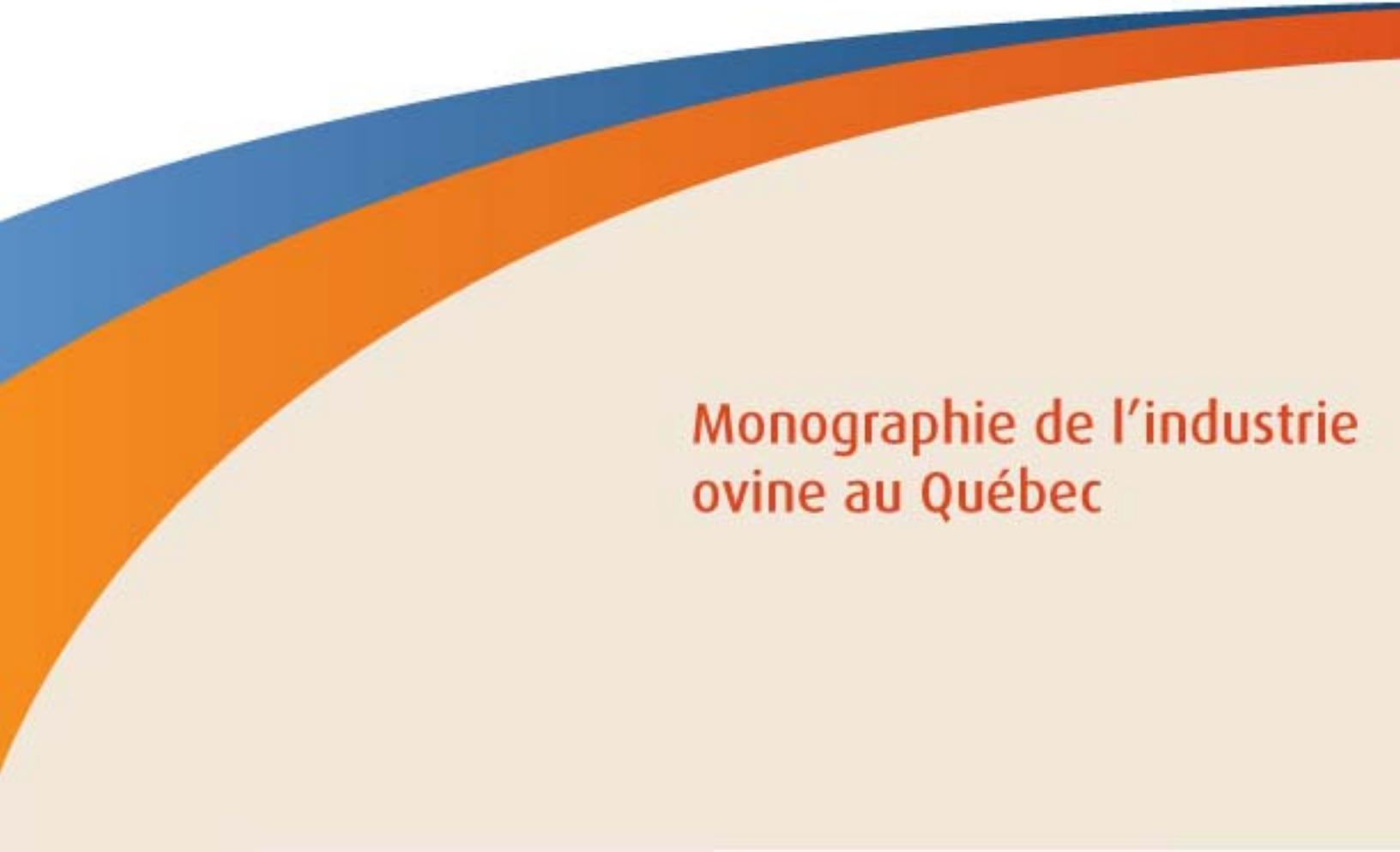




Monographie de l'industrie ovine au Québec



Monographie de l'industrie ovine au Québec

MONOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE OVINE DU QUÉBEC

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

Direction du développement et de l'innovation

- ♦ Pierre Dumoulin, coordination, recherche et rédaction
- ♦ Marco Lavoie, statistiques et cartographie du cheptel
- ♦ Isabelle Blouin, soutien technique et mise en page

Direction de la phytoprotection

- ♦ Linda Roy, soutien technique et mise en page

Direction des études et des perspectives économiques

- ♦ Hugues Kimpton, recherche et rédaction pour l'analyse de la compétitivité
- ♦ Hugo Lefebvre, recherche sur les recettes monétaires
- ♦ Berchmans Ntibashoboye, recherche et rédaction sur la commercialisation
- ♦ Josée Robitaille, recherche et rédaction sur l'évolution de la consommation
- ♦ Serge Picard, données relatives aux échanges commerciaux

Direction des analyses stratégiques, Transformation Alimentaire Québec (TRANSAQ)

- ♦ Nicolas Tremblay, recherche et rédaction sur la transformation laitière

Direction des communications

- ♦ Anne-Marie Ouellet et Catherine Boulet, conception de la couverture

Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

- ♦ Jean-Pierre Lachapelle, recherche et rédaction sur la sécurité du revenu

La Financière agricole du Québec

- ♦ Luc Pelletier, recherche et rédaction sur la situation financière des entreprises

Révision linguistique

- ♦ Isabelle Tremblay

Cette publication a été produite par le :

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Direction générale de l'innovation et de la formation
Direction du développement et de l'innovation

Photographies

- ♦ Association laitière de la chèvre du Québec
- ♦ Conseil de l'industrie laitière du Québec
- ♦ Pierre Beauchemin, Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
- ♦ Étienne Boucher et Éric Labonté, MAPAQ

Dépôt légal : 2008

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN 978-2-550-54706-8 (imprimé)

ISBN 978-2-550-54707-5 (pdf)

AVANT-PROPOS

Contexte

En vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (L.R.Q., c. 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 et de l'innovation 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 analyse présente une description et une analyse de divers aspects de l'industrie ovine, dont :

- ◆ La demande et les marchés;
- ◆ La mise en marché;
- ◆ La production;
- ◆ La transformation;
- ◆ La performance financière des acteurs;
- ◆ L'intervention gouvernementale;
- ◆ La compétitivité du secteur;
- ◆ Les enjeux.

Ce document couvre une période de cinq années, soit de 2002 à 2006 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 où des données sont disponibles, 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.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	iii
1 La demande et les marchés.....	1
1.1 Évolution de la consommation	1
1.1.1 Consommation mondiale.....	1
1.1.2 Évolution de la consommation au Canada	3
1.1.3 Consommation québécoise	4
1.2 Habitudes de consommation	5
1.2.1 En magasin.....	5
1.2.2 En restauration	7
1.3 Caractéristiques du consommateur.....	7
1.4 Caractéristiques du produit	10
1.5 Tendances de consommation	11
1.6 Échanges commerciaux	13
1.6.1 Exportations.....	13
1.6.2 Importations.....	14
2 La mise en marché	19
2.1 Circuit d'approvisionnement	19
2.1.1 Éléments de calcul	19
2.2 Structure de mise en marché	20
2.2.1 Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche	20
2.2.2 Plan conjoint	22
2.2.3 Agence de vente.....	22
2.2.4 Classement et inspection	23
3 La production	25
3.1 Portrait de la production ovine.....	25
3.1.1 Situation mondiale	25
3.1.2 Situation canadienne	26
3.1.3 Situation québécoise	33
3.2 Analyse financière	36
3.2.1 Évolution 2001-2006.....	36
3.2.2 Analyse des résultats financiers	38
3.2.3 Activités de prêts	38
3.3 Aspect technico-économique de la production ovine	39
3.3.1 Résultats par groupe de performances 2006	39
3.3.2 Analyse des résultats financiers de 2006 par rapport à 2002.....	45
4 La transformation ovine au Québec.....	49
4.1 Produits de viandes	49

4.1.1	<i>Structure des entreprises au Québec</i>	49
4.1.2	<i>Transformation de viande ovine au Québec</i>	50
4.2	Produits laitiers	51
4.2.1	<i>Structure des entreprises</i>	51
4.2.2	<i>Quantités et produits transformés</i>	52
5	La performance financière	53
5.1	Rentabilité des entreprises ovines	53
5.1.1	<i>Soutien financier</i>	57
6	Le soutien gouvernemental	59
6.1	Sécurité du revenu	59
6.2	Recherche-développement et innovation technologique	60
6.2.1	<i>Centres de recherche universitaires et gouvernementaux</i>	60
6.2.2	<i>Centre d'expertise</i>	60
6.2.3	<i>Financement de projets d'innovation</i>	62
7	La Compétitivité du secteur ovin québécois et les acteurs du marché	63
7.1	Angle du consommateur	64
7.1.1	<i>Sur le marché canadien</i>	64
7.1.2	<i>Sur le marché québécois</i>	66
7.2	Part du marché québécois	68
7.3	Rémunération du marché	71
7.3.1	<i>Transmission des variations de prix dans la chaîne de valeur</i>	74
7.3.2	<i>Performance en matière de coûts relatifs de production</i>	75
7.3.3	<i>Niveaux et évolution des coûts unitaires de production</i>	76
7.4	Compétitivité de la transformation de viande ovine	82
7.4.1	<i>Part de marché au Canada pour ce qui est des abattages</i>	82
8	Les enjeux	85
8.1	Identification des besoins du marché	85
8.2	Amélioration de la rentabilité des élevages	86
8.3	Développement du secteur de la viande	86
8.4	Développement du secteur laitier	87
8.5	Organisation du marché	87
9	Bibliographie	89
Annexe	Nombre de brebis et d'agnelles par strate et par région administrative en 2006	93

LISTE DES FIGURES

Figure 1 :	Parts relatives des viandes dans les achats des consommateurs, Québec, 2007	6
Figure 2 :	Répartition géographique du marché de l'agneau au Québec	8
Figure 3 :	Importance québécoise des importations de viande d'agneau et de mouton en provenance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande	16
Figure 4 :	Importance québécoise des importations de viande ovine sous forme fraîche ou congelée en provenance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande	17
Figure 5 :	Réseaux de canaux de distribution de viande ovine en 2006	21
Figure 6 :	Évolution mensuelle des prix de l'agneau de lait au Québec et en Ontario	31
Figure 7 :	Évolution mensuelle des prix de l'agneau léger (< 79 lb) au Québec et en Ontario	31
Figure 8 :	Évolution mensuelle des prix de l'agneau lourd (> 80 lb) au Québec et en Ontario	32
Figure 9 :	Répartition du nombre de brebis et d'agnelles par site d'exploitation et par municipalité régionale de comté (MRC)	35
Figure 10 :	Taille moyenne des entreprises ayant un emprunt à la FADQ	36
Figure 11 :	Évolution des produits et des charges des entreprises ovines ayant un emprunt à la FADQ	37
Figure 12 :	Évolution de l'actif total et de sa répartition entre l'endettement et l'avoir des propriétaires des entreprises ovines ayant un emprunt à la FADQ	37
Figure 13 :	Nombre et valeur totale des prêts en production ovine contractés à la FADQ	38
Figure 14 :	Répartition régionale des entreprises de transformation de viande ovine, 2007	50

