le cheptel ovin québécois a diminué de 8 %, principalement en raison d'une réduction du nombre de brebis. En 2012, il était 2 % inférieur à celui de 2002.
 - Le cheptel ovin ontarien a augmenté de 13 %.
 - Le cheptel ovin de l'Ouest canadien est resté stable.
- Malgré une diminution du cheptel ovin québécois, la production du Québec est restée relativement stable.
- C'est au Québec que le cheptel moyen par entreprise est le plus élevé, avec 234 ovins. L'Ontario arrive deuxième avec, en moyenne, 116 têtes par entreprise.
- Les entreprises ovines sont présentes sur l'ensemble du territoire agricole québécois.
- Le Québec compte une vingtaine d'entreprises spécialisées dans la production d'agneaux certifiés relativement au terroir (IGP Agneau de Charlevoix) et au mode de production (biologique).
- Les performances techniques des entreprises ovines québécoises, selon les enquêtes sur le coût de production de l'agneau, sont similaires en 2006 et en 2011.
- Les entreprises québécoises ont de la difficulté à atteindre la rentabilité et leur taux d'endettement augmente.
 - Les charges et les produits sont en hausse.
 - La marge par brebis après rémunération du travail et du capital est de -114 \$ pour la moyenne des entreprises.
- Les entreprises qui ont la capacité de produire le plus de kilogrammes d'agneau avec le minimum de charges peuvent dégager une marge supérieure.
- Pour améliorer le nombre de kilogrammes d'agneau vendus par brebis, les entreprises québécoises ont dû accroître :
 - Le nombre d'agnelages par brebis;
 - Le nombre d'agneaux réchappés par brebis;
 - Le poids des agneaux vendus.
- Les producteurs ovins du Québec obtiennent un rendement du capital semblable à celui de leurs homologues canadiens, mais inférieur à celui des industries bovine et laitière.
- L'augmentation des revenus tirés des marchés a permis de diminuer la dépendance à l'ASRA.
- Malgré une diminution du cheptel et du nombre d'entreprises, le nombre de kilogrammes d'agneaux par brebis assurée est en hausse.
- Selon les données de la FADQ, en 2012, 9,7 % des entreprises inscrites à l'ASRA possédaient plus de 501 brebis. Ces entreprises élevaient 31,5 % des brebis et produisaient 33,1 % des agneaux et 36,6 % des kilogrammes.

- La compensation totale de l'ASRA a atteint son niveau le plus élevé en 2008, à 330,71 \$ par 100 kg d'agneau. Elle a, par la suite, diminué de 25,0 % pour atteindre 248,17 \$ en 2012, soit son niveau le plus bas.

4. LA STRUCTURE DE LA MISE EN MARCHÉ

L'industrie ovine regroupe la production de viande d'agneau, de lait de brebis et de laine. Voici quelques précisions sur les types de produits mis en marché.

Tableau 31 Caractéristiques des produits ovins mis en marché

Type de produit	Caractéristiques	Mise en marché
Agneau de lait	Agneau demandé par les communautés grecques et italiennes et consommé principalement à Noël, au Nouvel An et à Pâques. Poids vif de 13,60 à 27,20 kg (de 30 à 60 lb).	Par le producteur, généralement à l'encan
Agneau léger	Agneau surtout consommé par les communautés musulmanes et qui représente un marché à l'année. Poids vif de 27,21 à 36,28 kg (de 60,01 à 80 lb).	Par le producteur, généralement à l'encan
Agneau lourd	Agneau cible du consommateur québécois et de la communauté juive. Il représente un marché à l'année et il est communément appelé l'« agneau du Québec ». Agneau de moins d'un an dont le poids vif se situe entre 36,29 et 58,97 kg (de 80,01 à 130 lb).	Par l'Agence de vente des agneaux lourds ou par le producteur par l'intermédiaire de l'Agence
Lait de brebis	Lait frais ou congelé issu de la traite des brebis, généralement de race laitière.	Par le producteur
Laine de mouton	Fibre naturelle issue de la tonte des moutons.	Par le producteur ou par la Coopérative canadienne des producteurs de laine.

4.1. LE PLAN CONJOINT

4.1.1. La mise en contexte du cadre légal

Au Québec, la mise en marché collective a été instaurée pour favoriser la commercialisation des produits agricoles, de la pêche et de la forêt, compte tenu du nombre important d'entreprises devant négocier avec un nombre restreint d'acheteurs. Le principal instrument utilisé est le plan conjoint, dont l'administration est confiée soit à un office créé expressément pour ce faire, soit à un syndicat professionnel composé exclusivement de producteurs du produit visé par le projet de plan, ou encore à une coopérative agricole ayant pour seul objet la mise en marché du produit visé par le projet de plan.

Le 20 octobre 1982, le plan conjoint des producteurs d'ovins du Québec est entré en vigueur. Ce plan de portée provinciale visait l'ensemble des ovins produits au Québec (agneaux et moutons) ainsi que la laine. Les producteurs ont choisi de désigner leur syndicat professionnel (Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec – FPAMQ) pour administrer ce plan conjoint plutôt que de créer un office à cette fin.

Le plan conjoint doit permettre de contribuer à assurer un revenu prévisible et constant à chaque producteur. En contrepartie, ce même plan assure un approvisionnement régulier, de qualité constante, à chaque acheteur. C'est la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (LRQ, chap. M-35.1) qui encadre la mise en œuvre des plans conjoints. C'est également en vertu de cette loi que l'organisme (office ou autre association) responsable d'administrer le plan dispose d'un large pouvoir réglementaire. Ce pouvoir permet

d'adopter des règlements pour l'application du plan et pour assurer le financement des activités relatives à la mise en marché du produit visé.

4.1.2. Le financement

Lorsque l'organisme désigné pour agir à titre d'office est constitué en vertu de la Loi sur les syndicats professionnels (LRQ, chap. S-40), il peut percevoir, auprès des producteurs visés par le plan, une contribution qui peut servir à deux fins :

- Activités relatives à l'organisation de la mise en marché du produit visé;
- Activités syndicales de l'association accréditée en vertu de la Loi sur les producteurs agricoles (LRQ, chap. P-28) (actuellement l'Union des producteurs agricoles – UPA) ainsi que des syndicats et des fédérations régionales qui y sont affiliés.

Dans le cas de la production d'agneaux et de moutons, les producteurs déboursent une somme qui sert à ces deux fins. Les renseignements apparaissant aux états financiers de la FPAMQ (tableau 32) démontrent que les cotisations des producteurs au plan conjoint ont varié entre 1 et 1,3 million de dollars depuis 2007-2008. C'est en 2010-2011 que les revenus provenant des contributions des producteurs sont les plus élevés.

Les contributions utilisées pour le financement des activités syndicales du gestionnaire du plan ont varié entre 59 066 \$ et 78 107 \$ depuis l'année 2007-2008, tandis que celles servant au financement des activités syndicales de l'UPA ont varié entre 90 614 \$ et 119 729 \$, avec un sommet de 119 729 \$ en 2010-2011. En moyenne, ces contributions représentent respectivement 6,3 % et 9,3 % des sommes servant aux activités syndicales de la FPAMQ et de l'UPA.

Tableau 32 Évolution des contributions au plan conjoint des producteurs d'ovins et des sommes utilisées à des fins syndicales

	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Contribution des producteurs au plan conjoint						
Administration générale du plan ¹	650 818 \$	665 185 \$	579 405 \$	730 360 \$	545 456 \$	592 525 \$
Activités de commercialisation du produit ² (Agence de vente)	368 804 \$	471 701 \$	477 797 \$	534 496 \$	539 784 \$	589 689 \$
Contributions utilisées à des fins syndicales						
Activité syndicale de l'UPA ³	106 130 \$	108 976 \$	91 922 \$	119 729 \$	90 614 \$	91 351 \$
Activité syndicale de la FPAMQ ⁴	78 107 \$	75 203 \$	59 542 \$	76 123 \$	59 066 \$	64 021 \$

¹ Contribution des producteurs d'ovins, règlement 242.

² Contribution pour la vente en commun des agneaux lourds, règlement 246.

³ Contribution prévue selon le Règlement sur les contributions des fédérations et des syndicats spécialisés à l'Union des producteurs agricoles.

⁴ Ces montants comprennent le financement des 12 syndicats spécialisés et la participation au congrès général de l'UPA.

Source : FPAMQ, *États financiers du 31 août 2008 au 31 août 2013*; compilation du MAPAQ.

4.1.3. Les règlements

L'application du plan conjoint des producteurs d'ovins du Québec est actuellement soutenue par six règlements visant l'amélioration et l'encadrement des conditions de production et de mise en marché. Deux d'entre eux retiennent notre attention :

Règlement sur les contributions des producteurs d'ovins du Québec (r. 242)

Ce règlement prévoit une contribution de 3,10 \$ par brebis productive en stock. À celle-ci s'ajoute une contribution supplémentaire annuelle de 1,50 \$ pour les années 2013 et 2014 (contribution totale de 4,60 \$). Cette dernière contribution diminuera à 1,00 \$ en 2015 et 2016 (contribution totale de 4,10 \$).

Règlement sur la vente en commun des agneaux lourds (r. 246)

Entré en vigueur le 1^{er} juin 2007, ce règlement vise tous les agneaux de moins d'un an, destinés à l'abattage, ayant moins de deux incisives permanentes et dont le poids vif est d'au moins 36,3 kg ou 16,4 kg en carcasse chaude. La FPAMQ a confié l'administration de ce règlement à l'Agence de vente des agneaux lourds. Celui-ci prévoit toutes les dispositions nécessaires à sa bonne application, notamment les modalités de mise en marché et le paiement aux producteurs.

- **Modalités de mise en marché**

La mise en marché des agneaux lourds peut se faire par engagement annuel, par ventes hebdomadaires ou encore par ventes directes à un consommateur. Dans le cas de la vente par engagement annuel, le producteur s'engage à livrer un minimum de cinq agneaux par période d'une, deux ou trois semaines. Les producteurs n'ayant pas la capacité individuelle de fournir cette quantité peuvent se regrouper pour respecter l'engagement annuel. Depuis janvier 2012, le prix des agneaux lourds vendus par engagement annuel est plus élevé de 0,25 \$/kg.

- **Paiement et cotisation aux producteurs**

Le règlement prévoit, pour chaque agneau lourd livré, des frais de mise en marché de 6,00 \$, des frais de gestion collective de 1,75 \$ et des frais de coordination de transport de 0,50 \$. Le conseil d'administration de la FPAMQ a suspendu pour une période indéterminée les frais de coordination de transport.

En 2010, l'Agence a créé un fonds pour encourager la mise en marché des agneaux lourds tout au long de l'année. Les producteurs doivent verser une contribution de 0,07 \$/kg par agneau lourd mis en marché par engagement annuel, par ventes hebdomadaires ou en surplus (en 2014, la contribution est de 0,15 \$). Ces sommes sont ensuite redistribuées aux producteurs qui prennent un engagement annuel. Ce fonds a été constitué en vertu du Règlement sur la vente en commun des agneaux lourds (r. 246).

Pour favoriser la régularité d'approvisionnement durant la période hivernale, une somme de 0,25 \$/kg est prélevée, depuis 2011, sur l'ensemble des agneaux mis en marché par l'Agence pendant la période du 1^{er} juin au 30 novembre de chaque année. Les fonds ainsi cumulés sont ensuite répartis entre tous les agneaux livrés du 1^{er} décembre au 31 mai de l'année suivante.

Le plan conjoint ne prévoit aucun règlement de contingentement de la production, aucun règlement de mise en commun des frais de transport ni aucun règlement limitant la vente directe du producteur au consommateur final. Dans le cadre de la vente directe des agneaux lourds au consommateur final, les producteurs doivent toutefois déclarer à l'Agence les agneaux vendus et acquitter les frais de gestion collective de 1,75 \$.

4.2. LA CONVENTION DE MISE EN MARCHÉ COLLECTIVE

L'organisme qui administre un plan conjoint peut inviter les acheteurs à négocier les modalités d'une convention de mise en marché, un contrat de nature privée dont les conditions sont négociées par les parties concernées. Ce contrat peut porter, par exemple, sur les conditions de production, le transport et le classement du produit, les prix et les conditions de paiement. Ces modalités varient considérablement d'une convention à l'autre, selon les décisions des producteurs et selon le mandat qu'ils choisissent de confier aux administrateurs de leur plan conjoint.

Pour être valides, les ententes qui résultent de ces négociations doivent être homologuées par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ). C'est ce que l'on appelle communément la « convention ». Celle-ci, à la demande de l'office, peut voir son application également étendue à tous les acheteurs par la Régie. En cas d'échec de la négociation, les parties peuvent demander à la Régie de désigner un conciliateur et, le cas échéant, d'arbitrer le litige. La

sentence arbitrale (ou convention décrétée) tient lieu de convention homologuée et a les mêmes effets que celle-ci.