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	Évolution de la consommation mondiale de viande ovine, par personne	1
Tableau 2 :	Évolution de la consommation mondiale de viande ovine, par pays.....	2
Tableau 3 :	Consommation apparente par personne dans le secteur des viandes, Canada	4
Tableau 4 :	Évolution des dépenses alimentaires des Québécois pour certaines viandes, 2005-2007	6
Tableau 5 :	Teneur nutritionnelle moyenne de diverses viandes hachées crues.....	10
Tableau 6 :	Valeur et volume des exportations de viande ovine des dix principaux pays exportateurs et du Canada, 2002 et 2005.....	13
Tableau 7 :	Répartition des exportations de viande ovine canadienne.....	14
Tableau 8 :	Valeur et volume des importations de viande ovine des dix principaux pays importateurs et du Canada, 2002 et 2005.....	15
Tableau 9 :	Répartition des importations de viande ovine canadienne.....	16
Tableau 10 :	Évolution de la production ovine dans le monde (milliers de têtes)	25
Tableau 11 :	Évolution de la production ovine aux États-Unis	26
Tableau 12 :	Prix moyen à la sortie de la ferme des agneaux produits aux États-Unis.....	26
Tableau 13 :	Évolution de la production ovine au Canada, selon le recensement de l'agriculture	27
Tableau 14 :	Nombre de brebis et de béliers, production de viande ovine, recettes monétaires et prix de l'agneau dans les principales provinces canadiennes productrices	28
Tableau 15 :	Prix des agneaux au Québec et en Ontario pour les périodes de décembre à mai et de juin à novembre	30
Tableau 16 :	Évolution de la production annuelle estimée d'agneaux au Québec.....	34
Tableau 17 :	Comparaison de produits et de charges par brebis pour chaque groupe de performances	40
Tableau 18 :	Explication des écarts de marge entre le groupe de tête et le groupe de fin (par rapport au groupe de tête, par ordre décroissant).....	41
Tableau 19 :	Comparaison entre les bilans des entreprises des groupes de tête et de fin.....	46
Tableau 20 :	État des résultats de la production ovine et de ses cultures associées	47
Tableau 21 :	Volume de viande ovine abattue de 2002 à 2006, Québec	49
Tableau 22 :	Importance des entreprises de transformation ovine au Québec en fonction de leur volume d'abattage	50
Tableau 23 :	Quantités (nombre d'individus) de viande ovine abattue au Québec, en Ontario et au Canada	51

Tableau 24 :	Évaluation de la rentabilité de l'industrie ovine par l'indicateur de performance financière	53
Tableau 25 :	Comparaison de la rentabilité de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière, moyenne 2002-2006.....	54
Tableau 26 :	Comparaison de la structure financière de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière, moyenne 2002-2006.....	54
Tableau 27 :	Présentation de la rentabilité et de la structure financière des entreprises ovines québécoises les moins rentables, limite du quartile inférieur	55
Tableau 28 :	Profil moyen d'entreprises ovines constituées en sociétés issu du système Performance Plus, moyenne 2000-2004	55
Tableau 29 :	Comparaison des profils des entreprises ovines québécoises constituées en sociétés issue du système Performance Plus, quartiles supérieur et inférieur, moyenne 2000-2004	56
Tableau 30 :	Recettes tirées du marché et du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) pour le secteur ovin québécois.....	57
Tableau 31 :	Évolution des recettes par brebis assurée à l'ASRA	58
Tableau 32 :	Ventilation du nombre d'entreprises ovines assurées et du volume assurable de brebis par strate de production.....	59
Tableau 33 :	Évolution du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles pour le secteur ovin	61
Tableau 34 :	Ressources nettes disponibles pour consommation, tous les marchés au Canada (kg/personne)	64
Tableau 35 :	Ressources nettes disponibles de viande ovine en équivalent de poids abattu pour tous les marchés de consommation au Canada, produits du Canada ou produits importés	65
Tableau 36 :	Ressources nettes disponibles de viande ovine en équivalent de poids abattu pour tous les marchés de consommation au Québec, estimation sur la base du pourcentage de la population canadienne	66
Tableau 37 :	Volume des ventes au détail des viandes dans les grandes chaînes du Québec.....	66
Tableau 38 :	Prix moyen de vente au détail des viandes selon les grandes chaînes du Québec (\$/kg).....	67
Tableau 39 :	Volume de viande ovine produite au Canada	68
Tableau 40 :	Prix moyen annuel des agneaux, base vivante, payé au Canada	69
Tableau 41 :	Évolution des recettes monétaires pour la production canadienne d'agneaux	69
Tableau 42 :	Proportion des ventes de viande ovine sur le marché canadien en fonction du lieu d'origine	70
Tableau 43 :	Évolution des inventaires canadiens d'agneaux pour la reproduction et pour le marché	70
Tableau 44 :	Inventaires du nombre d'agneaux au moment du recensement agricole	71

Tableau 45 :	Prix moyen à la sortie de la ferme des agneaux produits au Canada.....	72
Tableau 46 :	Nombre et prix moyen pondéré (par 100 lb) des agneaux vendus à l'encan au Québec et en Ontario.....	73
Tableau 47 :	Indice de prix des produits industriels pour les viandes d'agneau et de mouton, frais ou congelé, Canada, 1997 = 100	74
Tableau 48 :	Prix de vente des grossistes aux magasins de détail de carcasses d'agneau sans peau de 15 à 25 kg	75
Tableau 49 :	Profil moyen d'entreprises ovines constituées en sociétés issu du système Performance Plus, moyenne 2000-2004	76
Tableau 50 :	Comparaison des coûts de production de 2002 et 2006	77
Tableau 51 :	Analyse de la rémunération du capital à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	78
Tableau 52 :	Comparaison des dépenses en ressources humaines à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	79
Tableau 53 :	Analyse de l'évolution des frais variables associés à l'alimentation à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	80
Tableau 54 :	Analyse de l'évolution des autres frais variables à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	81
Tableau 55 :	Analyse de l'évolution du capital des entreprises à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	81
Tableau 56 :	Analyse de l'évolution des dépenses associées à la protection du revenu à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006	82
Tableau 57 :	Abattages par province	83

1 LA DEMANDE ET LES MARCHÉS

Dans certaines publications, les unités de mesure « poids de détail » et « poids désossé » sont utilisées pour la consommation de viande. L'unité employée dans ce chapitre pour mesurer la consommation de viande ovine est plutôt le poids-équivalent-carrosse (ou poids abattu). Puisqu'elle est reconnue internationalement, elle facilite les comparaisons entre pays.

1.1 ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION

1.1.1 Consommation mondiale

Sur le plan international, la consommation mondiale totale de viande ovine a augmenté de près de 13 % entre 2002 et 2006 pour se situer à 13,3 millions de tonnes-équivalent-carrosse (tec). Cet accroissement est supérieur à l'évolution de la population, qui a augmenté de 5 % au cours de la même période. Pendant ce temps, la consommation individuelle a connu une progression de 6,3 %, soit 0,12 kg/personne, pour atteindre 2,04 kg/personne/année.

La consommation de viande ovine représente seulement 5 % de la consommation mondiale de viande, qui correspond à 40 kg/personne/année.

Le tableau 1 illustre la diversité des niveaux de consommation individuelle (par personne) de viande ovine observés dans les différents pays au cours des dernières années. Cette consommation varie entre 17 kg et moins de 1 kg/personne/année.

Tableau 1 : Évolution de la consommation mondiale de viande ovine, par personne

Pays	Consommation apparente (kg/personne/année) (poids-carrosse)					2006/2005 (%)
	2002	2003	2004	2005	2006*	
Nouvelle-Zélande	17,98	13,54	9,29	13,91	16,79	20,7
Australie	15,32	13,58	13,50	13,04	13,21	1,3
Uruguay	6,02	5,59	5,45	6,07	7,00	15,3
Moyen-Orient et Afrique du Nord	4,70	4,59	4,53	4,61	4,50	-2,4
Chine	2,47	2,77	3,07	3,41	3,68	7,9
Union européenne (UE)**	3,52	3,48	2,94	2,93	2,88	-1,7
Argentine	1,23	1,16	1,22	1,26	1,30	3,2
Russie	1,00	0,98	1,07	1,16	1,24	6,9
Canada	1,03	1,08	1,11	1,12	1,21	8,0
Québec	1,03	1,08	1,11	1,12	1,21	8,0
Inde	0,66	0,66	0,66	0,65	0,66	1,5
États-Unis	0,59	0,59	0,57	0,54	0,54	0,0
Total monde	1,92	1,96	2,01	2,03	2,04	0,8

* Estimations.

** UE à 15 de 2001 à 2003, UE à 25 après 2003.

Note : Les données du tableau sont arrondies et peuvent faire différer le pourcentage réel.

Sources : Groupe interdisciplinaire de recherche sur les Amériques (GIRA), Statistique Canada et US Department of Agriculture

La consommation mondiale de viande ovine par personne a progressé de 0,8 % en 2006.

En ce qui concerne la consommation globale par pays, le tableau 2 permet de constater un changement dans le positionnement des différents pays.

Ainsi, en 2006, la Chine se trouvait en première position et, globalement, la consommation mondiale de viande ovine affichait une augmentation de 2,0 %. En raison de la taille de sa population, la Chine demeure le principal pays consommateur de viande ovine (4 859 000 tec globalement, +8,6 % de 2005 à 2006) : elle compte pour 37,0 % de la consommation mondiale. Le marché chinois bénéficie d'une bonne croissance économique favorisant la consommation de produits carnés.

Tableau 2 : Évolution de la consommation mondiale de viande ovine, par pays

Pays	Consommation apparente par pays (1 000 tonnes-équivalent-carcasse)					2006/2005 (%)
	2002	2003	2004	2005	2006*	
Chine	3 213	3 615	4 014	4 473	4 859	8,6
Moyen-Orient et Afrique du Nord	1 870	1 868	1 875	1 952	1 940	-0,6
Union européenne**	1 299	1 284	1 306	1 302	1 279	-1,7
Inde	698	692	705	707	718	1,6
Australie	301	270	271	265	272	2,6
Russie	144	141	153	164	174	6,1
États-Unis	173	167	169	161	161	0,9
Nouvelle-Zélande	71	54	38	57	70	22,8
Argentine	46	44	47	49	51	4,1
Canada	32	34	36	36	40	8,6
Uruguay	20	19	19	21	24	14,3
Québec	8	8	8	9	9	9,4
Total monde	11 800	12 200	12 689	13 042	13 300	2,0

* Estimations.

** UE à 15 de 2001 à 2003, UE à 25 après 2003.

Note : Les données du tableau sont arrondies et peuvent faire différer le pourcentage réel.

Sources : Groupe interdisciplinaire de recherche sur les Amériques (GIRA), Statistique Canada et US Department of Agriculture

La Nouvelle-Zélande et l'Australie restent les pays où la consommation individuelle demeure la plus élevée (16,8 et 13,2 kg/personne/année respectivement). En Australie, la consommation globale de viande ovine s'est redressée de 2,6 %. La demande interne pour la viande de mouton et d'agneau a été soutenue par les prix élevés des autres viandes.

Les prix peu élevés de la viande ovine en Argentine et en Uruguay, par exemple, ont eu un impact positif sur la consommation globale (+4,1 % et 14,3 % respectivement), alors que les faibles disponibilités, internes ou provenant d'autres pays, ont limité la croissance de la consommation en Inde (+1,6 % globalement), au Moyen-Orient et en Afrique du Nord (-0,6 % globalement).

La consommation de l'Union européenne a reculé en 2006 (-1,7 % par personne) malgré une hausse des importations. Les prix de l'agneau lourd et léger ayant atteint des niveaux records, ces viandes sont de plus en plus considérées comme un produit de niche, sauf peut-être au Royaume-Uni.

Dans les pays d'Europe de l'Est, la consommation aurait crû de 10,1 % globalement. Néanmoins, les chiffres restent incertains, car une part importante de la consommation se fait directement à la ferme sans être comptabilisée. La Russie a également connu une croissance (+6,1 % globalement).

En Amérique du Nord, la consommation individuelle aux États-Unis a tendance à demeurer relativement stable, et ce, depuis les dix dernières années, contrairement à celle du Canada, qui affiche une croissance significative. Précisons que, dans les années 60, la consommation américaine par personne se situait à plus de 2,3 kg, alors qu'en 2006, elle représentait à peine 0,54 kg. Bien que les taux de consommation récents aux États-Unis soient restés stables, le marché à long terme s'est affaibli considérablement.

En 2007¹, la consommation mondiale de produits carnés a encore progressé sous l'effet de la croissance concomitante de la population mondiale et de son niveau de vie moyen, notamment en Chine et en Inde, des pays où la consommation de viande et de lait par tête demeure traditionnellement faible, mais où une partie croissante de la population accède à un mode de consommation occidental. Ainsi, une légère hausse de la consommation de viande ovine, due aux marchés en développement, s'avère probable. La viande ovine devrait néanmoins rester parmi les plus chères, ce qui pourrait modérer cette hausse. Il est possible qu'en Inde et au Moyen-Orient les disponibilités n'aient pas progressé suffisamment rapidement pour suivre la croissance de la population. En Australie, le manque de disponibilités a peut-être provoqué une réduction de la consommation de viande ovine, également concurrencée par de la viande de bœuf à meilleur prix. La hausse des exportations néo-zélandaises paraissait limiter l'offre sur le marché intérieur et donc la consommation. Dans l'UE, la consommation semble avoir décliné à la suite d'un déficit de l'offre non comblé par les importations.