Dans le cas de la production ovine, l'application du plan conjoint est actuellement soutenue par une convention de mise en marché touchant seulement la vente de l'agneau lourd. Une première convention a été homologuée en octobre 2006 et a été modifiée à quelques reprises par la suite. Une seconde convention homologuée est en vigueur depuis le 1^{er} décembre 2012. Cette convention a pour objectifs :

- De favoriser l'écoulement sur le marché des agneaux lourds nés et élevés au Québec;
- De contribuer au développement de l'industrie, tant au regard de la production et de l'approvisionnement que de la transformation et de la distribution;
- D'aider au partage des risques et des bénéfices associés à cette industrie.

Dans le cadre de cette convention, la FPAMQ a été mandatée pour agir à titre d'agent de négociation et d'agent de vente pour tous les agneaux lourds produits et élevés au Québec. Tous ces agneaux doivent donc transiter par l'Agence de vente des agneaux lourds de la FPAMQ. D'ailleurs, un producteur qui souhaite vendre des agneaux lourds à des restaurateurs, à des boucheries ou à tout autre petit marché doit s'inscrire comme acheteur auprès de cette agence et respecter les conditions de la convention homologuée et étendue.

Pour assurer le bon fonctionnement de l'Agence, une convention sur les garanties de responsabilité financière des acheteurs d'agneaux lourds a été homologuée et étendue à tous les acheteurs le 11 novembre 2008. Cette convention prévoit que tous les acheteurs désireux de se procurer des agneaux lourds doivent s'inscrire comme acheteur accrédité auprès de l'Agence et doivent verser une caution équivalant à la valeur marchande des agneaux devant être acquis sur une période d'une semaine.

Classification des carcasses

Les carcasses d'agneaux lourds sont payées en fonction de leur qualité. La procédure de vérification de la qualité et du classement de la viande ovine est régie par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche. Elle est soumise au Règlement sur la vente en commun des agneaux lourds et à la Convention de mise en marché des agneaux lourds. L'Agence est responsable de l'équipe de classificateurs d'agneaux lourds.

Deux paramètres sont utilisés pour déterminer l'indice de classement. Il s'agit de la conformation de la carcasse et de l'épaisseur de gras dorsal.

En 2012, 80 % des agneaux lourds mis en marché avaient un indice de classement égal ou supérieur à 100. En 2009, 76 % des carcasses avaient un indice égal ou supérieur à 100.

Prix

Selon la convention, le prix des agneaux lourds est négocié au moins une fois l'an pour les périodes convenues entre les parties. Des ajustements de prix peuvent être apportés avec l'accord des deux parties. Depuis les mises en place de l'agence de vente, le nombre de négociations pour les prix est passé de 2 dans l'année 2009 à 9 en 2013

Encan spécialisé

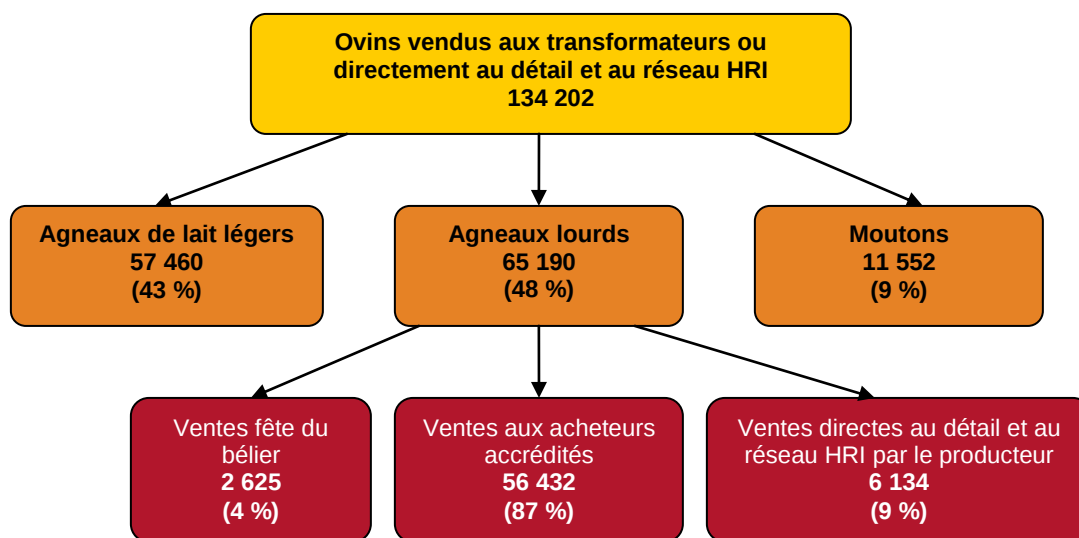
Depuis 2010, la FPAMQ organise, une fois par année, un encan spécialisé d'agneaux lourds mâles vivants dans le cadre de la fête du bélier (Aïd al-Adha). Le nombre d'agneaux mis en marché dans le cadre de cet encan est passé de 1 700 en 2010, à 2 914 en 2011 et à 3 438 en 2012.

4.3. LA PROPORTION D'AGNEAUX MIS EN MARCHÉ

Depuis les débuts de la mise en marché collective des agneaux lourds par l'Agence de vente des agneaux lourds en juin 2007, le volume d'agneaux mis en marché augmente chaque année. Entre 2008 et 2012, le nombre d'agneaux lourds commercialisés a augmenté de près de 18 %. En 2011, un peu plus de 65 000 agneaux lourds ont été vendus par l'Agence, dont 66 % par engagement annuel. Le nombre d'agneaux mis en marché par engagement annuel a varié entre 65 % et 73 % de 2008 à 2012.

La figure 14 présente la répartition des ovins mis en marché en 2011. On observe que la proportion des ventes d'agneaux lourds est semblable à celle des ventes d'agneaux de lait légers. La majorité des agneaux lourds commercialisés ont été vendus aux acheteurs accrédités. En outre, 4 % des agneaux lourds ont été mis en marché par le système d'encan spécialisé organisé dans le cadre de la fête du bélier (Aïd al-Adha) et 9 % ont été vendus directement au détail et au réseau HRI par le producteur.

Figure 14 Répartition des ovins mis en marché en 2011 selon le type d'agneaux



Note : Le total de têtes abattues et inspectées correspond à l'addition de 128 068 têtes vendues aux transformateurs et de 6 134 têtes vendues par l'Agence de ventes des agneaux lourds au détail et au réseau HRI.

Source : Compilation du MAPAQ.

4.4. LE SECTEUR LAITIER

Les agneaux issus des entreprises de brebis laitières sont assujettis à la mise en marché collective des agneaux et au plan conjoint. Toutefois, il n'existe aucun règlement ni aucune convention encadrant la mise en marché du lait de brebis. La commercialisation de celui-ci se fait par des ententes de gré à gré ou par des contrats écrits entre les producteurs et les fromageries. Dans certains cas, les producteurs transforment eux-mêmes leur lait. Dans d'autres cas, ils font affaire avec un, deux ou trois acheteurs.

Le paiement du lait n'est donc pas standardisé et varie selon les ententes. En général, la base de paiement est le volume en litres sans considération du rendement fromager ou des composants du lait. La fréquence de livraison du lait de brebis est très variable d'une entreprise à l'autre selon la distance à parcourir, le volume de lait livré et l'état du lait (frais ou congelé). Dans certains cas, le lait est livré tous les deux jours et dans d'autres, il est livré deux fois par année.

4.5. LE SECTEUR DE LA LAINE

La mise en marché de la laine peut se faire par l'entremise de la Coopérative canadienne des producteurs de laine (Canadian Co-operative Wool Growers Limited – CCWG). Toute la laine mise en marché par la CCWG est classifiée selon la finesse (épaisseur de la fibre en microns) et la longueur de la fibre. Cette classification détermine le prix au kilo de la toison. Plus la laine est fine et longue, plus son prix sera élevé. Les prix de la laine sont révisés par la CCWG au moins quatre fois par année. De plus, une prime est accordée aux laines propres emballées selon les exigences de la CCWG. Celle-ci regroupe cinq centres de dépôt de laine, dont deux au Québec.

4.6. LES CONSTATS

- L'administration du plan conjoint des producteurs d'ovins du Québec semble se dérouler dans un climat de confiance entre les producteurs et leurs acheteurs. À l'exception du moment où l'Agence de vente des agneaux lourds a vu le jour, toutes les conventions de mise en marché ont bénéficié d'une entente entre les parties. La convention ainsi que l'ensemble des ajustements nécessaires concernant le prix de l'agneau lourd ont été étendus à tous les acheteurs, sans contestation.
- Le volume d'agneaux lourds mis en marché par l'Agence augmente depuis les débuts de la mise en marché collective.
- La vente en commun des agneaux lourds prévoit des mécanismes encourageant une régularité d'approvisionnement tout au long de l'année.
- La majorité des agneaux lourds mis en marché le sont par engagement annuel. En 2012, c'était le cas de 65 % des agneaux lourds.
- Les agneaux de lait et légers ne sont pas assujettis à la mise en marché collective.
- La mise en marché collective ne prévoit pas de prélèvement pour financer les projets de recherche.
- La coordination du transport a été suspendue.

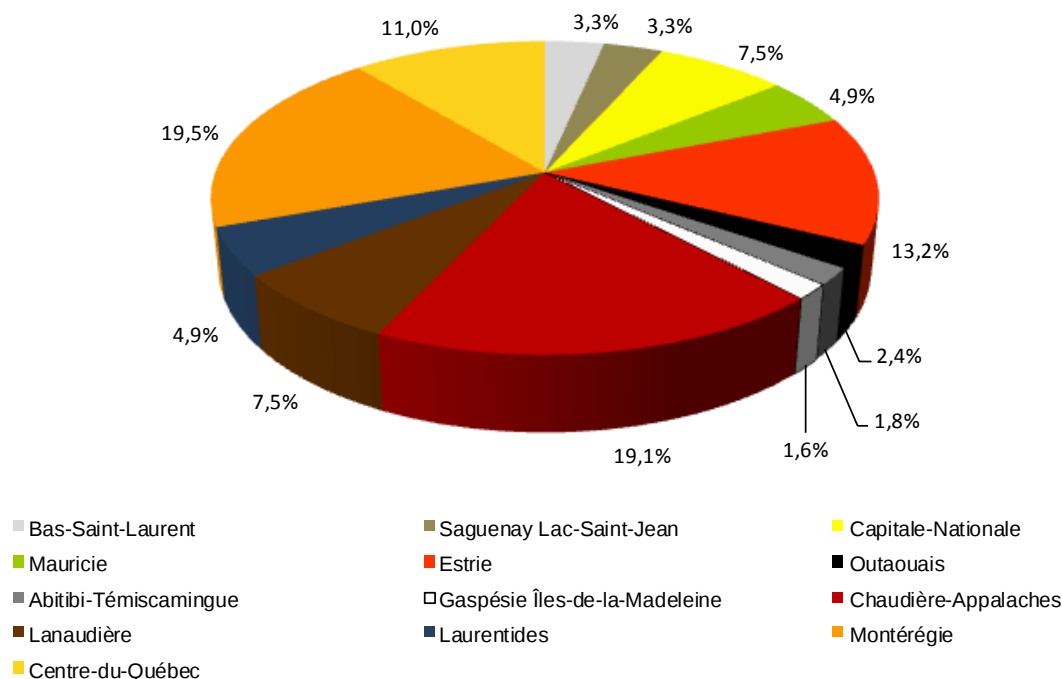
5. LA TRANSFORMATION OVINE

5.1. LES PRODUITS DE VIANDE OVINE

5.1.1. Les entreprises de première transformation : les abattoirs

Les activités d'abattage d'ovins étaient présentes dans 13 des 17 régions du Québec (figure 15) et comprenaient 66 entreprises au Québec en 2012. Les propriétaires de ces entreprises doivent être titulaires d'un permis d'exploitation fédéral ou provincial. Seuls les établissements qui abattent des animaux pour la consommation personnelle ne sont pas tenus de posséder ce permis.

Figure 15 Répartition régionale des entreprises de transformation de viande ovine, moyenne 2007-2012



Source : Compilation du MAPAQ.

Parmi les 35 établissements d'abattage agréés par le gouvernement fédéral au Québec, cinq déclarent des activités d'abattage de moutons, d'agneaux et de chèvres. Ces cinq abattoirs sont habilités à respecter les règles d'un abattage rituel halal et quatre d'entre eux le sont pour le rite kasher. Ce sont des établissements multispèces qui pratiquent d'autres types de transformation, notamment la transformation bovine.

À l'échelle provinciale, les établissements peuvent se prévaloir de deux types de permis, un permis d'abattoir sous inspection permanente (permis A) ou un permis d'abattoir transitoire ou de proximité (anciennement appelé « permis B »). Quinze abattoirs A sont autorisés à abattre des ovins de même que des bovins, des porcs et des chevaux. Ces établissements peuvent effectuer la vente en gros de la viande, à la différence des entreprises disposant d'un permis de proximité, qui doivent vendre leurs produits directement aux consommateurs. En 2012, 46 abattoirs transitoires ou de proximité avaient les installations nécessaires pour effectuer des abattages de viande rouge. De ceux-là, 34 établissements ont effectué de l'abattage d'ovins.