À l'échelle internationale, canadienne et québécoise, la consommation de viande ovine a connu une croissance marquée au cours des dernières années, et ce, tant sur le plan global que sur le plan individuel.

1.1.2 Évolution de la consommation au Canada

La consommation canadienne totale de mouton et d'agneau, évaluée à 41 000 tonnes-équivalent-carcasse en 2007, a connu une croissance continue sur le plan individuel (tableau 3) au cours des 10 dernières années pour s'établir à 1,24 kg/personne.

Entre 2000 et 2007, la consommation apparente totale de viande ovine a augmenté de 41 %. Comme la consommation par habitant n'a pas augmenté au même rythme pendant cette période (32 %), une partie de la hausse globale de la consommation d'agneau reste attribuable à la croissance de la population, qui affichait un taux de 8 %.

Selon le tableau 3, la consommation par personne des principales catégories de viandes a évolué différemment. Seuls la viande ovine et le poulet affichent une croissance continue depuis 1997, avec une croissance annuelle moyenne de 5,3 % et de 2,2 % respectivement. Pour le secteur ovin, cette augmentation est remarquable en

¹ Pour le moment, les données de 2007 demeurent sous toutes réserves.

comparaison des autres viandes. La consommation individuelle ovine a augmenté de 0,5 kg en 10 ans, dépassant la consommation individuelle de veau.

Tableau 3 : Consommation apparente par personne dans le secteur des viandes, Canada

	Types de viandes (kg/personne/année)				
	Porc*	Bœuf*	Poulet**	Veau*	Mouton et agneau*
1997	25,42	31,45	25,4	1,37	0,74
1998	28,70	31,94	26,2	1,31	0,83
1999	30,09	32,60	27,6	1,29	0,86
2000	28,69	32,01	27,7	1,32	0,94
2001	28,94	30,75	30,5	1,25	1,03
2002	27,83	30,46	30,6	1,24	1,03
2003	25,07	32,37	30,7	1,21	1,08
2004	26,60	30,88	31,1	1,15	1,11
2005	22,98	30,07	31,4	1,05	1,12
2006	23,33	29,77	31,7	1,04	1,21
2007	24,68	30,61	31,7	1,07	1,24
TCAM (%)	-0,3	-0,3	2,2	-2,4	5,3

* Poids abattu ou poids-carcasse.

** Poids éviscéré.

TCAM : Taux de croissance annuelle moyen.

Source : Statistique Canada

Si l'on se réfère à un rapport publié par Christopherson en 2005, cette augmentation de la consommation au Canada comporte deux explications :

- ♦ La consommation d'agneau a augmenté à cause de la croissance de l'immigration. Pour des raisons culturelles et religieuses, les immigrants consomment plus d'agneau par habitant que les non-immigrants canadiens.
- ♦ Les baby-boomers canadiens recherchent de nouvelles expériences culinaires.

1.1.3 Consommation québécoise

La consommation apparente totale de viande ovine était estimée à 9 500 tonnes-équivalent-carcasse en 2007², soit 23 % de la consommation ovine canadienne et à peine 0,07 % de la consommation ovine mondiale.

La croissance de 51 % de la consommation de viande ovine observée entre 1990 et 2006 dépasse largement l'accroissement de la population (9 %) constaté durant la même période. En fait, la consommation apparente de viande ovine par personne représentait 0,8 kg en 1990 et 0,9 kg en 2000, alors qu'elle se situait à 1,2 kg en 2007, ce qui représente une croissance annuelle moyenne de 5 % depuis 2000.

Ainsi, même si la viande ovine représente toujours une faible proportion (2 %) dans la consommation de viande rouge, tant au Canada qu'au Québec, les statistiques des dix dernières années révèlent que le secteur a tout de même augmenté sa part de marché de 1 %.

² Faute de données spécifiques récentes, autres que l'importance relative des populations, nous estimons que le volume de la consommation québécoise de viande ovine progresse au même rythme que celui de la consommation du Canada.

Cette croissance de la consommation canadienne et québécoise est attribuable principalement à deux facteurs :

- ♦ L'augmentation des populations d'immigrants originaires de pays où l'agneau fait partie intégrante du régime alimentaire;
- ♦ Le raffinement des goûts culinaires des Québécois.

1.2 HABITUDES DE CONSOMMATION

Les habitudes de consommation des Québécois ont bien changé. De nos jours, la préoccupation à l'égard de l'alimentation ne cesse de croître. Le consommateur québécois recherche de la qualité, de la fraîcheur, du bon goût, tout ce qui semble bénéfique pour la santé et surtout de l'originalité et de la variété.

Par conséquent, l'intérêt pour des produits non traditionnels comme l'agneau ne peut qu'être grandissant.

1.2.1 En magasin

Par rapport à d'autres viandes, selon des données d'AC Nielsen (tableau 4) représentant l'évolution des dépenses alimentaires des Québécois dans les grandes chaînes d'alimentation :

- ♦ La viande ovine se distingue par la plus forte croissance (+25,7 %) des ventes (en kilogrammes) de 2005 à 2007.
- ♦ La viande ovine affiche la plus grande baisse (-15 %) au regard du prix par kilogramme.
- ♦ La demande d'agneau apparaît très élastique par rapport au prix. À la suite d'une baisse du prix du kilogramme entre 2005 et 2007, on a observé une augmentation marquée de la quantité vendue. Ainsi, les consommateurs sont sensibles à un changement de prix pour la viande ovine. Une telle sensibilité se remarque également dans la viande de porc.

Malgré une croissance de sa consommation au Québec, l'agneau représente un produit haut de gamme qui tend à être consommé surtout lors d'occasions spéciales et figure rarement au menu de tous les jours. La figure 1 montre que, dans les grandes chaînes d'alimentation, l'achat de viande ovine par les consommateurs reste marginal comparativement aux autres viandes. La viande de bœuf demeure la plus populaire.

Selon l'étude de Guilbault et ses associés (2002) :

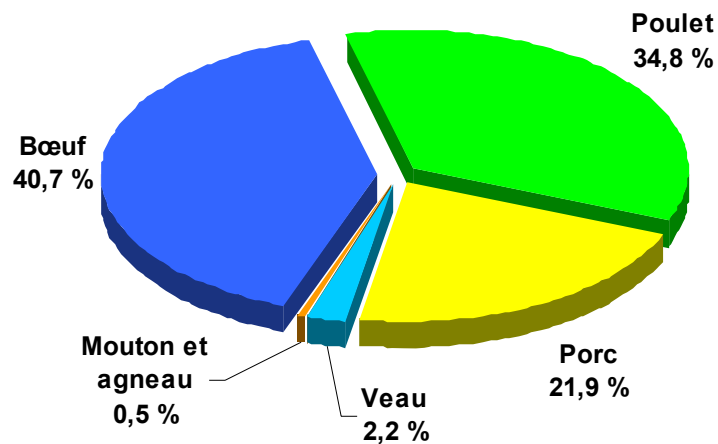
- ♦ Les coupes les plus populaires au Québec concernant l'agneau sont : les côtelettes (77 %), les gigots (66 %), les carrés (50 %), les méchouis (32 %), les rôtis d'épaule désossés (23 %), l'agneau haché (22 %) et l'agneau de lait (10 %).
- ♦ Les plats préparés offerts en magasin ne sont pas prisés par les consommateurs d'origine ethnique (Juifs, Arabes, Européens, etc.).

Tableau 4 : Évolution des dépenses alimentaires des Québécois pour certaines viandes, 2005-2007

	Porc	Bœuf	Poulet	Veau	Mouton et agneau	Total
Valeur (000 \$)						
2005	224 742	588 341	354 146	49 897	10 682	1 227 808
2006	227 008	596 219	337 289	48 748	10 212	1 219 476
2007	235 560	627 982	372 017	50 221	11 407	1 297 187
Δ 2005-2007 (%)	4,8	6,7	5,0	0,7	6,8	5,7
Volume (tonne)						
2005	32 681	66 353	63 391	4 009	639	167 073
2006	37 191	69 174	59 304	3 831	681	170 181
2007	37 844	70 315	60 142	3 822	803	172 925
Δ 2005-2007 (%)	15,8	6,0	-5,1	-4,7	25,7	3,5
Prix (\$/kg)						
2005	6,88	8,87	5,59	12,45	16,73	-
2006	6,10	8,62	5,69	12,72	15,00	-
2007	6,22	8,93	6,19	13,14	14,21	-
Δ 2005-2007 (%)	-9,5	0,7	10,7	5,6	-15,0	-

Source : AC Nielsen Canada

Figure 1 : Parts relatives des viandes dans les achats des consommateurs, Québec, 2007



Source : AC Nielsen Canada

De plus, selon les ventes mensuelles par type de coupe chez Corneau Cantin (2002) :

- ◆ Les merguez à l'agneau et les cretons d'agneau représentent les deux produits ovins les plus vendus à l'unité.
- ◆ Les coupes les plus populaires se situent, en effet, dans la partie noble de l'animal (la longe), puisqu'elles sont plus simples à cuisiner et plus jolies dans l'assiette.
- ◆ Pratiquement aucun abat n'est vendu en épicerie.

Sur le plan international, les pays ayant la plus forte consommation de viande ovine ont souvent une vieille tradition pour ce type de production. Dans ces pays en particulier, d'autres plats comprenant des abats peuvent être très populaires ou traditionnels, contrairement à des pays comme le Canada, qui préfèrent consommer les parties les plus recherchées et donc les plus chères de la viande d'agneau : la plupart du temps des côtelettes et des gigots.

Dans l'ensemble du Canada, d'après une étude récente de la Fédération canadienne du mouton (2008), 80 % des achats d'agneau s'effectuent dans les supermarchés et les épiceries.

1.2.2 En restauration

La salle à manger d'un restaurant demeure souvent le point de départ du processus d'adoption d'un produit alimentaire.

Au Québec, ce sont principalement les consommateurs occasionnels aimant le goût de l'agneau qui en mangent au restaurant, car ils demeurent convaincus que l'agneau reste difficile à acheter et à cuisiner.

Selon l'étude de Guilbault et ses associés (2002), pour manger de l'agneau au restaurant, les Québécois vont dans les établissements français, italiens et méditerranéens, et la consommation s'accompagne de vin dans 80 % des cas.

D'après l'étude de la Fédération canadienne du mouton (2008), au Canada :

- ♦ La majorité des produits à valeur ajoutée (gyros, brochettes, etc.) se consomment dans les restaurants.
- ♦ Une proportion de 43 % des gens qui mangent de l'agneau dans les restaurants viennent de ménages dont moins de la moitié de ceux-ci consomment de l'agneau.

Au Québec, la demande de produits ovins s'avère très élastique par rapport au prix.

Pour les Québécois, la viande ovine :

- ♦ reste peu intégrée dans les habitudes alimentaires;
- ♦ représente un produit haut de gamme et distinctif qui figure rarement au menu de tous les jours. En fait, elle est surtout consommée par les membres des communautés ethniques.

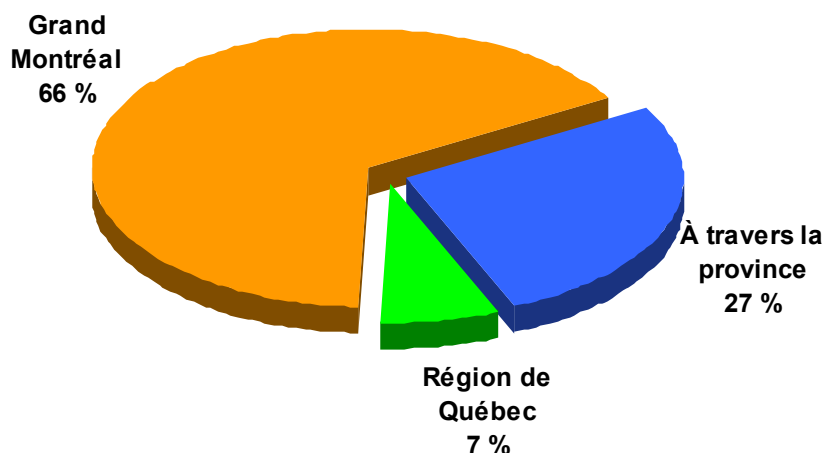
1.3 CARACTÉRISTIQUES DU CONSOMMATEUR

Selon l'étude de Guilbault et ses associés (2002), la consommation ovine au Québec semble corrélée avec un certain nombre de facteurs sociodémographiques tels que :

- ♦ Le niveau de scolarité et de revenu
 - On observe que 48 % des personnes de l'échantillon ayant une formation universitaire consomment de l'agneau contre 17 % de celles ayant une formation secondaire ou moins.
 - Parmi les personnes interviewées ayant un revenu annuel de plus de 60 000 \$, 37 % consomment de l'agneau contre 23 % pour celles qui gagnent moins de 60 000 \$.

- ♦ L'origine ethnique
 - Les Arabes consomment de l'agneau dans une proportion de 65 %; les Européens, 53 %; les autres Canadiens, 45 % et les Québécois de souche, 26 %.
 - Les musulmans consomment de l'agneau dans une proportion de 55 %; les protestants, 34 % et les catholiques, 27 %.
- ♦ Un marché de l'agneau fortement concentré dans le Grand Montréal (66 % des consommateurs, figure 2). Ainsi, Montréal représente :
 - La plus grande concentration de population au Québec, soit 25 %;
 - La plus grande concentration de musulmans au Québec (près de 80 % demeurent à Montréal);
 - La plus grande communauté arabe du Canada (4 % de la population de Montréal);
 - La région où le nombre d'universitaires est le plus élevé par rapport à la population;
 - La région du Québec affichant le plus haut revenu personnel disponible par habitant.
 - Sur le plan canadien, Toronto et Montréal demeurent les deux principaux pôles de consommation de l'agneau.

Figure 2 : Répartition géographique du marché de l'agneau au Québec



Source : Guilbault et associés, 2002

Précisément, selon Statistique Canada, plus de la moitié de tous les Canadiens d'origine arabe vivent soit à Montréal ou à Toronto. Au recensement de 2001, près de 125 000 personnes d'origine arabe, c'est-à-dire 36 % de la population arabe totale au Canada, vivaient à Montréal, tandis que 72 000 autres personnes, soit 21 % du total, vivaient à Toronto.

L'étude de la Fédération canadienne du mouton (2008) montre que l'âge a une influence sur la consommation. Au Canada, les personnes de plus de 35 ans s'avèrent les plus gros consommateurs d'agneau.

À ces conclusions peuvent s'ajouter les propos d'André Michaud, restaurateur et épicier, tenus à l'occasion d'un symposium ovin organisé par le Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) en 2002. D'après son expérience, le client québécois habituel pour l'agneau, d'origine non ethnique, possède les caractéristiques suivantes :

- ♦ Il est dans la trentaine.
- ♦ Il est très scolarisé (professionnel).
- ♦ Il a un revenu élevé (plus de 60 000 \$ par année).
- ♦ Il est cultivé.
- ♦ Il s'intéresse à la provenance des aliments, à leur saveur et à leur qualité.
- ♦ Il aime se distinguer, même dans ses habitudes alimentaires.
- ♦ Bref, il est exigeant, informé et fortuné.

« De façon générale, ces consommateurs représentent de grands épicuriens qui savent apprécier les plaisirs de la table. Amateurs de gastronomie, ils se montrent ouverts aux cuisines d'origine ethnique. Ils considèrent l'agneau comme une viande délicate, savoureuse et qui permet des expériences culinaires dignes d'intérêt, tout comme les sushis ou le veau. Toutefois, ils achèteront à condition que le prix soit raisonnable. Le consommateur habituel tient compte du coût des produits qu'il se procure. »

En résumé, les Québécois de souche s'avèrent des consommateurs occasionnels d'agneau, alors que les populations d'autres origines (en particulier d'origine arabe et de religion musulmane) se trouvent dans le segment des consommateurs réguliers. Les habitants des grands centres urbains (ex. : Montréal, Toronto), où l'on trouve d'importantes populations d'immigrants originaires de pays où l'agneau fait partie intégrante du régime alimentaire, constituent les principaux acheteurs d'agneau au Québec et au Canada. Les Québécois de souche consommateurs d'agneau se caractérisent par un revenu et une scolarité élevés.

Essentiellement, nous pouvons conclure qu'il existe deux stratégies de consommation de la viande ovine chez les consommateurs québécois :

- 1) Régime alimentaire : Certains consommateurs achètent la viande ovine parce qu'elle fait partie intégrante de leur régime alimentaire et qu'elle est fortement ancrée dans leurs traditions.
- 2) Produit exotique (non culturel) ou distinctif (fin, de terroir ou de luxe) : Certains consommateurs considèrent les produits ovins comme des produits raffinés et les achètent pour se distinguer (impressionner leurs invités sur le plan culinaire), pour célébrer (mets associés à la fête ou à de grandes occasions) ou en souvenir de voyages à l'étranger.

Il existe deux types de consommateurs québécois :

- ♦ Les occasionnels : les Québécois de souche, fortunés, éduqués et âgés de 35 ans ou plus. Ils perçoivent le produit comme une viande exotique.
- ♦ Les réguliers : les membres des communautés ethniques, fortement ancrés dans leurs traditions et leur régime alimentaire.

1.4 CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT

Les atouts de l'agneau

- ◆ L'agneau demeure une viande consommée universellement. Toutes les cultures et les traditions (arabe, juive, grecque, etc.) mangent de l'agneau, contrairement au porc.
- ◆ L'agneau symbolise un animal pur (kasher) pouvant être mangé dans la religion juive et une viande halale pouvant être consommée dans la religion musulmane. Les chrétiens aussi (en particulier les catholiques) consomment, par tradition, de l'agneau à Pâques.
- ◆ Selon l'étude de Guilbault et ses associés (2002), au Québec, l'agneau est perçu comme un produit de meilleur goût, haut de gamme et gastronomique.
- ◆ La viande ovine est une importante source de protéines : elle en contient en moyenne 18 %.
- ◆ Les protéines de la viande d'agneau s'avèrent riches en acides aminés essentiels.
- ◆ La viande d'agneau constitue une excellente source de fer et se caractérise également par des apports significatifs en zinc et en vitamine B, particulièrement en vitamines B3 et B12.
- ◆ La teneur en protéines de la viande ovine demeure relativement stable, quels que soient le morceau, l'animal ou le type d'alimentation.
- ◆ La viande ovine représente une source carnée un peu plus grasse que la viande bovine, ce qui la rend plus savoureuse. Selon le *Guide alimentaire canadien*, elle fait tout de même partie des viandes maigres.

Tableau 5 : Teneur nutritionnelle moyenne de diverses viandes hachées crues

Type de viandes	Protéines (%)	Lipides (%)	Gras saturé (%)	Fer (mg/100 g)	Niacine-B3 (mg/100 g)	Cobalamine-B12 (µg/100 g)
Agneau	16,6	23,4	10,2	1,6	6,0	2,3
Bovin	19,4	12,7	5,5	2,0	4,8	2,0
Veau	19,4	6,8	2,8	0,8	7,5	1,3
Poulet	17,4	8,1	2,3	0,8	5,6	0,6
Porc	16,9	21,2	7,9	0,9	4,3	0,7

Source : US Department of Agriculture

- ◆ D'après une récente analyse compétitive de la valeur nutritionnelle de l'agneau canadien, pour toutes les coupes analysées, sa teneur en protéines est plus élevée que celle de l'agneau de la Nouvelle-Zélande ou des États-Unis, mais il contient moins de gras et de calories (Maxxam Analytics Inc.). Plus précisément :
 - Le jarret contient le taux de gras le plus faible, soit 3,0 %. Il est suivi du gigot, qui en contient 3,5 %. Ces données correspondent à 5,0 % de la valeur quotidienne pour les Canadiens.
 - Le taux de gras le plus élevé se trouve dans les côtes, soit 7 g/100 g de viande. Cela représente 11 % de la valeur quotidienne.
 - La quantité de gras trans du filet et du jarret est de 0 g/100 g de viande.
 - À l'exception de l'agneau haché, toutes les coupes ont un taux de protéines de 20 à 22 g/100 g de viande, un taux de cholestérol de 70 à 75 mg ou de 25 à 27 % de la valeur quotidienne et de 6 à 8 % de la valeur quotidienne en fer.

La croissance de la population immigrante de même que l'aspect santé et distinct des produits ovins constituent des éléments positifs favorisant la consommation de ces produits au Québec.

Les principaux freins à la consommation sur le plan de la perception

- ◆ Le prix élevé est perçu comme peu raisonnable. La viande ovine reste en effet le produit carné le plus cher et est souvent abandonnée au profit d'autres viandes moins coûteuses.
- ◆ On constate une forte sensibilité de la demande par rapport à une variation de prix (élasticité-prix forte).
- ◆ Les qualités de l'agneau québécois s'avèrent peu connues et peu appréciées du consommateur moyen.
- ◆ La disponibilité de l'agneau est restreinte : il ne se vend pas dans toutes les épiceries ni chez tous les bouchers.
- ◆ On note un manque de constance dans les approvisionnements à cause de la saisonnalité du produit.
- ◆ L'ignorance des façons d'apprêter le produit restreint sa consommation à domicile.
- ◆ Peu de coupes sont disponibles.
- ◆ Certains non-consommateurs entretiennent le préjugé selon lequel l'agneau n'a pas bon goût.
- ◆ Ce produit est peu intégré dans les habitudes alimentaires des Québécois.

1.5 TENDANCES DE CONSOMMATION

Quant aux tendances en matière de consommation, deux aspects doivent être observés, notamment les orientations des goûts alimentaires des consommateurs et l'évolution de la population.

Les goûts des Canadiens et des Québécois évoluent...

La préoccupation à l'égard de l'alimentation ne cesse de croître. Les modes alimentaires au Canada sont influencées tant par les préférences alimentaires introduites par les immigrants que par la publicité qui prône une saine alimentation.

Les goûts des Canadiens ne viennent pas que de leurs origines ethniques et de l'exposition à des produits nouveaux, soit chez eux, soit au restaurant; ils sont aussi le résultat de voyages faits à l'étranger, soit par affaires, soit pour le plaisir. Les nouvelles expériences culturelles et alimentaires amènent les consommateurs à demander à leurs épiciers de la variété. Les Québécois recherchent de nouveaux produits (mets ethniques, produits du terroir, etc.) et leurs goûts évoluent.

En somme, les tendances alimentaires qui en résultent, soit la diversification, la fusion et la cuisine composée, signifient un grand nombre d'ingrédients alimentaires, de méthodes de cuisson et de styles de présentation non familiers. Les voyages, la mobilité de l'emploi et les influences religieuses façonneront assurément la nouvelle cuisine canadienne et québécoise.

La composition de la population change...

Les Canadiens de 45 ans ou plus constituent actuellement plus de 40 % de la population. En 2016, leur pourcentage sera de 45 % et, en 2026, de 48 %. L'immigration connaît un essor constant et dépasse la croissance naturelle de la population.

Ces immigrants, autrefois principalement d'Europe, viennent maintenant en majorité d'Asie (en 2005, 61 % des immigrants étaient originaires d'Asie) et également d'Afrique, de Chine, d'Inde, d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud ainsi que du Moyen-Orient. Les prévisions montrent que la plupart des hommes et des femmes qui immigreront au Canada au cours des prochaines années viendront de la Chine, de l'Inde et du Moyen-Orient. Selon un rapport récent commandé par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), les minorités ne cessent d'augmenter au Canada. D'ici 2017, elles devraient représenter 21 % de la population, comparativement à 13 % en 2001. Dans les grands centres urbains, les minorités visibles constitueront jusqu'à la moitié de la population, et les racines britanniques et européennes des résidents de longue date se dilueront.

Entre autres, selon Statistique Canada, le Québec a connu une forte croissance de ses populations arabe et musulmane au cours des dernières années. Le recensement de 2001 dénombrait plus de 108 600 musulmans, soit plus du double du total de 44 900 observé 10 ans plus tôt. Selon le recensement de 2006, la population arabe a augmenté de 48,6 % entre 2001 et 2006.