Dans une forte proportion, les abattoirs transitoires ou de proximité généralement multispèces, comptent moins de dix employés et leur chiffre d'affaires est d'ordinaire situé sous la barre des dix millions de dollars. Les entreprises répertoriées ne réalisent pas d'exportation.

Durant la période de 2007 à 2012, le nombre d'abattoirs ayant la capacité d'abattre des ovins a diminué de 15 %, essentiellement à la suite de la fermeture de nombreux abattoirs transitoires et de proximité.

Durant la période de 2007 à 2012, le nombre de têtes abattues au Québec a diminué de 18,9 % dans les abattoirs sous inspection provinciale de type A et de 16,1 % dans ceux de transition, mais il est resté sensiblement le même dans les abattoirs sous inspection fédérale. Cependant, dans ce dernier cas, les chiffres comprennent les données des provinces atlantiques. La proportion d'abattages relative de chacun des types d'abattoirs se trouve dans le tableau 33 et la figure 16.

Tableau 33 Nombre d'ovins abattus au Québec suivant le type d'abattoirs

	Abattoirs provinciaux A	Abattoirs transitoires et de proximité	Abattoirs fédéraux ¹	Total
2007	68 745	10 533	74 775	154 053
2008	67 543	11 521	71 842	150 906
2009	69 468	7 973	76 898	154 339
2010	65 370	8 134	74 376	147 880
2011	63 866	7 496	70 915	142 277
2012	55 149	8 842	75 096	138 087
Moyenne	65 024	9 083	73 984	148 091
Variation 2012-2007	-19,8 %	-16,1 %	0,4 %	-11 %

¹ Comprend les provinces atlantiques.

Source : Agence canadienne d'inspection des aliments, *Nombre de moutons/agneaux abattus dans les établissements inspectés par les gouvernements provinciaux au Canada*.

5.1.2. La comparaison avec les autres provinces canadiennes

Sur le plan des abattages d'ovins dans les entreprises sous inspection provinciale, l'Ontario se trouve au premier rang, accaparant plus de 67 % des activités de transformation en 2012. Le Québec se situe, pour sa part, au deuxième rang, ayant transformé, avec les provinces atlantiques, près de 21 % de la production canadienne au cours de la même année. Durant la période de 2007 à 2012, le Québec et les provinces atlantiques ont vu leur volume d'abattage diminuer de 15 %, surtout entre 2011 et 2012, tandis que l'Ouest canadien a vu son volume augmenter de 4 %. En 2012, la quantité d'ovins abattus au Québec représentait 86 % de l'abattage de l'Est canadien.

5.1.3. Les entreprises de deuxième transformation : la charcuterie

Le Québec compte actuellement 134 entreprises de transformation alimentaire dans le secteur de la charcuterie. Celles-ci se répartissent dans l'ensemble des régions du Québec, à l'exception de l'Outaouais (7) et du Nord-du-Québec (10). Le tableau 34 donne le nombre d'entreprises dans chacune des régions; cependant, les données ne permettent pas de sélectionner les entreprises utilisant spécifiquement de la viande ovine.

Tableau 34 Répartition régionale des entreprises de transformation alimentaire du secteur de la charcuterie, toutes espèces confondues

Région administrative du Québec	Nombre d'entreprises dans la région	Proportion de la province de Québec
01 Bas-Saint-Laurent	11	8,20 %
02 Saguenay–Lac-Saint-Jean	7	5,22 %
03 Québec	15	11,19 %
04 Mauricie	4	2,99 %
05 Estrie	7	5,22 %
06 Montréal	32	23,88 %
08 Abitibi-Témiscamingue	2	1,49 %
09 Côte-Nord	1	0,75 %
11 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	4	2,99 %
12 Chaudière-Appalaches	13	9,70 %
13 Laval	7	5,22 %
14 Lanaudière	7	5,22 %
15 Laurentides	5	3,73 %
16 Montérégie	18	3,43 %
17 Centre-du-Québec	1	0,75 %

Source : Compilation du MAPAQ.

Ces entreprises se répartissent en trois groupes :

- 41 % d'entre elles déclarent un chiffre d'affaires de moins de 1 million de dollars;
- 32 % ont un chiffre d'affaires compris entre 1 et 10 millions de dollars;
- 27 % montrent un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de dollars.

5.2. LES PRODUITS LAITIERS OVINS

Au Québec, la production de lait de brebis a pris son envol au début des années 1990. À l'époque, il n'y avait que quelques fromageries qui fabriquaient du fromage de lait de brebis. Par la suite, d'autres entreprises se sont ajoutées. Aujourd'hui, il existe sept producteurs de lait de brebis qui transforment leur propre lait et, dans certains cas, celui d'autres fermes. De plus, 13 autres fromageries achètent non seulement du lait de brebis, mais aussi du lait de vache ou du lait de chèvre et le transforment.

La presque totalité du lait de brebis produit au Québec sert à la fabrication de fromages. En 2012, la production totale de fromages de lait de brebis était estimée à près de 80 tonnes métriques. Les entreprises fabriquent des fromages frais, à pâte molle, semi-ferme, ferme et persillée. Quelques fromageries mettent en marché des fromages de laits mélangés (vache, chèvre et brebis). Certains fromages sont au lait cru, d'autres pasteurisés. Il existe plus d'une trentaine de fromages québécois au lait de brebis, sans compter ceux qui sont mélangés avec d'autres types de lait (vache et chèvre). Environ quatre fromageries fabriquent du yogourt à base de lait de brebis au Québec.

Il existe très peu d'information sur le nombre d'emplois dans ce secteur d'activité. On estime à près de 40 le nombre de personnes travaillant dans la transformation du lait de brebis au Québec, y compris les propriétaires d'entreprise.

La concurrence est très forte dans le secteur fromager. L'offre de fromages québécois est très diversifiée et entre en concurrence avec les 24 000 tonnes de fromages importés annuellement au Canada. Le consommateur a donc à sa portée une grande variété de produits, dont plusieurs faits à base de lait de brebis. Étant donné la qualité, les saveurs et le nombre moins élevé des fromages de lait de brebis déjà commercialisés, il existe encore un potentiel de développement pour ce type de marché.

Chaque année, deux ou trois petites fromageries (vache, chèvre ou brebis) voient le jour et environ le même nombre cessent leurs activités.

5.3. LES CONSTATS

- Les activités d'abattage d'ovins sont présentes dans 13 des 17 régions du Québec.
- Le nombre d'abattoirs d'ovins a diminué de 15 % entre 2007 et 2012, essentiellement à la suite de la fermeture de nombreux abattoirs transitoires et de proximité.
- Au Québec, le nombre d'ovins abattus dans les abattoirs sous inspection fédérale est semblable à celui abattu dans les abattoirs sous inspection provinciale de type A.
- Le nombre d'ovins abattus au Québec a diminué de 11 % entre 2007 et 2012
- Le nombre d'ovins abattus a diminué dans les abattoirs transitoires et de proximité sous inspection provinciale.
- La presque totalité du lait de brebis produit au Québec sert à la fabrication de fromages.
- Il existe plus d'une trentaine de fromages québécois au lait de brebis.
- La concurrence est très forte dans le secteur fromager.

6. LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR OVIN

La compétitivité peut être définie comme étant la capacité d'accroître ou de maintenir ses parts de marché d'une façon rentable et soutenue. L'analyse de l'évolution des parts de marché calculées à partir des recettes du marché est un baromètre de la compétitivité. En principe, plus on est compétitif sur un marché, plus on y accaparerait des parts, à moins d'occasions meilleures sur d'autres marchés.

L'analyse des recettes monétaires du secteur ovin québécois révèle que celles-ci sont surévaluées de six à sept millions par année pour les années 2007 à 2011. Ce biais provient de la méthode d'estimation des prix servant au calcul des recettes monétaires. En effet, l'organisme Statistique Canada utilise les données dont il dispose présentement, soit les ventes à l'encan de Saint-Hyacinthe. Il s'agit principalement des ventes d'agneaux de lait, d'agneaux légers et de moutons. Or, une part importante de la production ovine provient des agneaux vendus par l'Agence de vente des agneaux lourds du Québec. Actuellement, ces ventes d'agneaux lourds ne sont pas prises en considération dans le calcul. Les données qui suivent présentent donc l'estimation des recettes monétaires¹⁷ de l'industrie ovine à partir des ventes de toutes les catégories d'agneaux et de moutons.

6.1. L'ÉVOLUTION DES PARTS DES RECETTES DU MARCHÉ ET DE LA PRODUCTION OVINE

Selon nos estimations, de 2007 à 2011, les recettes du marché de l'industrie ovine québécoise ont augmenté à un taux moyen annuel de 3,5 %, pour s'établir à 34,7 millions de dollars en 2011 (tableau 35). Malgré cette augmentation, la part des recettes du marché du Québec dans le Canada a peu varié, passant de 24 % en 2007 à 23 % en 2011.

Tableau 35 Évolution des recettes du marché¹ (000 \$) de l'industrie ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011

		2007	2008	2009	2010	2011	TCAM 2007-2011
Québec	M	843	766	878	888	1 463	14,8 %
	A	29 483	31 716	31 041	32 170	33 286	3,1 %
	T	30 326	32 482	31 919	33 058	34 749	3,5 %
Ontario	M	3 717	3 392	4 816	5 800	5 921	12,3 %
	A	40 245	44 018	45 996	48 456	53 740	7,5 %
	T	43 962	47 410	50 812	54 256	59 661	7,9 %
Reste du Canada	M	634	489	668	900	1 131	15,6 %
	A	49 240	41 170	43 856	47 187	54 822	2,7 %
	T	49 874	41 659	44 524	48 087	55 953	2,9 %
Canada	M	5 194	4 647	6 362	7 588	8 515	13,2 %
	A	118 968	116 905	120 893	127 814	141 849	4,5 %
	T	124 162	121 551	127 255	135 402	150 364	4,9 %

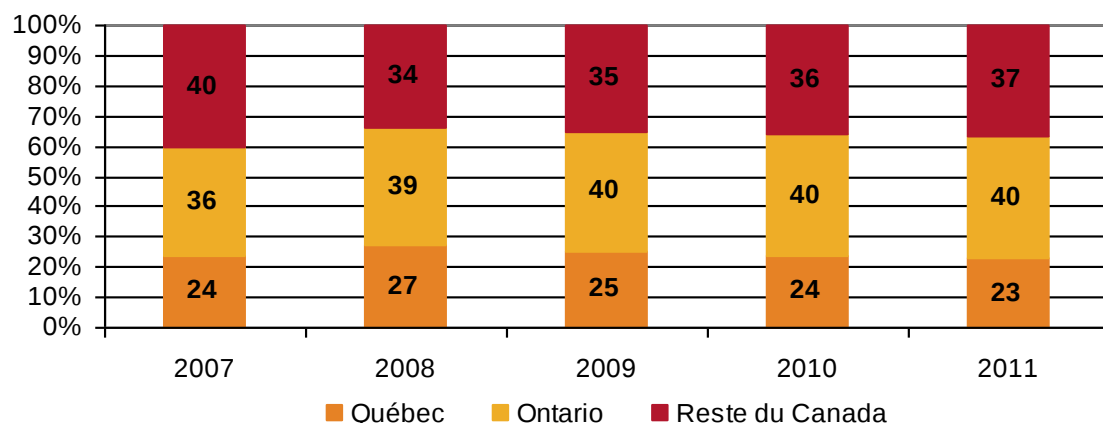
Qc = Québec Ont. = Ontario RdC = Reste du Canada Can. = Canada M = Moutons A = Agneaux T = Total
TCAM = Taux de croissance annuel moyen.

¹ Les recettes du marché n'incluent pas les frais de commercialisation.

Sources : Statistique Canada pour les données ontariennes et du reste du Canada. Pour le Québec, les recettes monétaires ont été compilées par le MAPAQ.

¹⁷ Ces recettes diffèrent de celles présentées à la section 3.5.1, où l'on comparait les revenus tirés du marché à ceux tirés de l'ASRA. Dans ce dernier cas, les recettes présentées étaient celles estimées par Statistique Canada.

Figure 16 Évolution des parts des recettes du marché (%) de l'industrie ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011



Source : Statistique Canada; compilation du MAPAQ.

En comparaison, les recettes du marché de l'industrie ovine ontarienne ont augmenté de 8 % par année pour atteindre 60 millions de dollars en 2011. Les producteurs de cette province ont vu leur part des recettes canadiennes s'accroître de 36 % à 40 % de 2007 à 2011. Cette croissance s'est faite, principalement, au détriment des autres provinces canadiennes, où la part de marché est passée de 40 % à 37 %.

Pour ce qui est des volumes de production, ceux du Québec sont demeurés relativement stables, avec un taux de diminution annuelle moyen de -0,3 % entre 2007 et 2011, pour un total de 9 113 tm en 2011 (tableau 36). Les parts de marché de la production ovine du Québec ont donc peu varié et sont passées de 21 % à 22 % au cours de cette période.