Ce virage des profils d'immigration entraîne de nouvelles tendances en matière d'alimentation au Canada et au Québec. La demande de viandes et de produits alimentaires kasher et halal augmente et le marché des produits alimentaires asiatiques et moyen-orientaux à faible teneur en gras et riches en fibres se développe.

Par ailleurs, les gens de 45 ans ou plus ont davantage d'argent et de temps à consacrer à la cuisine et aux voyages, ce qui entraîne une plus grande ouverture aux nouveaux aliments.

Voilà un tournant considérable mais positif concernant l'alimentation des Canadiens.

En fait...

- ♦ Le rapport *Tendances alimentaires au Canada d'ici à 2020* d'AAC prévoit que la consommation d'agneau continuera d'augmenter, mue par l'immigration, la pénétration d'aliments ethniques et la recherche de la variété dans la population générale.
- ♦ Ce rapport prévoit un accroissement de la consommation individuelle de viande ovine de 42 % entre 2003 et 2020, la plaçant au rang des croissances exceptionnelles.
- ♦ Le professeur Elliot Currie, du programme ECLATS³ de l'Université de Guelph en Ontario, qui collabore avec AAC, prévoit une augmentation des ventes sur le marché à créneaux des produits carnés.
- ♦ Selon Statistique Canada, pour ce qui est des produits carnés, alors que la quantité totale de viandes rouges disponibles pour la consommation a lentement diminué depuis 1999, la tendance s'est infléchi en 2007 par rapport à l'année précédente. Le régime alimentaire canadien inclut davantage de viandes rouges (bœuf, porc,

³ ECLATS : Étudiants communiquant les liens et les avancées technologiques et scientifiques.

mouton et veau), soit 58,3 kg/personne, un aspect positif pour le secteur des viandes.

Au regard de ces différents constats, les perspectives de croissance de la consommation de viande ovine apparaissent très positives pour les prochaines années, tant au Canada qu'au Québec.

Au Québec, l'agneau ne deviendra jamais un produit de consommation courante, mais le secteur ovin demeure porteur d'avenir selon les statistiques et les tendances en matière de consommation.

1.6 ÉCHANGES COMMERCIAUX

1.6.1 Exportations

On estime à 11,3 % la production mondiale de viande ovine qui est exportée.

En 2005, deux pays dominaient le marché de l'exportation de la viande ovine : la Nouvelle-Zélande et l'Australie, avec respectivement 38 % et 30 % des volumes des exportations mondiales (tableau 6). Les exportations de la Nouvelle-Zélande sont composées d'agneau dans une proportion de 85 %. Les carcasses ne représentent que 6 % des exportations de ce pays, tandis que la proportion de morceaux avec os est estimée à 70 %. Les exportations de viande ovine désossée sont en progression et représentaient en 2006 près de 25 % du marché. Les exportations de l'Australie sont composées de 65 % de viande d'agneau. Les produits ovins australiens dirigés vers les autres pays sont constitués de 27 % de morceaux désossés, de 65 % de morceaux avec os et de peu de carcasses. Toutefois, l'Australie exporte des animaux vivants (4 millions/an) vers les pays musulmans pour des abattages rituels.

Tableau 6 : Valeur et volume des exportations de viande ovine des dix principaux pays exportateurs et du Canada, 2002 et 2005

Pays	2002		2005	
	Volume (000 tonnes)	Valeur (000 \$)	Volume (000 tonnes)	Valeur (000 \$)
Nouvelle-Zélande	340,5	1 061 386	361,8	1 670 782
Australie	280,8	590 502	293,0	924 273
Royaume-Uni	55,3	194 493	86,2	391 751
Irlande	46,5	154 935	53,5	235 890
Belgique	19,5	99 699	25,7	187 709
Chine	1,9	3 143	25,6	48 284
Espagne	20,6	65 335	16,9	73 185
États-Unis	3,4	6 867	13,3	22 142
Uruguay	5,8	18 395	11,2	37 274
Pays-Bas	7,7	25 768	10,5	60 998
Canada	0,3	1 276	0,3	1 235
Monde	841,4	2 396 404	963,4	3 949 388

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

La croissance des exportations de 2002 à 2005 se situe entre 4 et 6 % pour la Nouvelle-Zélande et l'Australie. La Chine a vu, pour sa part, ses exportations croître de façon importante, soit de 1 224 % au cours de la même période. Suivent les États-Unis avec 294 %. La croissance des prix au kilogramme a été de 48 % et de 50 % pour l'Australie et la Nouvelle-Zélande entre 2002 et 2005. Sur le plan mondial, la croissance a été de 44 %.

Le Canada vient aux 30 rangs des pays exportateurs de viande ovine canadienne.

Les exportations canadiennes de viande ovine sont négligeables par rapport aux importations. Bien qu'une augmentation importante ait pu être observée en 2007 par rapport aux années antérieures, les exportations ayant presque triplé (tableau 7), elles ne représentent que 747 tonnes métriques par rapport à 23 551 tonnes de viande ovine importées. L'Ontario est au 1^{er} rang avec 45 % des exportations. Viennent ensuite le Québec avec 35 % et l'Alberta avec 18 %. Le Québec a vendu de la viande ovine dans 12 pays⁴ en 2007.

Tableau 7 : Répartition des exportations de viande ovine canadienne

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Quantité (tonne)						
Alberta	53	37	134	119	102	133
Colombie-Britannique	33	0	0	0	0	13
Nouvelle-Écosse	4	3	4	7	6	7
Ontario	82	32	1	107	60	334
Québec	92	29	116	90	99	259
Ensemble du Canada	264	100	255	322	267	747
Valeur (000 \$)						
Alberta	108	229	197	119	110	ND
Colombie-Britannique	133	0	0	0	92	ND
Nouvelle-Écosse	22	24	27	50	45	ND
Ontario	1 217	6	1 050	348	759	ND
Québec	530	297	221	402	686	ND
Ensemble du Canada	2 010	557	1 495	920	1 692	ND

ND : non disponible

Source : Institut de la statistique du Québec

1.6.2 Importations

La France, le Royaume-Uni et les États-Unis sont les principaux pays importateurs de viande ovine (tableau 8). Le Canada se situe, pour sa part, au 14^e rang. Entre 2002 et 2005, les importations de viande ovine ont crû aux États-Unis (10,7 %) et au Canada (10,4 %). Les prix à l'importation ont subi un taux d'augmentation plus important au Canada qu'aux États-Unis, soit 68 % comparativement à 59 %, entre 2002 et 2005, mais il faut noter que le prix de la viande importée est encore supérieur en 2005 aux États-Unis, soit de 18 %. Au Canada, le prix moyen de la viande ovine importée était de 5,27 \$/kg (base carcasse).

⁴ Albanie, Antilles néerlandaises, Australie, Cuba, États-Unis, France, Grèce, Liban, Nouvelle-Zélande, Royaume-Uni, Saint-Kitts-et-Nevis de même que Saint-Pierre et Miquelon.

Tableau 8 : Valeur et volume des importations de viande ovine des dix principaux pays importateurs et du Canada, 2002 et 2005

Pays	2002		2005	
	Quantité (000 tonnes)	Valeur (000 \$)	Quantité (000 tonnes)	Valeur (000 \$)
France	134,5	479 744	134,8	663 302
Royaume-Uni	101,3	342 396	109,3	526 875
États-Unis	67,1	263 451	74,3	462 293
Chine	56,5	68 983	63,4	113 888
Arabie saoudite	45,1	100 696	59,6	159 605
Belgique	31,6	163 092	39,8	307 254
Mexique	46,9	63 084	38,0	70 912
Allemagne	37,5	187 782	36,7	293 563
Japon	24,9	82 929	32,0	155 360
Italie	23,0	90 502	26,8	151 987
Canada	15,9	49 805	17,6	92 585
Monde	839,0	2 502 384	932,2	3 983 393

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

Le Canada a vu ses importations de viande ovine croître depuis 2002 (tableau 9). En 2007, le Canada importait 23 128 tonnes de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie⁵, ce qui équivalait à une augmentation de 37 % par rapport à 2002. En 2007, l'Ontario était le principal importateur canadien de viande ovine en provenance de ces pays avec 64 %. Il était suivi de la Colombie-Britannique, qui comptait pour 31 %. Le Québec venait au 3^e rang avec seulement 5 %. Toutefois, il faut noter qu'il est possible qu'une partie des importations québécoises passe par la province de l'Ontario.

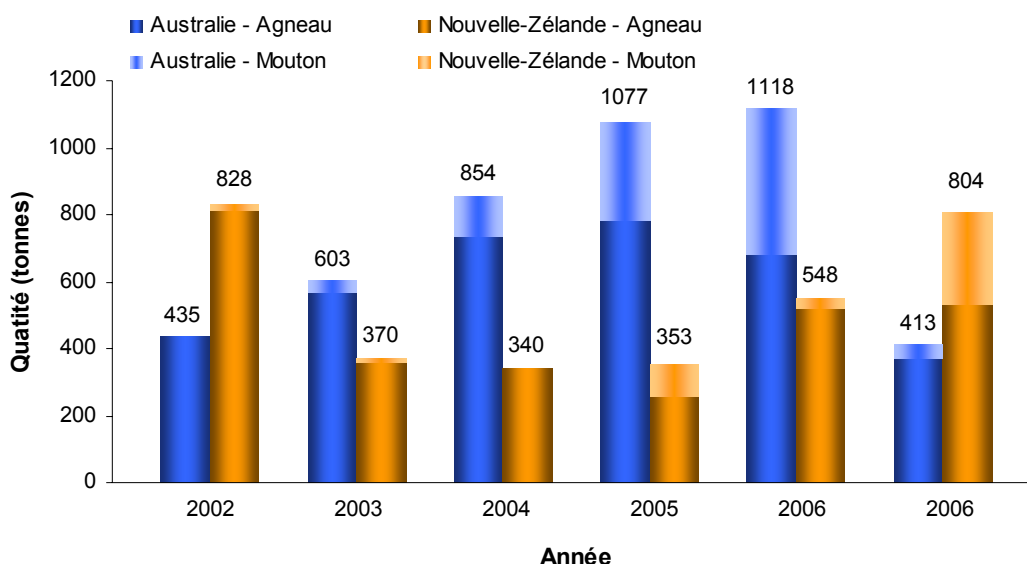
La figure 3 présente l'évolution de l'importation québécoise de viande ovine. À partir de 2003, on observe une croissance de l'importation de viande provenant d'animaux adultes au Québec. La viande ovine provenait, entre 2003 et 2006, principalement de l'Australie. La croissance observée entre 2002 et 2006 est due autant à la viande d'agneau qu'à celle provenant d'animaux adultes. À partir de 2002, les exportations au Québec de la Nouvelle-Zélande ont diminué pour ne représenter que le tiers du volume de l'Australie en 2005 et augmenter en 2006, passant à près de 50 % du volume de l'Australie. Durant cette période, le Québec n'achetait principalement que de la viande d'agneau de la Nouvelle-Zélande. En 2007, la situation a changé, car la Nouvelle-Zélande exportait 804 tonnes métriques de viande ovine, dont 66 % d'agneau, tandis que l'Australie n'exportait que 413 tonnes métriques, 90 % étant de la viande d'agneau.

⁵ Le Canada importe aussi de la viande des États-Unis, mais la proportion est négligeable. Elle ne représentait en 2007 que 1,8 % de l'ensemble des importations canadiennes.