Tableau 36 Évolution de la production ovine (tonnes) sur base vivante du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011

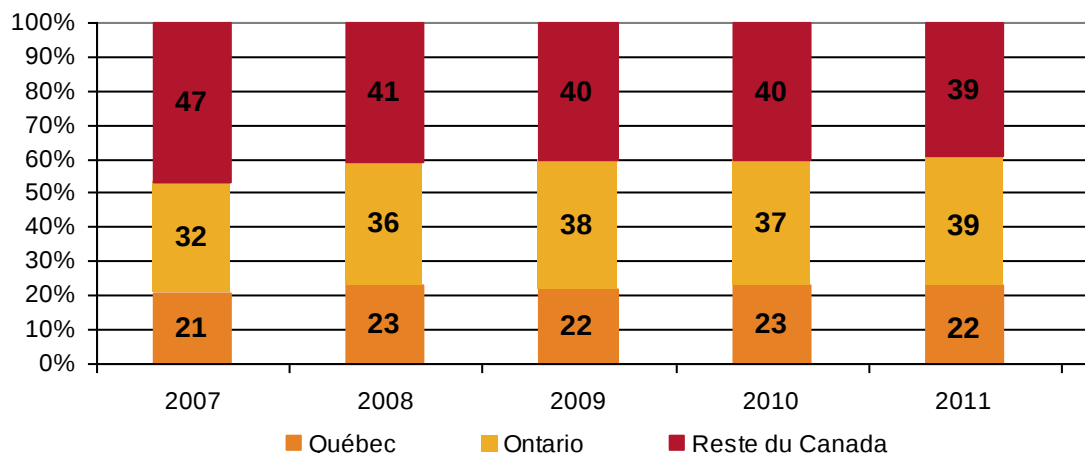
	2007	2008	2009	2010	2011	TCAM 2007-2011
Québec	9 231	10 026	9 692	9 471	9 113	-0,3 %
Ontario	14 142	15 589	16 373	15 608	15 728	2,7 %
Reste du Canada	20 648	17 597	17 344	16 899	15 872	-6,4 %
Canada	44 021	43 212	43 409	41 978	40 713	-1,98 %

TCAM = Taux de croissance annuel moyen.

Sources : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec (ISQ); compilation du MAPAQ.

En Ontario, la production est passée de 14 000 tm en 2007 à presque 16 000 tm en 2011, soit un taux de croissance annuel moyen de 2,7 %. La part de la production ontarienne a donc enregistré une augmentation pour s'établir à 39 % du total de la production canadienne en 2011 (figure 17). Cette croissance s'explique par la baisse de la production du reste du Canada, dont le taux annuel s'est établi à -6,4 % et dont la part est passée de 47 % à 39 % du total de la production canadienne.

Figure 17 Évolution des parts de marché (%) de la production ovine du Québec, de l'Ontario et du reste du Canada, de 2007 à 2011



Sources : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec (ISQ); compilation du MAPAQ.

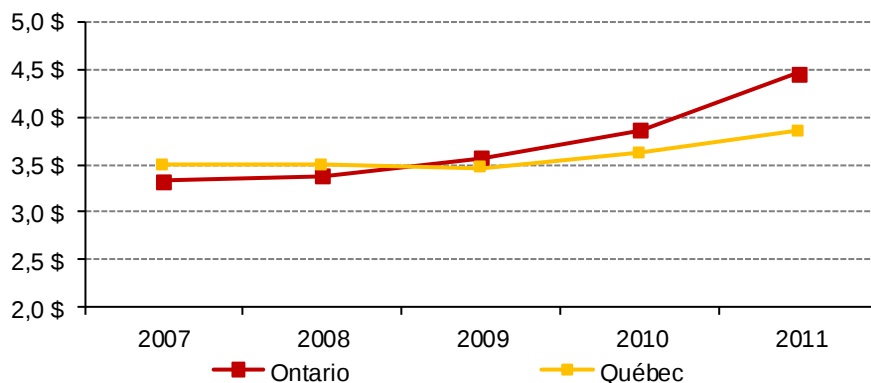
De 2007 à 2011, la stabilité annuelle de la production du Québec (-0,3 %) et la faible augmentation annuelle de la production de l'Ontario (2,7 %) ne peuvent expliquer, à elles seules, les niveaux de croissance des recettes du marché de 3,1 % et de 7,9 % respectivement. L'augmentation des prix a donc contribué à la hausse des recettes.

À cet égard, la section ci-dessous montre l'évolution des prix des agneaux et des moutons du Québec et de l'Ontario¹⁸.

Agneaux lourds

De 2007 à 2011, le prix du marché pour l'agneau lourd du Québec a montré une croissance annuelle de 2,5 %. En Ontario, la hausse annuelle du prix de marché pour ce type d'agneaux a été de 7,6 %. Durant la même période, le prix du marché pour l'agneau lourd au Québec a été inférieur, en moyenne, de 0,14 \$/kg à celui de l'Ontario (figure 18). Malgré cela, les prix mensuels de l'agneau lourd montraient plus de stabilité au Québec qu'en Ontario.

Figure 18 Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau lourd au Québec et en Ontario, de 2007 à 2012



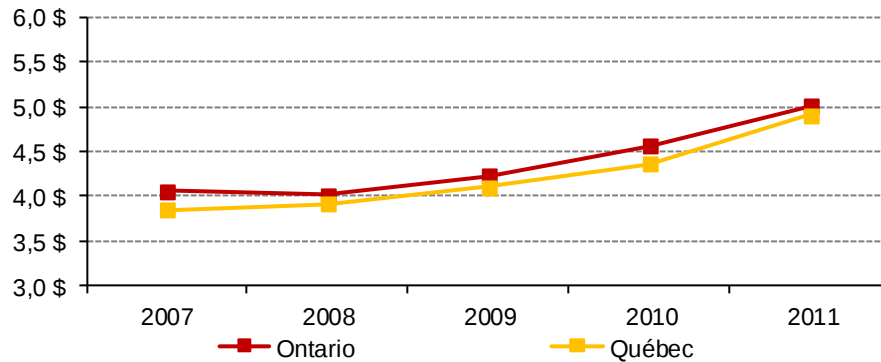
Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada et la FPAMQ; compilation du MAPAQ.

¹⁸ La méthodologie utilisée pour l'estimation des prix du Québec et de l'Ontario ne permet pas de comparer ces prix avec ceux du reste du Canada. Malheureusement, les sources de données ne sont pas les mêmes, et ne sont pas compatibles pour réaliser une telle comparaison.

Agneaux légers et de lait

Entre 2007 et 2011, le prix de l'agneau léger a progressé plus rapidement au Québec qu'en Ontario, soit de 6,3 % et de 5,4 % respectivement. Néanmoins, le prix moyen du Québec a été inférieur de 0,15 \$/kg vif à celui de l'Ontario.

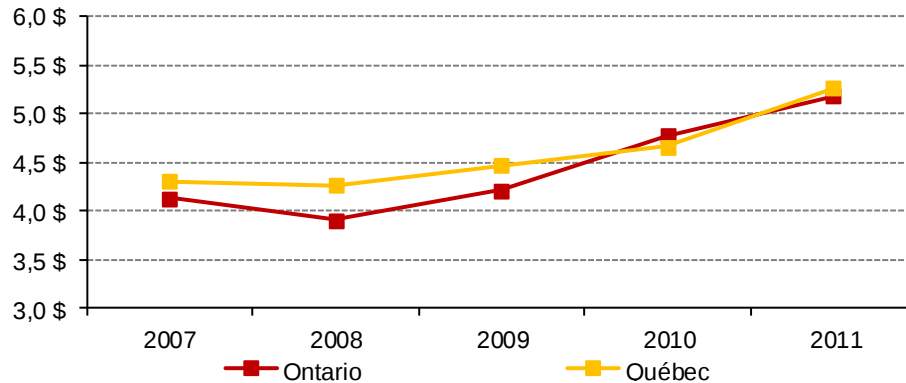
Figure 19 Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau léger au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada; compilation du MAPAQ.

En ce qui concerne le prix de l'agneau de lait, durant la même période, le Québec a montré une progression annuelle moyenne de 5,1 %, tandis l'Ontario a vu son prix augmenter de 6 %. C'est dans cette catégorie d'agneau que le prix au Québec a été, en moyenne, 0,15 \$/kg vif plus avantageux que celui de l'Ontario.

Figure 20 Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) de l'agneau de lait au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011

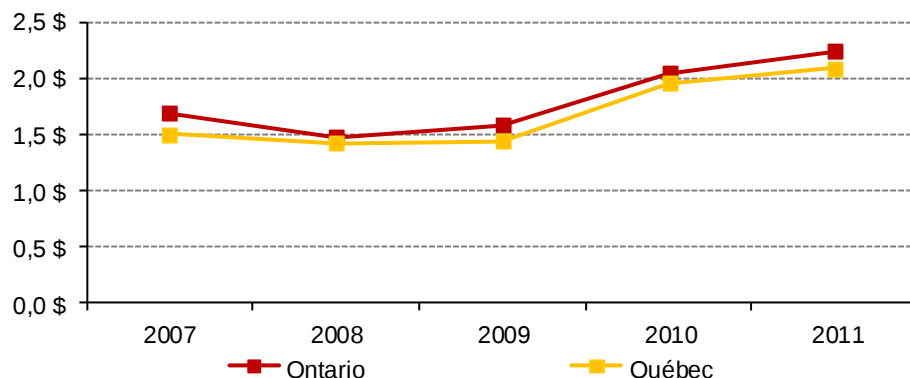


Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada; compilation du MAPAQ.

Les moutons

De 2007 à 2011, le prix du mouton au Québec a été inférieur, en moyenne, de 0,13 \$/kg vif à celui de l'Ontario. Il a cependant montré une progression annuelle de 8,5 % comparativement à 7,4 % pour l'Ontario.

Figure 21 Évolution du prix moyen pondéré (\$/kg vif) du mouton au Québec et en Ontario, de 2007 à 2011



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada; compilation du MAPAQ.

En somme, la majorité des prix de tous les types d'agneaux et moutons présentent un taux de croissance annuel non négligeable, notamment celui de l'agneau lourd ontarien, qui a progressé annuellement de 7,6 %. Au Québec, la croissance du prix pour ce type d'agneau a été de 2,5 % annuellement (tableau 37). Il faut souligner que, de 2007 à 2011, l'agneau lourd a représenté 34 % du total de têtes vendues en Ontario et 43 % de celles vendues au Québec.

Tableau 37 Taux de croissance annuel moyen (%), prix moyen (\$/kg vif), différence de prix moyen et répartition moyenne des ventes d'agneaux lourds, légers, de lait et de moutons du Québec et de l'Ontario, de 2007 à 2011

	TCAM (%)		Prix moyen (\$/kg vif)		Différence Qc/Ont.	Têtes vendues (%)	
	Qc	Ont.	Qc	Ont.		Qc	Ont.
Agneaux lourds	2,5	7,6	3,58	3,72	0,97	43	34
Agneaux légers	6,3	5,4	4,22	4,38	0,97	14	41
Agneaux de lait	5,1	5,9	4,59	4,44	1,04	33	5
Moutons	8,5	7,4	1,68	1,81	0,93	9	20

Qc = Québec Ont. = Ontario TCAM = Taux de croissance annuel moyen
Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada; compilation du MAPAQ.

En même temps, on constate que les prix ontariens ont été plus élevés, en moyenne, de 0,166 \$/kg vif pour l'agneau léger et de 0,13 \$/kg vif pour le mouton, par rapport à leurs équivalents québécois. De 2007 à 2011, ces deux catégories ont représenté 61 % du total de têtes vendues en Ontario, contre 23 % du total de celles vendues au Québec.

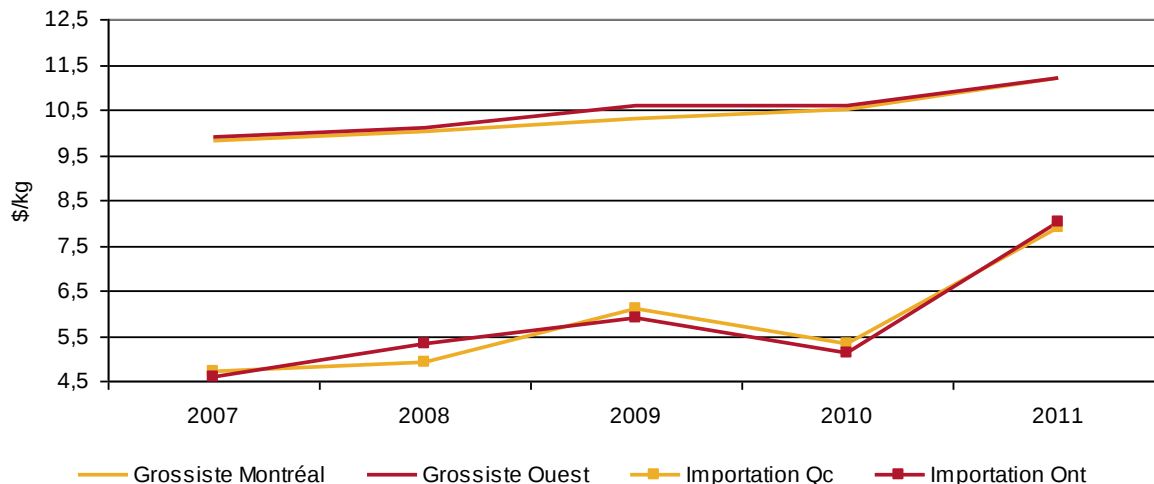
Enfin, la croissance des recettes monétaires ontariennes s'explique principalement par les augmentations annuelles des prix des agneaux et des moutons.