Tableau 9 : Répartition des importations de viande ovine canadienne

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Quantité (tonnes)						
Alberta	256	108	17	35	32	0
Colombie-Britannique	3 956	5 329	4 921	5 498	6 389	7 304
Manitoba	0	11	0	30	30	20
Nouveau-Brunswick	0	0	0	0	0	0
Nouvelle-Écosse	0	0	0	0	51	0
Ontario	11 571	11 329	12 024	11 885	13 782	15 007
Québec	1 263	974	1 195	1 430	1 666	1 218
Saskatchewan	0	0	0	0	209	3
Terre-Neuve et Labrador	1	1	0	0	0	0
Ensemble du Canada	17 047	17 753	18 156	18 878	22 159	23 551
Valeur (000 \$)						
Alberta	1 662	804	146	355	223	1
Colombie-Britannique	21 115	33 005	33 514	41 844	43 798	50 101
Manitoba	0	72	0	307	260	259
Nouveau-Brunswick	0	0	0	0	0	0
Nouvelle-Écosse	0	0	0	0	89	0
Ontario	52 105	59 344	58 452	65 424	62 218	63 523
Québec	6 716	5 062	7 455	8 027	8 231	5 359
Saskatchewan	0	0	0	0	1 332	52
Terre-Neuve et Labrador	7	9	0	0	0	0
Ensemble du Canada	81 604	98 297	99 567	115 956	116 152	119 296

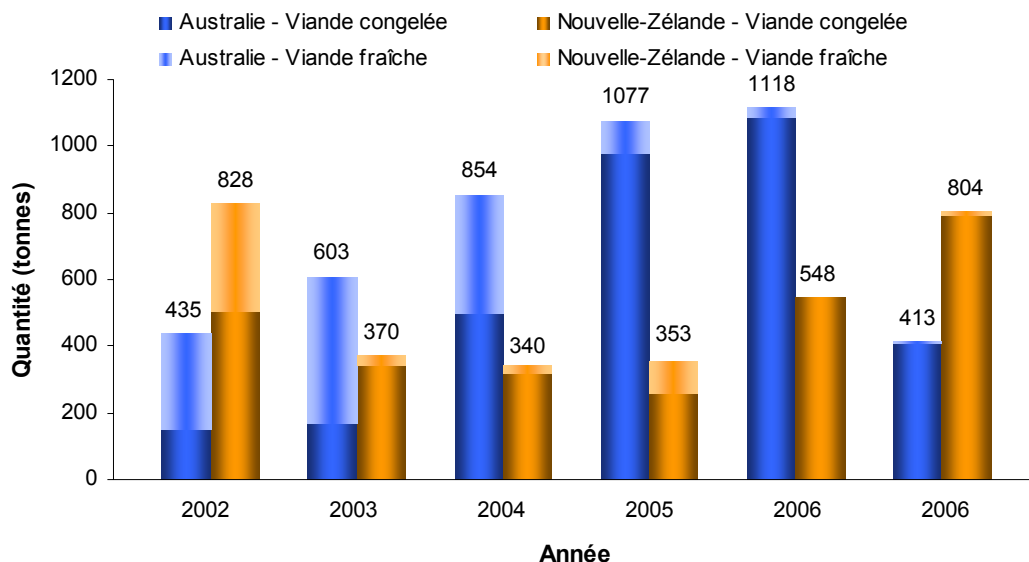
Source : Institut de la statistique du Québec

Figure 3 : Importance québécoise des importations de viande d'agneau et de mouton en provenance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande

Source : Institut de la statistique du Québec

La figure 4 présente les importations québécoises de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande sous forme de viande fraîche ou congelée. On ne peut observer qu'à partir de 2002 une diminution constante et importante de la viande fraîche. En 2007, elle ne représentait que 1,9 % de l'ensemble des importations.

Figure 4 : Importance québécoise des importations de viande ovine sous forme fraîche ou congelée en provenance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande



Source : Institut de la statistique du Québec

Les exportations canadiennes et québécoises de viande ovine sont négligeables par rapport au volume importé.

Une part importante des importations de viande ovine provient de moutons adultes. Les importations de viande fraîche ont diminué depuis 2003 et étaient négligeables en 2007.

L'Australie et la Nouvelle-Zélande se disputent une part importante du marché québécois.

2 LA MISE EN MARCHÉ

2.1 CIRCUIT D'APPROVISIONNEMENT

Pour retracer l'ensemble des canaux de distribution utilisés pour amener le produit de la ferme ou des importations aux consommateurs, nous devons, avec quelques données provenant de sources différentes, essayer de reconstruire ces parcours. Le lecteur doit donc s'intéresser à l'ordre de grandeur plutôt qu'à l'exactitude des données. Il doit aussi devenir acteur de ce circuit si certaines données qu'il maîtrise sont différentes.

2.1.1 Éléments de calcul

Consommation

La population québécoise était constituée de 7 651 033 habitants en 2006, selon l'Institut de la statistique du Québec (ISQ).

En 2006, la consommation apparente de viande ovine par personne était de 1,21 kg de poids abattu⁶, d'où une consommation totale de 9 258 tonnes de poids abattu.

Au Québec, on dénombrait 3 189 345 ménages en 2006, soit 2,4 personnes par ménage. Ainsi, la valeur des dépenses pour la viande ovine totalisait 49,7 millions de dollars, ce qui équivalait à 15,6 \$/ménage/an. Les dépenses au détail par ménage par semaine pour la viande ovine étaient évaluées à 0,30 \$ comparativement à 0,27 \$ en 2001⁷.

Selon Guilbault et ses associés, 40 % de la viande ovine est consommée au restaurant. Cette information est proche de celle selon laquelle la consommation de l'agneau est semblable à celle de la viande de veau, laquelle aussi consommée davantage au restaurant par les personnes ayant un certain niveau de revenu.

On estime que 60 % de la viande d'agneau est consommée au domicile :

- ♦ 6 % de la viande ovine provient de la vente directe des éleveurs aux consommateurs, selon une hypothèse établie pour l'agneau lourd et appliquée à la production ovine (FPAMQ);
- ♦ 20 % de la viande ovine passe par les supermarchés. Un rapprochement est fait entre les dépenses totales des ménages pour la viande ovine (49,7 millions de dollars) et le chiffre d'affaires résultant des ventes de ce type de viande dans les supermarchés (10,0 millions de dollars);
- ♦ les 34 % restants sont obtenus par déduction. Ce groupe réunit les différents lieux possibles de vente de la viande ovine en dehors des restaurants, des ventes directes et des achats dans les supermarchés.

⁶ Le poids abattu est différent du poids désossé, qui tient compte des pertes pouvant survenir dans les points de vente au détail, au foyer, lors des cuissons et dans l'assiette. Par exemple, en 2006, la consommation apparente de viande ovine était de 0,46 kg quant au poids désossé, soit 38 % de l'équivalent du poids abattu (1,21 kg) (Statistique Canada).

⁷ On note une hausse de 12 % pour ce qui est de l'indice des prix à la consommation des aliments achetés au magasin entre 2001 et 2006.

Distribution de gros

En 2006, Loblaws, Metro et Sobeys distribuait des viandes de mouton et d'agneau pour une valeur de 10 millions de dollars (AC Nielsen Canada).

Abattoir

En 2006, les abattages (3 300 tonnes) couvraient 36 % des besoins du marché intérieur québécois (voir le tableau 21 du chapitre 4).

Ferme

En 2006, les recettes monétaires étaient évaluées à 34 millions de dollars pour 4 700 tonnes produites (voir le tableau 14 du chapitre 3).

Imports-exports

En 2006, les exportations québécoises de viande ovine étaient établies à 99 tonnes (tableau 7), tandis que les importations représentaient 1 666 tonnes (tableau 9).

Information complémentaire

Marge bénéficiaire

On estime la marge bénéficiaire à 8 % pour les abattoirs, à 15 % pour le commerce de gros et à 25 % pour le commerce de détail et la restauration.

Distribution de détail

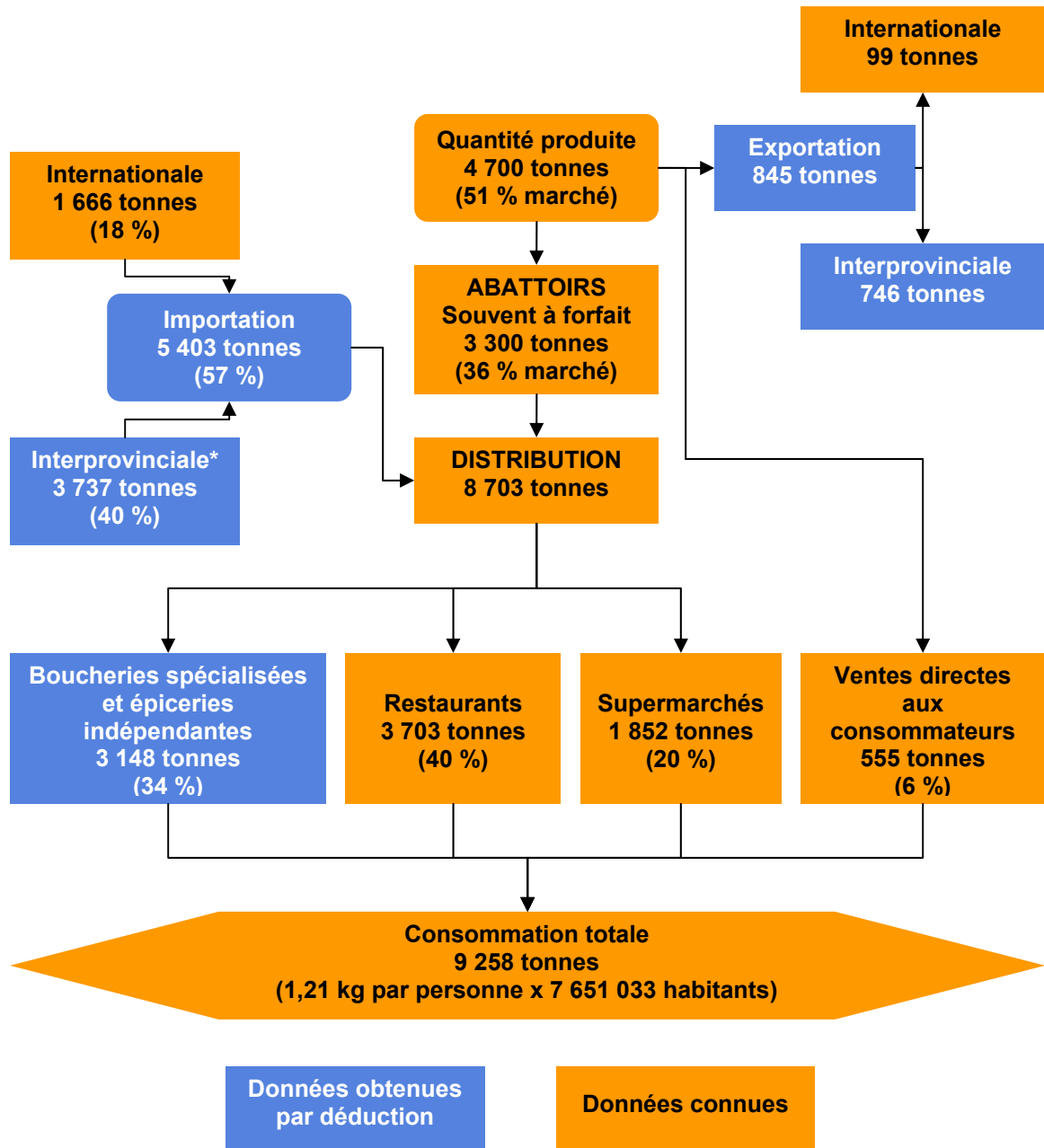
La grande distribution (Loblaws, Metro et Sobeys) représente 71 % pour l'ensemble des produits alimentaires, alors que le reste (29 %) va aux épiceries indépendantes.

2.2 STRUCTURE DE MISE EN MARCHÉ

2.2.1 Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche

La Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (L.R.Q, c. M-35.1) établit les règles permettant d'organiser de façon ordonnée la production et la mise en marché des produits agricoles et alimentaires. Le terme « mise en marché » comprend la classification, la transformation, l'étiquetage, l'offre de vente, l'expédition aux fins de vente, le transport, l'entreposage, la vente, l'achat, la publicité et le financement des opérations ayant trait à l'écoulement d'un produit.

Figure 5 : Réseaux de canaux de distribution de viande ovine en 2006



* Les achats interprovinciaux dissimulent une réalité administrative. En effet, les importations internationales sont enregistrées au port d'entrée. Ainsi, les importations qui se retrouvent au Québec, mais dont le port d'entrée est l'Ontario sont considérées comme des achats interprovinciaux. Selon les acteurs de terrain, une bonne quantité de viande ovine importée d'Australie et de Nouvelle-Zélande entrerait au Québec après avoir été dédouanée à la frontière ontarienne.

Sources : AC Nielsen Canada, CRAAQ, Guilbault et associés, Institut de la statistique du Québec et Statistique Canada

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec est l'administrateur de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche. Elle a pour fonction de favoriser la mise en marché efficace et ordonnée des produits agricoles et alimentaires, le développement de relations harmonieuses entre les différents intervenants, la résolution des difficultés qui surviennent dans le cadre de la production et de la mise en marché de ces produits, en tenant compte des intérêts des consommateurs et de la protection de l'intérêt public.

2.2.2 Plan conjoint

La mise en place et l'administration d'un plan conjoint sont régies par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche. Un plan conjoint permet d'établir les conditions de production et de mise en marché d'un produit agricole et de constituer un office de producteurs pour son application. Ce plan ne s'applique pas aux ventes faites par un producteur directement à un consommateur. Un office de producteurs, ici la FPAMQ, est constitué dès l'entrée en vigueur d'un plan conjoint. Cet office est l'agent de négociation des producteurs ainsi que l'agent de vente du produit visé et peut, avec l'approbation de la Régie, exercer des fonctions relatives à la production et à la mise en marché du produit pour promouvoir, défendre et développer les intérêts des producteurs visés par le plan conjoint.

Le plan conjoint du secteur de l'agneau a vu le jour en 1982. La FPAMQ est responsable de son administration. Au cours des dernières années, les actions de la Fédération ont été concentrées dans des projets majeurs dont la mise en place de la traçabilité, le développement de Provin (réseau informatisé de gestion de données en production ovine), le renouvellement du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles, l'établissement du nouveau coût de production et la mise en place d'une agence de vente pour l'agneau lourd.

L'aspect informationnel concerne notamment la mise en marché, les prix du marché, le démarrage d'une entreprise ovine et l'aspect environnemental. La revue *Ovin Québec*, qui a évolué au cours des dernières années, est publiée quatre fois par an et joue un rôle essentiel d'information auprès des acteurs de l'industrie. Cette publication fait l'objet d'un partenariat avec le Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ) et la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec (SEMRPQ).

2.2.3 Agence de vente

Pour la période à l'étude dans cette monographie, la mise en marché de l'agneau passait par l'encan de Saint-Hyacinthe, les agences de vente régionale, les contrats d'abattage réalisés pour des restaurateurs, des détaillants et des distributeurs de même que la vente directe à la ferme.

À la suite d'une décision de la RMAAQ, une première convention a été décrétée pour mettre en place une mise en marché ordonnée concernant la production de l'agneau lourd. Cette convention a une durée de dix-huit mois, soit du 1^{er} juin 2007 au 31 novembre 2008.

Donc, c'est depuis le 1^{er} juin 2007 qu'une agence de vente est en fonction pour l'agneau lourd. La mise en place de celle-ci modifie seulement la mise en marché de la viande

d'agneau lourd. Ainsi, tous les agneaux lourds produits au Québec doivent obligatoirement être déclarés à cette agence. Quatre types de ventes sont possibles :

- ◆ Contrat annuel;
- ◆ Vente hebdomadaire;
- ◆ Gestion des surplus;
- ◆ Vente à la ferme directement à un consommateur.

Un certain nombre de prix sont fixés pour l'agneau lourd vendu, soit un premier prix du 1^{er} juin au 30 novembre et un deuxième du 1^{er} décembre au 31 mai de chaque année. Actuellement, un troisième et un quatrième prix, selon la période de l'année, sont aussi en vigueur pour les conditions de surplus.

La priorité d'approvisionnement va aux acheteurs qui s'engagent à acquérir exclusivement des agneaux lourds nés et élevés au Québec.

Les acheteurs peuvent également commander des agneaux lourds selon trois catégories de poids, soit :

- ◆ De 16,4 à 19,9 kg (variation permise : de 16,4 à 21,9 kg);
- ◆ De 20,0 à 23,9 kg (variation permise : de 18,0 à 26,3 kg);
- ◆ 24 kg ou plus (variation permise : 21,6 kg ou plus).

Après avoir créé cette agence de vente pour l'agneau lourd, la FPAMQ prévoit structurer, durant les prochaines années, la mise en marché pour l'agneau de lait et l'agneau léger.

2.2.4 Classement et inspection

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 fait l'objet du Règlement sur la vente en commun des agneaux lourds (décision 8704) et de la Convention de mise en marché des agneaux lourds (décision 8703). Ce règlement et cette convention sont sous la responsabilité de la FPAMQ comme office de producteurs.

Les carcasses d'agneaux lourds produites sont payées, depuis le 1^{er} juin 2007, en fonction de la qualité. Des classificateurs formés sont présents dans l'ensemble des abattoirs fédéraux et provinciaux de type A.

Deux paramètres sont utilisés pour mesurer la qualité des carcasses. Le premier est leur conformation. Une échelle de 1 à 5 est alors utilisée :

- ◆ 1 pour une musculature déficiente;
- ◆ 3 pour une bonne musculature;
- ◆ 5 pour une excellente musculature.

Les trois points d'évaluation de la conformation d'une carcasse sont le gigot, l'épaule et la longe. L'épaisseur de gras est le second paramètre. L'indice calculé à partir de ces paramètres varie de 70 à 105. Ainsi, un agneau ayant un indice de 105 voit son prix au kilogramme majoré de 5 %.

L'inspection des carcasses abattues dans les établissements fédéraux est régie par la Loi sur l'inspection des viandes (1985, c. 25 [1^{er} suppl.]) et effectuée par des vétérinaires de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Pour les carcasses abattues dans les établissements provinciaux de type A, l'inspection est régie par la Loi sur les produits alimentaires (L.R.Q., c. P-29) et réalisée par des vétérinaires du Centre québécois d'inspection des aliments et de santé animale (CQIASA).

3 LA PRODUCTION

3.1 PORTRAIT DE LA PRODUCTION OVINE

3.1.1 Situation mondiale

La population mondiale d'ovins oscillait entre 1 milliard et 1,1 milliard de têtes entre 2002 et 2007. En 2007, l'Asie constituait la principale région élevant des moutons dans le monde avec 42 % de la production. La Chine, avec 172 millions de têtes, était le principal pays producteur d'ovins. Elle était suivie par l'Australie avec 100 millions de têtes puis par l'Inde avec 64 millions de têtes. Après l'Asie de l'Est et l'Asie du Sud, la région de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande venait au 3^e rang. Comme le présente le tableau 10, l'Amérique du Nord élève peu d'ovins, soit 0,6 % de toute la production mondiale. Les États-Unis se classent au 44^e rang dans cette production, tandis que le Canada vient au 81^e rang.

Tableau 10 : Évolution de la production ovine dans le monde (milliers de têtes)

Région géographique	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Asie de l'Est	148 012	155 773	168 270	182 753	186 967	186 961
Asie du Sud	147 725	148 912	151 394	152 991	152 760	155 397
Australie et Nouvelle-Zélande	145 738	138 804	140 559	141 005	140 198	140 000
Afrique du Nord	98 530	98 772	100 755	102 475	102 543	103 082
Asie de l'Ouest	72 342	74 620	76 758	79 490	81 094	82 890
Amérique du Sud	70 643	70 662	71 534	73 810	72 854	72 786
Afrique de l'Ouest	62 227	64 158	65 860	67 119	67 634	68 858
Afrique de l'Est	46 246	48 313	53 068	55 596	56 206	56 407
Europe du Sud	50 793	50 477	50 019	49 893	49 631	48 699
Asie centrale	32 352	35 560	37 016	40 087	42 867	44 117
Europe du Nord	44 387	44 431	46 403	45 409	44 494	42 937
Europe de l'Est	25 636	26 482	27 543	28 543	29 206	30 746
Afrique du Sud	30 117	30 061	29 241	29 336	28 970	29 053
Europe de l'Ouest	14 201	14 070	14 013	14 112	13 786	13 262
Asie du Sud-Est	8 295	8 481	8 769	9 055	9 765	10 643
Afrique centrale	8 070	8 141	8 157	8 262	8 325	8 617
Amérique centrale	6 700	7 113	7 376	7 918	7 783	7 799
Amérique du Nord	7 636	7 316	7 119	7 132	7 143	7 064
Caraïbes	3 045	2 999	2 833	2 784	3 183	3 187
Mélanésie	15	15	14	14	15	15
Monde	1 022 710	886 248	1 066 701	1 097 784	1 105 424	1 112 520

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

La production ovine aux États-Unis est concentrée dans les États du centre vers l'ouest (tableau 11). Le principal État producteur est le Texas, situé dans la région du Sud-Ouest. Il détenait, en 2007, 810 000 têtes reproductrices et produisait 340 000 agneaux. Viennent ensuite les États du Dakota du Sud et du Wyoming, situés dans la région du Centre-Ouest et ayant produit respectivement 303 000 et 290 000 agneaux en 2007.

Tableau 11 : Évolution de la production ovine aux États-Unis

Région	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ovin reproducteur (000 têtes)						
Ouest	924	910	856	862	865	841
Centre-Ouest	1 535	1 420	1 315	1 330	1 350	1 360
Sud-Ouest	1 035	960	973	960	1 000	920
Centre	642	623	613	551	563	637
Autres régions	736	759	607	755	756	774
Ensemble des États-Unis	4 871	4 670	4 499	4 533	4 640	4 610
Agneau (000 têtes)						
Ouest	817	789	794	767	749	751
Centre-Ouest	1 435	1 310	1 270	1 280	1 300	1 278
Sud-Ouest	640	619	605	645	575	525
Centre	720	697	705	699	696	732
Autres régions	781	725	690	698	745	764
Ensemble des États-Unis	4 355	4 140	4 096	4 117	4 065	4 050

Source : US Department of Agriculture

La production ovine est sans contredit ancrée dans les mœurs de la population de l'Asie, de l'Afrique et de l'Océanie.

3.1.1.1 Évolution des prix aux États-Unis

Aux États-Unis, le prix de l'agneau est en croissance depuis 2000, mais semble avoir atteint un plateau depuis 2004 (tableau 12).

Tableau 12 : Prix moyen à la sortie de la ferme des agneaux produits aux États-Unis

	Prix moyen (\$ US/100 lb)								Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000-2007
Prix « Agneau de choix » San Angelo	79,88	71,80	71,85	91,51	96,73	97,78	96,81	97,35	2,1

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

3.1.2 Situation canadienne

Selon le recensement de l'agriculture de Statistique Canada (tableau 13), le nombre de fermes ovines aurait diminué de 17 % entre 2001 et 2006. Seule la province de l'Île-du-Prince-Édouard aurait connu une légère augmentation. Les principales provinces productrices, soit le Québec, l'Ontario et l'Alberta, ont vu leur nombre de fermes décroître durant cette période de 2 %, 14 % et 27 % respectivement.

De façon générale, le nombre de têtes au Canada a diminué de 10 %. C'est au Québec que la croissance du nombre total d'ovins est la plus marquée (+21 %). En Ontario et en Alberta, le nombre d'ovins a diminué respectivement de 8 % et de 28 %. En 2006, tout comme en 2001, on trouvait au Québec le plus grand nombre d'animaux par ferme, soit plus du double de celui de l'Ontario et des provinces de l'Ouest. De plus, on observait

une croissance de 23 % du cheptel ovin dans les entreprises québécoises, ce qui plaçait le Québec au 1^{er} rang canadien. Au Canada, le nombre de têtes par entreprise a augmenté de 9 %.

Tableau 13 : Évolution de la production ovine au Canada, selon le recensement de l'agriculture

Province	Nombre de fermes déclarantes		Nombre d'ovins		Nombre moyen d'ovins/ferme	
	2001	2006	2001	2006	2001	2006
Colombie-Britannique	1 865	1 652	83 307	61 033	45	37
Alberta	2 987	2 181	307 302	222 340	103	102
Saskatchewan	1 702	1 258	149 389	132 359	88	105
Manitoba	733	644	84 798	68 096	116	106
Ontario	3 978	3 408	337 625	311 162	85	91
Québec	1 366	1 337	254 053	306 808	186	229
Nouveau-Brunswick	148	131	9 601	7 341	65	56
Nouvelle-Écosse	276	269	24 896	25 195	90	94
Île-du-Prince-Édouard	68	69	3 589	3 901	53	57
Terre-Neuve et Labrador	109	82	7 888	4 642	72	57
Canada	13 232	11 031	1 262 448	1 142 877	95	104

Source : Statistique Canada

Le tableau 14 permet de comparer l'état de la production ovine au Québec avec celle des principales autres provinces productrices. En ce qui concerne la dimension des entreprises, les données présentées permettent d'arriver aux mêmes conclusions que celles du recensement. Toutefois, sur le plan de la quantité de viande ovine sur base carcasse produite, la province de l'Ontario a toujours été supérieure à celle du Québec. Voici quelques constats :

- ♦ En 2007, le Québec détenait 29,8 % des brebis et des béliers du Canada, mais produisait seulement 25,5 % de la viande ovine sur base carcasse.
- ♦ En 2007, l'Ontario ne détenait que 28,5 % des brebis et des béliers du Canada, mais produisait 36,1 % de la viande ovine sur base carcasse.
- ♦ En 2007, l'Alberta ne possédait que 17,4 % des brebis et des béliers du Canada, mais produisait 22,2 % de la viande ovine sur base carcasse.