6.2. LA CONCURRENCE INTERNATIONALE ET INTERPROVINCIALE EN MATIÈRE DE VIANDE OVINE

Au cours de la période de 2007 à 2012, les prix d'importation de la viande ovine, au Québec et en Ontario, ont augmenté annuellement de 14 %. Cette augmentation réduit l'écart entre le prix à

l'importation et celui des grossistes de Montréal et de l'Ouest canadien, qui a progressé à un taux annuel moyen de 3 %, ce qui peut expliquer une diminution annuelle de 3,6 % du volume de viande importé par le Canada.

Figure 22 Évolution du prix de vente de l'agneau, des grossistes aux magasins de détail, et du prix d'importation pour le Québec et l'Ontario, de 2007 à 2011



Note : Les agneaux vendus par les grossistes sont des agneaux sans peau de 15 à 25 kg de Montréal et de l'Ouest canadien. Les agneaux d'importation sont des carcasses refroidies.

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada et Global Trade Atlas.

6.3. LES CONSTATS

- La part des recettes du marché du Québec a peu varié de 2007 à 2011, passant de 24 % à 23 %, et ce, malgré une légère hausse des recettes du marché pour cette période.
- La part des recettes du marché de l'Ontario a augmenté de 8 % annuellement, en moyenne, pour atteindre 40 % en 2011.
- La croissance des recettes monétaires ontariennes s'explique principalement par les augmentations annuelles des prix des agneaux et des moutons.
- Les prix de tous les types d'agneaux et moutons présentent un taux de croissance annuel moyen non négligeable. Les prix des agneaux ont été généralement plus élevés en Ontario qu'au Québec.
- L'écart entre le prix à l'importation et celui des grossistes se resserrait en 2011.

7. LA RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE ET LA CONCERTATION

7.1. LA RECHERCHE ET L'INNOVATION

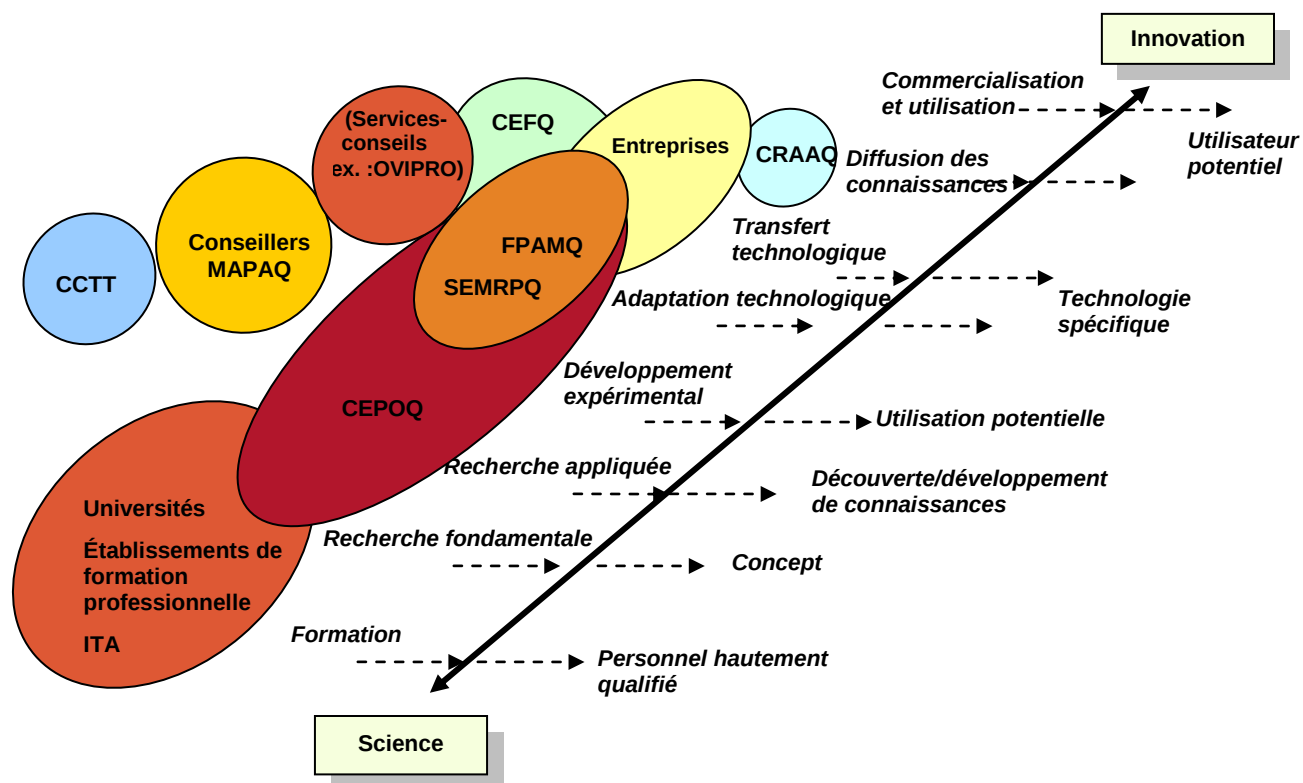
7.1.1. La chaîne d'innovation du secteur ovin au Québec

Le Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ) est un acteur majeur de la chaîne d'innovation sur le plan de la recherche appliquée, du développement expérimental ainsi que de l'adaptation et du transfert technologiques. Les facultés de l'Université Laval, de l'Université McGill et de l'Université de Montréal effectuent aussi de la recherche fondamentale et appliquée dans le secteur ovin.

Plusieurs associations de producteurs et des entreprises privées ont réalisé des projets d'adaptation et de transfert technologiques, en collaboration avec des universités, le CEPOQ, etc., et diffusé des connaissances dans le secteur ovin. Deux centres collégiaux de transfert de technologie (CCTT) ont également mené à bien ce type de projets.

Pour ce qui est du transfert technologique et de la diffusion des connaissances, les services-conseils OVIPRO, les conseillers régionaux du MAPAQ, le Centre d'expertise fromagère du Québec (CEFQ) et certains conseillers privés offrent leurs services aux producteurs ovins et aux entreprises de transformation. À cet aspect très important de la diffusion des connaissances s'ajoute le rôle joué dans la formation par les écoles, l'Institut de technologie agroalimentaire (ITA) et les universités. La figure suivante présente les principaux acteurs de la chaîne d'innovation dans le secteur ovin au Québec.

Figure 23 Chaîne d'innovation dans le secteur ovin au Québec



Notes : CEFQ : Centre d'expertise fromagère du Québec
CCTT : Centres collégiaux de transfert de technologie
CEPOQ : Centre d'expertise en production ovine du Québec
CRAAQ : Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec
FPAMQ : Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec
SEMRPQ : Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec
ITA : Institut de technologie agroalimentaire

Source : MAPAQ, Direction de l'appui à la recherche et à l'innovation.

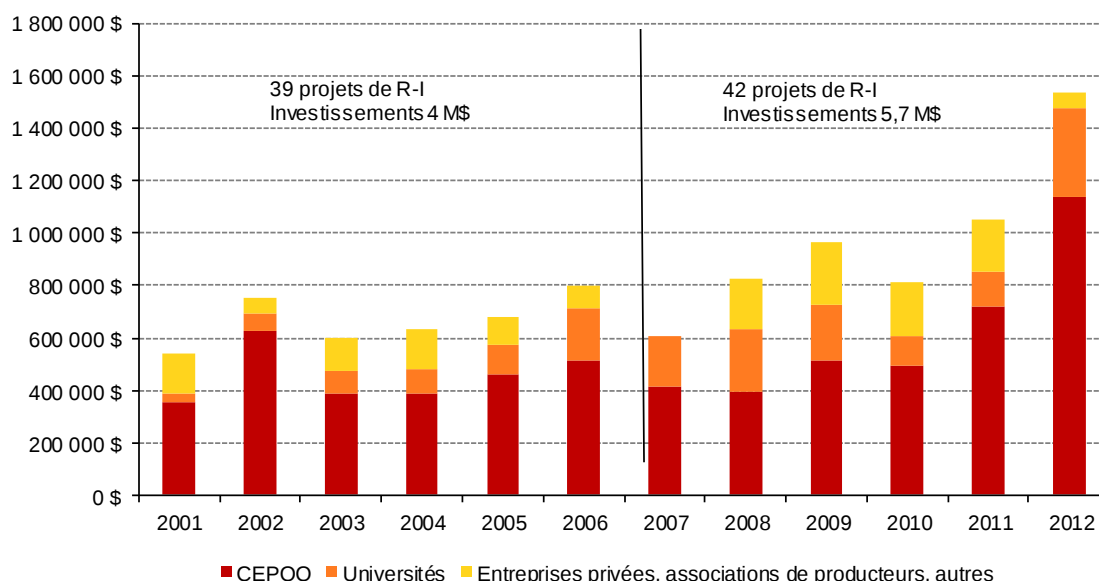
7.1.2. Les dépenses de recherche et d'innovation au Québec

On note une croissance importante des dépenses en recherche et innovation dans le secteur ovin entre 2007 et 2012, comparativement à la période de 2001 à 2006. Entre 2007 et 2012, le CEPOQ, les universités, les compagnies, les associations de producteurs et d'autres organismes ont été responsables de 42 nouveaux projets de recherche et d'innovation (R-I). Au cours de cette période, il y a eu des dépenses de 5,7 millions de dollars (figure 24).

Les projets de recherche et d'innovation portaient principalement sur la reproduction, la génétique et la conformation, la santé ovine et la production et l'économie.

Par comparaison avec la période de 2001 à 2006, le nombre total de nouveaux projets de R-I a connu une hausse de 8 %, passant de 39 à 42 projets, alors que les investissements augmentaient de 42 %, soit de 1,7 million de dollars.

Figure 24 Évolution des dépenses de recherche et innovation dans le secteur ovin au Québec de 2001 à 2012



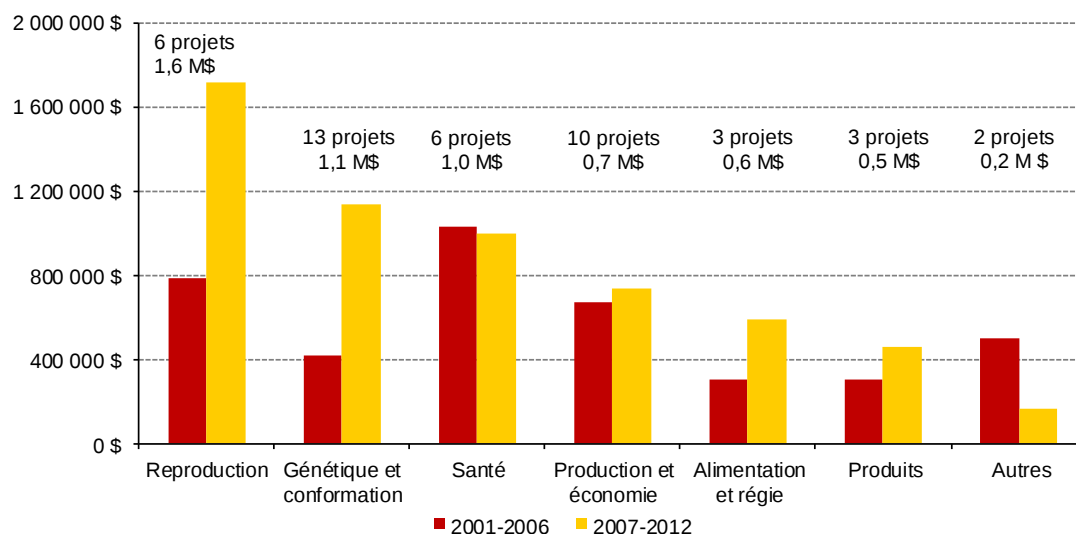
Note : En 2012, les dépenses universitaires en R-I sont préliminaires.

Sources : Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, Système d'information sur la recherche universitaire; site Web du Conseil pour le développement de l'agriculture, Longueuil, <http://www.cdaq.qc.ca>, mis à jour en janvier 2014; et MAPAQ, Direction de l'appui à la recherche et à l'innovation.

Disciplines de recherche et d'innovation dans le secteur ovin qui ont bénéficié d'importants investissements entre 2007 et 2012

Par comparaison avec la période précédente de 2001 à 2006, les hausses des dépenses en R-I ont principalement concerné les disciplines de la reproduction et de la génétique et la conformation. Celles-ci expliquaient une grande partie de la croissance de 1,7 million de dollars des investissements en R-I dans le secteur ovin pour la période de 2007 à 2012 (figure 25).

Figure 25 Dépenses de recherche et innovation selon la discipline, dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012



Sources : Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, Système d'information sur la recherche universitaire; Conseil pour le développement de l'agriculture; et MAPAQ, Direction de l'appui à la recherche et à l'innovation.

7.1.3. Les acteurs de la chaîne d'innovation au Québec

Le CEPOQ est le principal acteur de la chaîne d'innovation dans le secteur ovin au Québec. Entre 2007 et 2012, il a réalisé 28 projets de R-I d'une valeur de 3,7 millions de dollars, représentant 65 % des dépenses totales (tableau 38).

Les universités ont également mené des projets de recherche et d'innovation bénéficiant d'investissements de 1,2 million de dollars, suivies des entreprises privées et d'associations de producteurs, avec 0,8 million de dollars. Ces projets sont très souvent réalisés en partenariat avec le CEPOQ.

Tableau 38 Dépenses de recherche et innovation selon les principaux acteurs de la chaîne d'innovation, dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012

	Nombre de nouveaux projets de R-I	Dépenses totales (\$)	Proportion des dépenses (%)
CEPOQ	28	3 673 607	65
Universités	5	1 231 367	22
Entreprises privées, associations de producteurs, autres	9	772 772	13
Total	42	5 680 746	100

Sources : Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, Système d'information sur la recherche universitaire; site Web du Conseil pour le développement de l'agriculture, Longueuil, <http://www.cdaq.qc.ca>, mis à jour en janvier 2014; et MAPAQ, Direction de l'appui à la recherche et à l'innovation.

Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ)

La mission principale du CEPOQ est de promouvoir le développement de l'industrie ovine par la recherche, l'amélioration de la génétique, la vulgarisation et l'assainissement des troupeaux dans le but d'accroître la rentabilité des entreprises. Ce centre réalise, souvent en collaboration avec des chercheurs d'établissements d'enseignement et de recherche du Québec et d'autres provinces, des projets de recherche et d'innovation en production ovine.

Au cours de la période de 2007 à 2012, le CEPOQ a mis en œuvre 12 nouveaux projets de R-I en génétique et conformation, et les dépenses effectuées dans cette discipline se sont élevées à 1,1 million de dollars. Il a aussi mené quatre nouveaux projets en reproduction dont les investissements étaient également de l'ordre de 1,1 million de dollars.

À titre d'exemple, un projet avait pour sujet la validation des hypothèses de la présence de facteurs génétique et neurologique dans le développement de la condition « crampage » chez les ovins et un autre portait sur les possibilités d'intégration du gène Booroola, un gène lié à la prolificité des brebis, au schéma génétique québécois.

Un autre encore visait la création d'un programme de sélection génétique de la brebis laitière au Québec.

Une étude d'un système de production en élevage ovin basé sur l'utilisation d'un programme photopériodique alternatif continu de quatre mois de jours longs et de quatre mois de jours courts, en vue d'augmenter la prolificité des brebis, a également été réalisée en partenariat avec Agriculture et Agroalimentaire Canada et l'Université Laval.

Universités

Les universités québécoises sont aussi des acteurs importants en recherche et innovation dans le secteur ovin. Elles sont également responsables de la formation d'une main-d'œuvre hautement spécialisée dans ce secteur.

Entre 2007 et 2012, des investissements universitaires de 1,2 million de dollars et cinq nouveaux projets de R-I ont été réalisés.

Plusieurs projets avaient pour sujet la rentabilité et la pérennité des entreprises ovines, la reproduction non saisonnière des brebis et la santé animale, notamment sur le plan de la détection génétique des populations de nématodes gastro-intestinaux qui sont résistants aux benzimidazoles dans les fermes ovines au Québec. La plupart de ces projets ont été réalisés en partenariat avec le CEPOQ.

Entreprises privées et associations de producteurs

Plusieurs associations de producteurs, comme la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ) et la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec (SEMRPQ), et des entreprises agricoles ont réalisé neuf nouveaux projets de R-I, en collaboration avec les universités, le CEPOQ, etc. Des investissements de 0,8 million de dollars ont été générés entre 2007 et 2012.

Un projet de R-I étudiait l'influence des paramètres zootechniques sur la rentabilité des entreprises ovines québécoises. Un autre portait sur la mise au point d'outils pour la sélection des sujets reproducteurs dans les entreprises commerciales pour améliorer la qualité du cheptel, l'agneau produit et la rentabilité.

7.1.4. Les enjeux de recherche et d'innovation au Québec

Pour résoudre les problèmes du secteur ovin, un programme de recherche et d'innovation est né d'un consensus intervenu entre les principaux intervenants en R-I du secteur ovin (CEPOQ, FPAMQ, SEMRPQ, Université Laval) pour la période de 2013 à 2018¹⁹.

L'objectif général de ce programme de recherche et d'innovation est d'augmenter l'offre et la qualité des produits ovins pour accroître la rentabilité des entreprises tout en répondant aux exigences des consommateurs.

Plusieurs axes de recherche et d'innovation ont été définis à la suite de la constatation des faiblesses et des contraintes majeures de la production mentionnées dans le *Plan stratégique 2010-2015 pour le secteur ovin du Québec* :

- Axe 1 : Reproduction hors saison par des méthodes naturelles;
- Axe 2 : Amélioration et diversité génétique;
- Axe 3 : Qualité de la carcasse et de la viande;
- Axe 4 : Économie de la production.

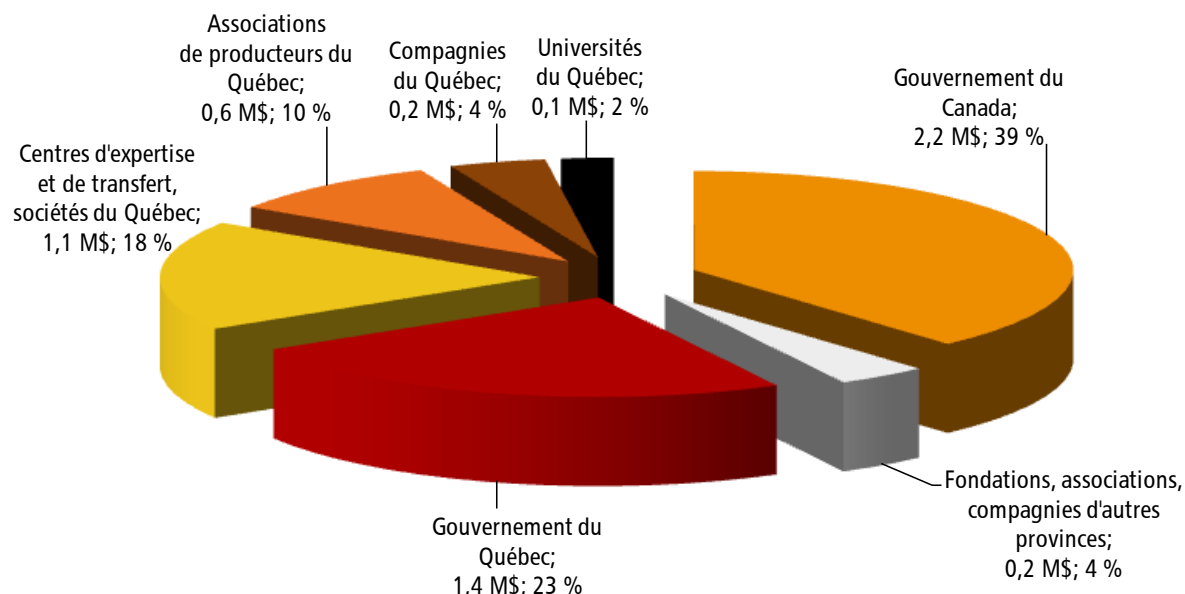
7.1.5. Le financement de la recherche et de l'innovation au Québec

De 2007 à 2012, le secteur ovin québécois a bénéficié d'une aide totale de 5,7 millions de dollars. Les diverses sources de financement sont les suivantes :

- Le gouvernement du Canada a déboursé 2,2 millions de dollars, principalement par l'intermédiaire du Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec, et le gouvernement du Québec, 1,3 million de dollars.
- Les centres d'expertise et de transfert technologique et d'autres sociétés du Québec ont contribué à hauteur de 1,1 million de dollars. Les associations de producteurs du Québec ont également participé en fournissant 0,6 million de dollars au cours de cette période.
- Finalement, le financement en recherche et innovation provenant du Québec s'est élevé à 3,2 millions de dollars, soit 57 % du total des investissements de cette période.

¹⁹ Source : CEPOQ, Université Laval, *Proposition de partenariat pour le soutien de la recherche, du développement et du transfert technologique en production ovine*, mars 2013.

Figure 26 Provenance des sommes investies en recherche et innovation dans le secteur ovin au Québec, de 2007 à 2012



Sources : Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie, Système d'information sur la recherche universitaire; site Web du Conseil pour le développement de l'agriculture, Longueuil, <http://www.cdaq.qc.ca>, mis à jour en janvier 2014; et MAPAQ, Direction de l'appui à la recherche et à l'innovation.

7.1.6. La Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine au Canada

Au cours de la deuxième rencontre de la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine en 2012, un groupe de travail a été formé pour déterminer les priorités canadiennes en matière de recherche.

Priorités de recherche et d'innovation dans le secteur ovin au Canada de 2013 à 2018

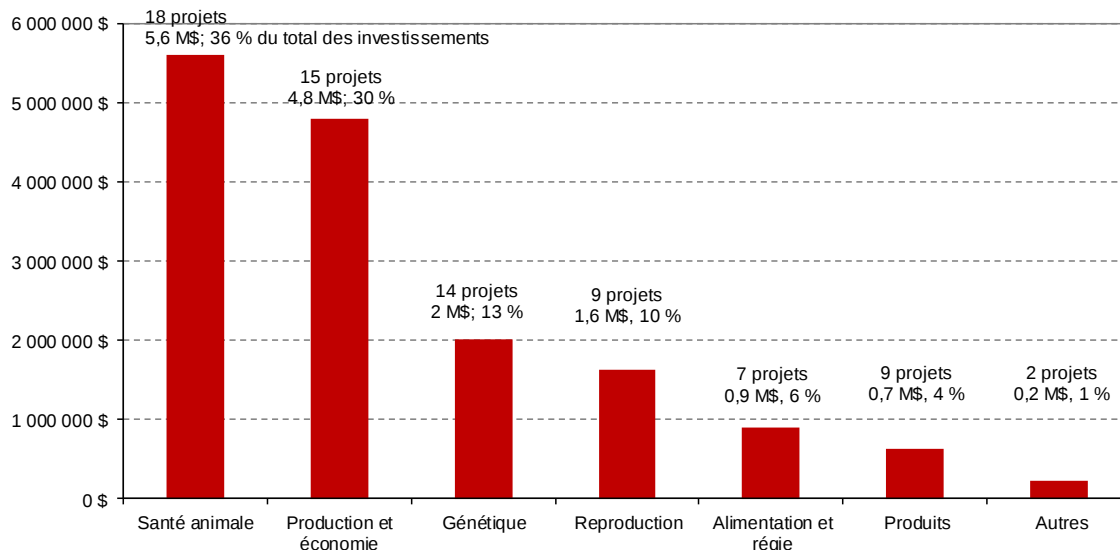
- Élaborer et mettre en application une stratégie nationale de recherche sur les ovins.
- Créer une industrie compétitive en optimisant les performances techniques, économiques et financières de la production ovine.
- Diffuser les connaissances et faire plus de transfert technologique.

Ce groupe a aussi la tâche d'améliorer la communication entre les provinces et d'accroître le financement de la recherche ovine. Finalement, il a également réalisé un portrait de la recherche et de l'innovation dans la production ovine au Canada.

Portrait de la recherche et de l'innovation dans la production ovine au Canada de 2009 à 2014

Selon ce portrait, 74 projets de recherche et d'innovation ont été réalisés ou sont en cours dans le secteur ovin, totalisant des investissements de 15,8 millions de dollars pour la période.

Figure 27 Dépenses de recherche et innovation selon la discipline, dans le secteur ovin au Canada, de 2009 à 2014



Source : Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine, groupe de travail sur la recherche, 2013.

En santé animale, 18 projets sont en cours ou ont été terminés, nécessitant des investissements de 5,6 millions de dollars. À ces projets s'ajoutent 15 projets dans le secteur de la production et de l'économie requérant des investissements de 4,8 millions de dollars.

7.1.7. L'avancement des connaissances et le transfert technologique au Québec

Le CEPOQ et les universités sont les principaux acteurs en recherche et innovation dans le secteur ovin au Québec et ils sont également très actifs sur le plan de l'avancement des connaissances et du transfert technologique.

Vulgarisation

Le CEPOQ a organisé, seul ou en collaboration, 255 conférences et 150 activités de vulgarisation (formations, journées techniques, etc.) entre 2006-2007 et 2011-2012, favorisant le transfert de nouvelles connaissances et de techniques de production. Il a également publié 210 articles scientifiques et produit 24 rapports de recherche et d'innovation, dont un grand nombre ont été présentés à l'occasion des journées annuelles de recherche en production ovine ou publiés, notamment dans les revues *Ovin Québec* et *Sheep Canada*.

Les universités ont également produit de nombreux d'articles scientifiques qui ont contribué à l'avancement des connaissances dans le secteur ovin du Québec.

Transfert technologique

Entre 2006-2007 et 2011-2012, le CEPOQ a contribué au transfert technologique en assurant la gestion, avec l'Ontario, du programme canadien d'évaluation génétique des ovins à domicile GenOvis.

Un projet de transfert technologique sur la photopériode a permis la mise au point d'outils de travail pour les producteurs et les conseillers utilisant les nouveaux programmes photopériodiques. L'implantation de la régie photopériodique de type extension lumineuse dans les entreprises ovines québécoises a également été effectuée.

Le CEPOQ a aussi réalisé le transfert technologique d'un outil faisant le diagnostic de problèmes d'ambiance en bergerie et aidant à leur résolution auprès des producteurs.

Au MAPAQ, dans chacune des directions régionales, un conseiller est spécialisé dans le secteur ovin-caprin. Ces conseillers sont regroupés au sein de la Table sectorielle ovin-caprin et offrent leur expertise pour soutenir les projets d'innovation ou collaborer à des projets de recherche.

Voici un résumé de leurs réalisations pour la période de 2007-2008 à 2012-2013 :

- Les conseillers régionaux ont organisé des journées d'information, écrit des articles et réalisé plusieurs projets d'innovation technologique. Parmi ceux-ci, notons le projet sur le contrôle de l'air et de la température à partir du plafond dans une pouponnière d'une bergerie laitière;
- Ils ont également offert des formations, comme celle sur la récolte et la conservation de la semence ovine, qui a été donnée à des étudiants en gestion et exploitation d'entreprise agricole du cégep de Lévis-Lauzon. De plus, des capsules d'information sur l'aménagement des bergeries seront diffusées.

Finalement, deux CCTT ont réalisé trois projets. Par exemple, un projet portait sur l'adaptation technologique du test de génotypage de la tremblante du mouton et un autre visait l'optimisation des paramètres de conservation du lait cru et du procédé de fabrication d'un fromage au lait de brebis.

7.1.8. Les services-conseils

Au Québec, plus de 200 entreprises ovines font appel à des services-conseils techniques ou de gestion. Il s'agit d'une proportion semblable au nombre d'entreprises de plus de 200 brebis assurées à La Financière agricole du Québec (FADQ). L'utilisation des services-conseils techniques et de gestion par les producteurs ovins s'est accrue de 49 % entre 2007 et 2012. En effet, l'arrivée des conseillers OVIPRO affiliés au CEPOQ, en 2008, et la mise en place de la Stratégie de soutien à l'adaptation des entreprises agricoles, en 2011, sont des éléments qui ont favorisé cette utilisation. La majorité des services-conseils a été utile aux entreprises situées dans les régions du Bas-Saint-Laurent et de la Chaudière-Appalaches. Le tableau 39 présente le nombre d'entreprises qui ont eu recours à des services-conseils techniques ou de gestion entre 2007 et 2012.

Tableau 39 Évolution du nombre d'entreprises qui ont utilisé des services-conseils techniques ou de gestion entre 2007 et 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre d'entreprises ovines	121	99	153	210	203	237

7.2. LA CONCERTATION

7.2.1. La Table filière ovine du Québec

La Table filière ovine a été créée en 1995 à la suite du Sommet sur l'agriculture québécoise de 1992.

En 2006, les membres de la Table affirmaient vouloir travailler au développement des marchés de la viande ovine québécoise, mais se questionnaient sur la possibilité de le faire à l'aide de l'outil que constituait la Table. Déjà, la formule de la Table ne semblait plus répondre aux besoins et peu d'intervenants avaient exprimé un intérêt pour son maintien. Ainsi, cette dernière est devenue inactive dès 2007.

En 2011, une structure de concertation non incorporée voyait le jour. Le succès de la coordination de la Table filière repose sur le degré de participation et d'engagement de ses membres. Les organisations, les entreprises ou les institutions dont les activités comportent une participation au développement du secteur ovin et qui en constituent les maillons forment la Table et en sont ainsi des membres. Les membres de la Table représentent donc les secteurs de la production, de la transformation et de la distribution, des services et des institutions et du gouvernement.

Depuis sa relance, la Table filière a réalisé, en 2012, l'*Étude sur le profil des consommateurs d'agneaux au Québec*. Cette étude, liée au plan stratégique du secteur, s'inscrit dans une démarche de stratégie de marketing pour l'agneau du Québec. La présence de la Table filière est bénéfique pour la communication et la concertation entre les différents maillons du secteur.

7.2.2. La Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine

Fondée en 2011, la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine réunit les différents acteurs de l'industrie ovine canadienne, soit les associations provinciales et nationales de producteurs, les gouvernements provinciaux, les abattoirs sous inspection fédérale et provinciale et le gouvernement fédéral par l'intermédiaire de représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

7.3. LES CONSTATS

- On note une croissance importante des dépenses en recherche et innovation dans le secteur ovin entre 2007 et 2012, comparativement à la période de 2001 à 2006.
- Le nombre de projets a été en hausse de 10 %.
- La recherche et innovation est un secteur dynamique de l'industrie ovine.
- Les enjeux de recherche et innovation ont été définis dans le *Plan stratégique 2010-2015 pour le secteur ovin du Québec* et par la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine au Canada.
- L'avancement des connaissances et le transfert technologique sont bien présents dans le secteur.
- Le nombre d'entreprises qui utilisent les services-conseils techniques et de gestion est en augmentation.
- Le secteur a les structures nécessaires pour permettre une communication efficace entre les différents maillons de la chaîne de valeur ovine au Québec.

8. LES DÉFIS POUR LA PÉRENNITÉ DU SECTEUR

RÉDUIRE LES COÛTS DE PRODUCTION

Force est de constater que depuis plusieurs années, une part importante du revenu des entreprises ovines provient de l'aide gouvernementale. Cette aide était, en moyenne, de 36 % de 2007 à 2012. Par ailleurs, le nombre d'entreprises ovines et le cheptel ont diminué, et ce, au détriment des petites entreprises, en raison de leur plus faible rentabilité.

L'une des voies possibles pour accroître la capacité concurrentielle des entreprises est la réduction des coûts de production par l'amélioration des techniques d'élevage et l'augmentation de la productivité et le suivi d'une saine gestion financière. La présence d'acteurs dynamiques en recherche et développement, dont le Centre d'expertise en production ovine du Québec, est un atout. L'augmentation marquée de l'utilisation des services-conseils dans les dernières années, tant sur le plan technique qu'économique, et l'adoption de techniques de production de pointe par les entreprises permettront, dans les années à venir, de constater le fruit des efforts et des changements accomplis par les producteurs.

AMÉLIORER LA QUALITÉ ET L'UNIFORMITÉ DES PRODUITS

Les exigences du marché visent l'homogénéité des carcasses pour obtenir une uniformité des coupes de viande. Or, cela est difficile dans le contexte actuel de la production étant donné les multiples races et croisements utilisés. Néanmoins, la grille de classification des agneaux lourds, mise en place par l'Agence de vente des agneaux lourds en 2009, est l'un des outils qui permettent l'amélioration de l'uniformité des carcasses. Toutefois, l'homogénéité est encore très variable. Des projets sont en cours pour mieux connaître les besoins et les attentes des acheteurs vis-à-vis de la carcasse type d'un agneau lourd.

PROMOUVOIR LES PRODUITS OVINS PAR LEUR DIFFÉRENCIATION

La compétitivité des produits québécois par rapport au marché d'importation est un enjeu de taille. Les importations de viande ovine sont importantes et représentent plus de la moitié de l'approvisionnement pour la consommation intérieure. Cette viande ovine arrive à prix compétitif sur les marchés. En effet, la Nouvelle-Zélande et l'Australie, qui sont les principaux concurrents, bénéficient d'avantages compétitifs pour la production d'agneaux en raison d'un climat plus favorable qui permet l'élevage extensif tout au long de l'année et qui engendre des coûts de production plus faibles. Toutefois, la viande d'agneau du Québec jouit d'une excellente image, conférée par sa qualité, son goût et sa texture. Le secteur doit miser sur ces qualités pour mieux positionner l'agneau du Québec par rapport à la concurrence. Pour ce faire, il importe de répondre aux exigences particulières du marché avec un produit de qualité. Le tout selon un modèle d'entreprise efficace.

OPTIMISER LA MISE EN MARCHÉ ET L'APPROVISIONNEMENT

La constance dans l'approvisionnement en agneaux du Québec tout au long de l'année est nécessaire, sachant que les viandes importées sont facilement accessibles aux acheteurs et peuvent ainsi combler le marché laissé vacant. Comme le recommandait la firme Forest Lavoie Conseil à l'automne 2013, une réflexion s'impose concernant l'harmonisation de la mise en marché des agneaux de lait, légers et lourds. Une fois instaurée, cette harmonisation devrait permettre l'optimisation de la mise en marché de ces trois catégories d'agneaux.

9. BIBLIOGRAPHIE

AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS. *Tableau 33 – Nombre de moutons/agneaux abattus dans les établissements inspectés par les gouvernements provinciaux au Canada*. 2007-2012.

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *L'industrie laitière canadienne en chiffres*, édition 2013. http://www.dairyinfo.gc.ca/xls/prod_specialty_f.xls (Consulté le 15 décembre 2013).

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *Rapport des prix de viande rouge : prix de grossiste de Montréal et de l'Ouest du Canada*, 2007-2011. http://www.agr.gc.ca/redmeat-vianderouge/pri_fra.htm?menupos=1.1.1.1.2.2.11#moutons (Consulté le 12 novembre 2013).

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *Tableau 002-0001 – Ventes et prix moyen pondérés, rapport annuel 2007-2011*. <http://aimis-simia.agr.gc.ca/rp/index-fra.cfm?menupos=1.01.02&r=569&pdctc=&action=pR&LANG=FR> (Consulté le 12 novembre 2013).

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES COÛTS DE PRODUCTION EN AGRICULTURE, *Étude de coûts de production. Analyse comparative. Agneaux 2011*, 2013.

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES COÛTS DE PRODUCTION EN AGRICULTURE, *Étude sur les coûts de production de l'agneau en 2006 au Québec*, 2006.

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES COÛTS DE PRODUCTION EN AGRICULTURE, *Étude sur les coûts de production de l'agneau en 2011 au Québec*, 2013.

CENTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL. *Statistiques du commerce pour le développement international des entreprises*, 2007-2012. <http://www.trademap.org/canada/SelectionMenu.aspx> (Consulté le 1 novembre 2013).

CONSEIL POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE. *Conseil pour le développement de l'agriculture*, 2006. www.cdaq.gc.ca (Consulté le 15 janvier 2014).

FÉDÉRATION CANADIENNE DU MOUTON. *Étude comparative sur l'agneau canadien*, 2006. <http://mail.cansheep.ca/french/Nutritional%20Analysis%20release%20April%2027%20v3%20FRE%20NCH.htm> (Consulté le 10 janvier 2014).

FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC. *Rapports annuels*, 2007-2012. http://www.agneauduquebec.com/FPAMQ/fr/la_federation/rapports_annuels.php (Consulté le 10 janvier 2014).

FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC. *Information nutritionnelle*. <http://agneauduquebec.com/information-nutritionnelles/> (Consulté le 10 janvier 2014).

FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC. *Guide du producteur* version 3.0 http://www.agneauduquebec.com/FPAMQ/upload/pdf/agence_de_vente/Guide_Producteur_version3_2011.pdf (Consulté le 10 janvier 2014).

GLOBAL TRADE ATLAS. *Exportations et importations internationales*, 2007-2012. <http://www.gtis.com/gta/> (Consulté le 1 novembre 2013).

LA FINANCIÈRE AGRICOLE DU QUÉBEC. *La Financière agricole du Québec*, mis à jour le 20 mars 2014. <http://www.fadq.gc.ca/accueil/accueil.html> (Consulté le 10 décembre 2013).

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC. *Étude de la dynamique et des tendances des marchés au sein du secteur agroalimentaire québécois*, 2010.

NIELSEN, AC. *Ventes au détail au Québec*, base de données interne au MAPAQ.

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE) ET ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE (FAO). *Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2012-2021*, 2012.

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE (FAO). *Banque de données statistiques (FAOSTAT)*, 2007-2012. <http://faostat3.fao.org/> (Consulté le 15 décembre 2013).

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE (FAO). *Milk and dairy products in human nutrition*, 2013.

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE (FAO). *Food Outlook : Biannual report on global food markets*, 2013.

SAINE MARKETING. *Étude sur le profil des consommateurs d'agneaux du Québec – Rapport final*, mars 2013.

STATISTIQUE CANADA. *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes*, 2011.

STATISTIQUE CANADA. *Recensement agricole 2006*, données sur les exploitations et les exploitants agricoles, 2007.

STATISTIQUE CANADA. *Recensement agricole 2011*, données sur les exploitations et les exploitants agricoles, 2012.

STATISTIQUE CANADA. *Statistiques de mouton 2012*, n° 23-011, 2012.

STATISTIQUE CANADA. *Tableau 002-0001 – Statistiques en assurances et protection du revenu*, CANSIM, 2012.

STATISTIQUE CANADA. *Tableau 002-0011 – Disponibilité des aliments au Canada*, CANSIM, 2007-2012.

STATISTIQUE CANADA. *Tableau 003-0031 – Moutons et agneaux, nombre dans les fermes, annuel (tête)*, CANSIM (base de données), 2013.

UNITED STATES DEPARTEMENT OF AGRICULTURE (USDA). ECONOMIC RESEARCH SERVICE. *Disponibilité des aliments 2011*, 2012.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA). *Food Availability (Per Capita) Data System*, mis à jour le 11 mars 2014. [http://www.ers.usda.gov/data-products/food-availability-\(per-capita\)-data-system.aspx](http://www.ers.usda.gov/data-products/food-availability-(per-capita)-data-system.aspx) (Consulté le 15 décembre 2013).

10. ANNEXES

ANNEXE I: MÉTHODOLOGIE DU CIRCUIT DE VENTE DES PRODUITS OVINS

Maillon de la production

- *Unité de mesure* : Nombre de têtes (circuit en quantité) et millions de dollars (circuit en valeur).
- *Les prix* : Le prix de l'agneau lourd est publié par l'Agence de vente des agneaux lourds de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ) en dollars par kilogramme de carcasse. Les prix de l'agneau léger, de lait et du mouton sont publiés par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) en dollars par 100 livres. Dans le but d'estimer les recettes monétaires de la production ovine, on a estimé un seul prix moyen pondéré par kilogramme de poids vif de 4,3 \$/kg pour tous les agneaux et de 2,1 \$/kg pour les moutons. On estime des valeurs nettes en soustrayant les frais de commercialisation.
- *Les ventes directes aux détaillants et restaurateurs* : Selon la FPAMQ, 65 190 têtes ont été commercialisées par l'Agence, dont 6 134 ont été vendues directement aux restaurants, aux boucheries et aux petits marchés. En déduisant les frais de commercialisation, le prix net estimé pour ces ventes directes est le même prix estimé que pour les agneaux lourds de 3,6 \$/kg poids vif, mais converti en équivalent carcasse de 7,7 \$/kg.
- *L'exportation* : On suppose que l'exportation interprovinciale est composée d'agneaux légers, d'agneaux de lait et de moutons, car tous les agneaux lourds sont vendus à l'Agence²⁰ et abattus au Québec. Dans ce cas, pour calculer la valeur de l'exportation, on exclut l'agneau lourd en estimant un prix pondéré de 4,2 \$/kg vif et un poids moyen pondéré de 31 kg vifs. Le total calculé est net, car on a déduit les frais de commercialisation.
- *L'importation* : Les producteurs importent des agneaux et des moutons du reste du Canada, notamment de l'Ontario. Donc, le prix établi pour l'importation interprovinciale de têtes est celui pondéré de toute la production ontarienne pour l'année 2011. Il se chiffre à 4,0 \$/kg vif.
- *Les ventes informelles* : Les statistiques officielles rapportent 5 200 têtes vendues aux consommateurs. Dans le circuit, elles sont traitées comme des ventes informelles des producteurs. On présume que le prix de transaction pour ces ventes est de 4,2 \$/kg poids vif. Ensuite, on soustrait aussi les frais de commercialisation du total.
- *L'autoconsommation* : En ce qui concerne les 1 600 têtes abattues et consommées à la ferme, elles sont considérées comme une autoconsommation des producteurs et sont comptabilisées dans le calcul de la consommation totale de viande ovine.

Maillon de la transformation

- *Unité de mesure* : Les transactions du maillon de la transformation sont représentées en tonnes métriques (tm) de carcasse froide. Le circuit en valeur est toujours représenté en millions de dollars (M\$).
- *Facteur de conversion* : La conversion de poids vif à carcasse chaude (poids juste après l'abattage) est basée sur un facteur de conversion moyen de 50 %, soit la méthode utilisée par AAC. Ensuite, le poids en carcasse froide est obtenu en enlevant le poids de la freinte et des rognons et en ajoutant le poids de la viande de tête récupérée.
- *L'exportation* : les quantités (kilogrammes de viande) rapportées par Global Trade Atlas sont converties en tonnes matières selon les facteurs de conversion d'AAC. Le prix de la transaction est calculé en divisant la valeur par la quantité de tonnes matières.

²⁰ FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC. AGENCE DE VENTE D'AGNEAUX LOURDS, *Guide du producteur*, p. 6.
http://www.agneauduquebec.com/FPAMQ/upload/pdf/agence_de_vente/Guide_Producteur_version3_2011.pdf (Consulté le 10 janvier 2014).

- *Le prix* : En ce qui concerne le prix de vente des transformateurs, la seule source dont on dispose est celle du prix de gros mensuel de la carcasse ovine à Montréal, publié par AAC. En 2011, le prix de vente moyen estimé était de 11,2 \$/kg carcasse froide.

Le maillon du commerce de détail, de l'hôtellerie, de la restauration et des institutions

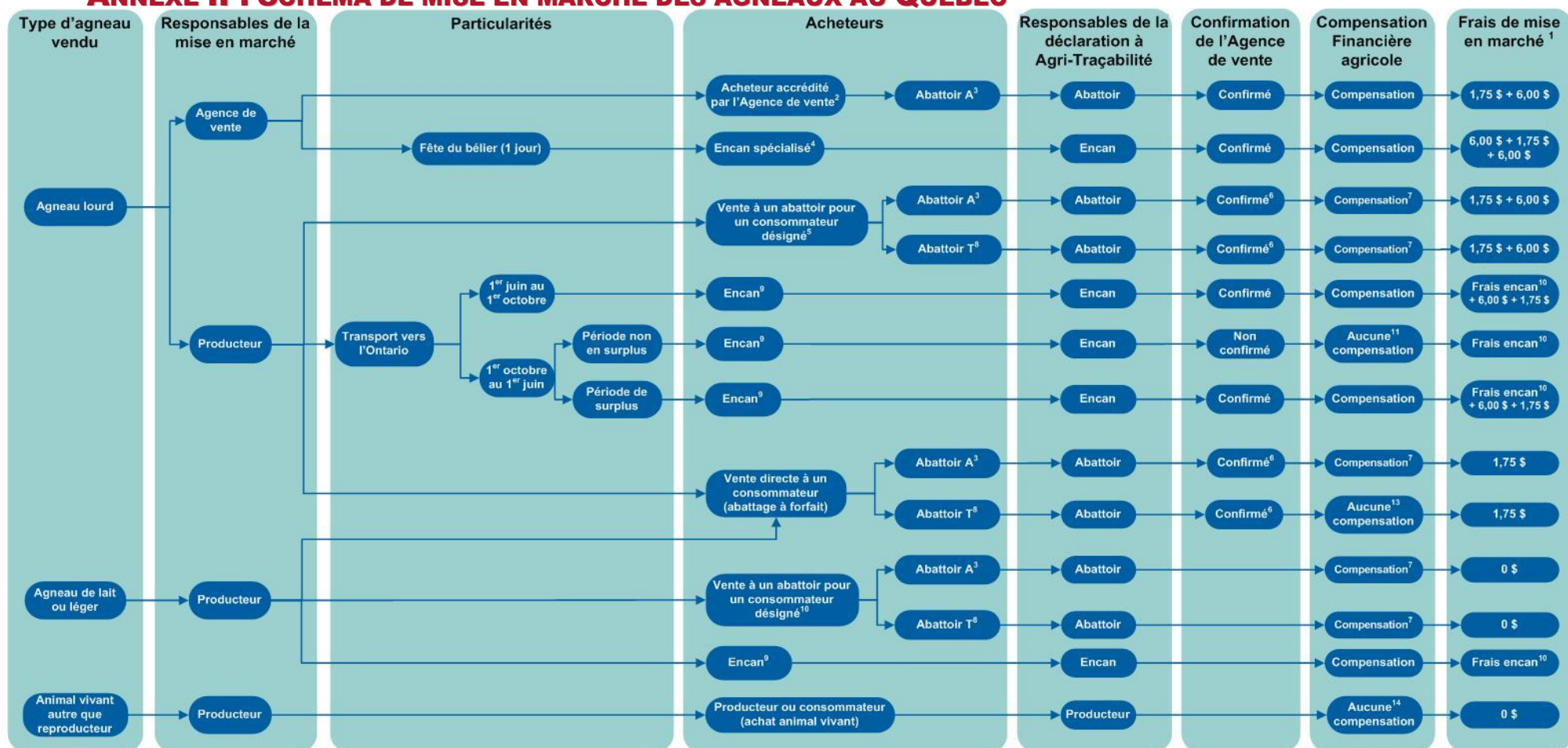
- *Unité de mesure* : Les transactions en quantité de ce maillon sont présentées en tonnes matières. Le circuit en valeur est toujours présenté en millions de dollars.
- *L'importation* : Pour l'importation internationale, on calcule le prix à la frontière selon l'information fournie par Global Trade Atlas. En ce qui concerne l'importation interprovinciale, la quantité est calculée en soustrayant du total de viande consommée les achats effectués auprès des producteurs, des transformateurs et de l'importation internationale. Malheureusement, on ne dispose pas du prix des grossistes de l'Ontario. Donc, on utilise le prix à la frontière.
- *Le prix* : Le prix de référence est celui de l'agneau frais d'ACNielsen (18,7 \$/kg au détail) converti ou exprimé en dollars par kilogramme de carcasse froide. Il est de 16,6 \$/kg.

La consommation

Pour calculer la consommation totale du Québec (6 507 tm), on prend la quantité vendue aux détaillants et HRI et celle vendue par les fermes. Ensuite, on distribue la quantité consommée au Québec de la façon suivante :

- *Supermarchés* : Selon les volumes d'ACNielsen. Il inclut les supermarchés et les magasins à rayons et exclut les clubs-entrepôts.
- *Fermes* : D'après la quantité abattue et vendue à la ferme et l'autoconsommation.
- *Boucheries, épiceries ethniques, marchés publics et restaurants* : Quantité calculée en soustrayant de la consommation totale du Québec la consommation dans les supermarchés et dans les fermes.

ANNEXE II : SCHÉMA DE MISE EN MARCHÉ DES AGNEAUX AU QUÉBEC



1. Les frais de mise en marché de 6,00 \$ et les frais de gestion collective de 1,75 \$ sont applicables à la mise en marché des agneaux lourds (plan conjoint). Les frais d'encan sont applicables lors de vente d'agneaux à l'encan. Lors de l'encan spécialisé, un prélevé de 6 \$/agneau pour la prime hivernale est retenue sur le montant de la vente (24 kg poids moyen agneau 2011 x 0,25 \$/kg = 6,00 \$).

2. Un producteur peut devenir un acheteur accrédité par l'Agence de vente en devenant un producteur acheteur. Il peut bénéficier d'une garantie approvisionnement de cinq agneaux par semaine. Pour vendre à la ferme, ce producteur doit détenir un permis de vente à la ferme.

3. Abattoir sous inspection fédérale ou sous inspection provinciale, inspectée en permanence.

4. L'encan spécialisé de la fête du Bœlier a lieu à l'encan de St-Hyacinthe. Il s'agit d'une vente d'agneaux lourds et aucune femelle n'est acceptée.

5. Un producteur peut vendre un agneau à un abattoir pour revendre à un consommateur qu'il lui désigne. Déclaration obligatoire par le producteur à l'Agence de vente des agneaux lourds.

6. Le producteur doit consigner les ventes dans le registre P6 des ventes directes aux consommateurs et le transmettre à la FPAMQ.

7. Compensation si l'acheteur transmet l'information à ATQ.

8. Abattoir sous inspection provinciale de type transitoire ou de proximité.

9. Intermédiaire vers un acheteur qui fait l'abattage.

10. Les coûts totaux pour la vente d'un agneau à l'encan Cookstown en Ontario sont estimés à 9 \$. Peut différer pour l'encan de St-Hyacinthe.

11. Compensation non admissible puisque la vente à un encan en Ontario n'est pas reconnue par l'Agence de vente en période de non surplus du 1^{er} octobre au 1^{er} juin.

12. Frais applicable uniquement pour la vente d'agneaux lourds. 0\$ pour les agneaux légers.

13. Compensation non admissible puisque l'animal a été abattu dans un abattoir de proximité ou transitoire (anciennement de type B) conforme et que le producteur récupère sa viande.

14. Compensation non admissible puisque l'animal a été vendu vivant à un consommateur. Il n'est donc pas assurable selon la FADQ.