D'après ces observations, la productivité des entreprises ovines ontariennes et albertaines est de beaucoup supérieure à celle des entreprises du Québec. Toutefois, cette différence peut être due au nombre d'agneaux de lait produits comparativement au nombre d'agneaux lourds ou au nombre d'agneaux produits par brebis. Les données du tableau 14 indiquent qu'en 2007, les entreprises du Québec auraient produit 27,1 kg d'agneau sur base carcasse par brebis et béliers, tandis que la quantité produite par les entreprises de l'Ontario et de l'Ouest aurait été de 40,1 kg et 40,4 kg respectivement.

En ce qui concerne la production ovine, les recettes monétaires⁸ en provenance des marchés ont fluctué au Canada pour la période à l'étude. En 2004, à la suite de la crise de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB), elles auraient diminué de l'ordre de 16,5 millions de dollars. C'est en Ontario et en Alberta que l'impact aurait été le plus

⁸ Recette correspondant au volume commercialisé évalué au prix à la ferme. La vente des produits agricoles ne comprend pas les ventes entre exploitations agricoles d'une même province.

élevé. Les recettes du Québec se sont maintenues durant cette période, car le marché de l'exportation ne faisait pas partie du marché québécois. La part des recettes monétaires s'est accrue au Québec : elle est passée de 23,1 % de l'ensemble des recettes monétaires ovines canadiennes en 2002 à 28,4 % en 2007. Toutefois, en 2007, l'Ontario produisait des recettes supérieures par brebis et béliers à celles du Québec et de l'Alberta (258 \$ comparativement à 199 \$ et à 193 \$).

Tableau 14 : Nombre de brebis et de béliers, production de viande ovine, recettes monétaires et prix de l'agneau dans les principales provinces canadiennes productrices

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre de brebis et de béliers au 1^{er} janvier (000 de têtes)						
Québec	164,9	166,1	175,9	173,7	176,6	173,9
Ontario	178,0	188,8	191,6	185,0	165,9	166,5
Alberta	136,1	119,9	108,2	106,9	101,3	101,5
Canada	644,4	641,3	640,7	632,8	588,9	584,1
Production de viande ovine, sur base carcasse (000 tonnes)						
Québec	4,46	3,87	4,16	4,16	4,72	4,72
Ontario	7,38	7,99	8,18	8,27	7,22	6,67
Alberta	4,72	4,18	3,66	3,79	4,02	4,10
Canada	20,48	19,50	18,84	19,21	19,66	18,46
Recettes monétaires ovines de marché (000 \$)						
Québec	23 821	22 526	22 549	25 496	33 963	34 611
Ontario	33 350	38 573	34 020	46 510	47 632	42 996
Alberta	19 118	15 799	12 092	16 786	20 192	19 600
Canada	103 054	100 854	84 333	110 585	132 355	121 755
Prix de l'agneau à la ferme équivalent base carcasse* (\$/kg)						
Québec	5,65	6,19	5,76	6,44	7,50	7,64
Ontario	4,98	5,27	4,54	6,29	7,04	6,97
Alberta	4,15	3,89	3,41	4,58	5,15	4,89
Canada	5,38	5,54	4,81	6,22	7,08	6,97

* Le prix de l'agneau à la ferme équivalent base carcasse est obtenu en divisant les recettes monétaires par le tonnage base carcasse d'agneaux.

Le tableau 14 présente l'évolution du prix de l'agneau vendu (base carcasse), peu importe le type de produit (de lait, léger ou lourd). Le prix de l'agneau est en croissance au Canada depuis 2002, à l'exception d'une baisse de 0,739 \$/kg subie en 2004 à la suite de l'apparition d'un cas d'ESB. Pour l'ensemble de sa production, c'est au Québec que le prix de l'agneau est le plus élevé. Cela est probablement dû au type d'agneau produit, la production d'agneaux de lait étant très importante au Québec. Il faut noter qu'en 2007, le prix de l'agneau était de 0,67 \$/kg supérieur au Québec à celui de l'Ontario; cette différence atteignait 2,74 \$/kg pour les agneaux produits en Alberta.

Source : Statistique Canada

Le Québec constitue la province qui a vu son cheptel ovin croître le plus au Canada, devenant ainsi la province détenant le plus grand nombre de têtes depuis 2007. Toutefois, sur le plan de l'efficacité, le secteur québécois est moins performant. Les rendements sont plus faibles et les recettes provenant du marché sont proportionnellement moins élevées par tête.

Durant la période à l'étude, les prix obtenus au Québec par kilogramme de viande vendu ont toujours été supérieurs à ceux des autres provinces.

3.1.2.1 Évolution des prix au Québec et en Ontario

Pour le Québec, le nombre d'agneaux vendus à l'encan de Saint-Hyacinthe, légers (< 79 lb) et lourds (> 80 lb), ne représente que de 25 % à 40 % du total des agneaux produits ici. Les prix de l'Ontario semblent davantage représentatifs, car le nombre d'agneaux vendus dans les différents encans est supérieur.

Depuis juin 2007, une agence de vente est en fonction pour ce qui concerne l'agneau lourd. Deux périodes de prix sont en vigueur, soit un prix d'hiver (de décembre à mai) et un prix d'été (de juin à novembre).

Le tableau 15 permet de comparer les prix de vente au Québec et en Ontario des différents types d'agneaux produits pour ces deux périodes. De façon générale, les prix des différents types d'agneaux sont en croissance depuis 2002 avec des cycles de variation annuelle, le prix d'hiver étant généralement plus élevé. On observe toutefois une légère baisse des prix à l'été 2004, due à l'apparition au Canada d'un cas d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB).

Au cours de la période 2002-2007, le prix de l'agneau de lait au Québec a toujours été supérieur à celui de l'Ontario, à l'exception de celui de l'hiver 2006-2007. Le taux de croissance annuelle moyenne du prix des agneaux de lait était de 5,7 % au Québec et de 8,6 % en Ontario, ce qui s'est traduit par un rapprochement des prix entre les deux provinces.

La rémunération de l'agneau de lait produit au Québec sur les 6 années était de 182,77 \$/100 lb en hiver, comparativement à 175,37 \$/100 lb en Ontario, soit un prix supérieur de 7,39 \$ en faveur des producteurs québécois. En été, le Québec vend ses agneaux 30,71 \$/100 lb de plus que l'Ontario. En hiver, le prix des agneaux est plus élevé qu'en été, soit 19,20 \$/100 lb au Québec et 45,52 \$/100 lb en Ontario. La figure 6 donne un aperçu de l'évolution des prix de l'agneau de lait au Québec et en Ontario.

Contrairement à l'agneau de lait, le prix de l'agneau léger (< 79 lb) est en moyenne supérieur en Ontario. D'ailleurs, on ne constate aucun rattrapage du Québec par rapport à l'Ontario, car le taux de croissance annuelle moyenne est sensiblement supérieur dans la province ontarienne (7,7 % comparativement à 7,0 %).

Tableau 15 : Prix des agneaux au Québec et en Ontario pour les périodes de décembre à mai et de juin à novembre

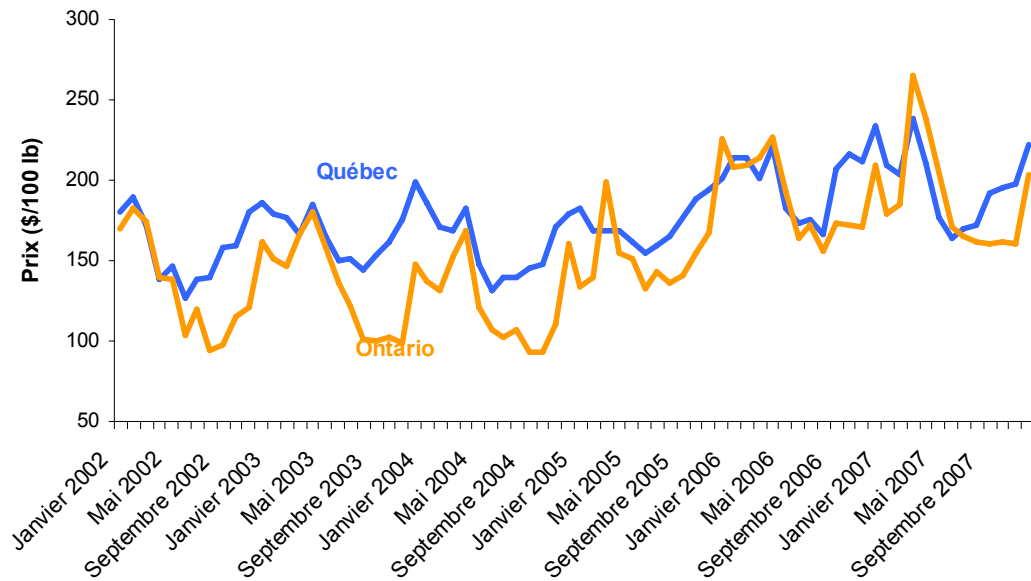
Période	Québec			Ontario		
	Lait	Léger	Lourd	Lait	Léger	Lourd
Nombre d'agneaux vendus à l'encan						
Décembre 01 - Mai 02	15 573	3 925	2 728	6 554	42 633	22 334
Juin 02 – Novembre 02	8 243	7 087	4 740	3 698	41 939	30 293
Décembre 02 - Mai 03	17 552	5 205	4 090	6 530	45 536	20 665
Juin 03 - Novembre 03	11 756	11 180	4 904	3 373	39 600	35 198
Décembre 03 - Mai 04	13 960	3 233	3 783	6 037	47 548	32 187
Juin 04 - Novembre 04	13 606	6 053	7 674	3 076	42 831	35 036
Décembre 04 - Mai 05	18 400	4 824	5 867	5 789	48 011	23 158
Juin 05 - Novembre 05	13 463	6 603	7 137	4 012	40 040	29 906
Décembre 05 - Mai 06	24 812	4 747	4 248	5 483	38 094	23 237
Juin 06 - Novembre 06	14 734	6 636	6 490	2 684	34 905	30 782
Décembre 06 - Mai 07	24 050	6 104	7 011	5 633	37 451	25 376
Juin 07 - Novembre 07	13 717	7 589	721	2 546	32 621	28 905
Prix moyen de vente à l'encan (\$/100 lb de poids vif)						
Décembre 01 - Mai 02	170,28	139,32	122,83	167,49	153,47	117,82
Juin 02 - Novembre 02	145,41	118,55	109,69	106,61	120,58	106,21
Décembre 02 - Mai 03	153,35	114,98	125,42	126,21	127,87	110,10
Juin 03 - Novembre 03	153,32	136,06	114,26	113,85	123,39	101,40
Décembre 03 - Mai 04	176,27	141,88	113,90	156,10	143,77	92,36
Juin 04 - Novembre 04	143,92	123,49	103,46	103,04	116,90	99,33
Décembre 04 - Mai 05	171,66	152,12	136,79	169,06	163,25	134,18
Juin 05 - Novembre 05	169,81	151,38	136,50	141,66	155,80	144,16
Décembre 05 - Mai 06	206,05	186,51	160,04	200,97	210,07	158,15
Juin 06 - Novembre 06	188,92	171,15	151,72	167,70	169,60	149,68
Décembre 06 - Mai 07	219,01	183,88	163,59	232,41	210,92	156,20
Juin 07 - Novembre 07	180,02	167,49	ND	164,30	164,46	148,44

Note : Les données sont prises à l'encan de Saint-Hyacinthe au Québec et dans quatorze marchés en Ontario.
À partir de juin 2007, aucun agneau lourd n'aurait dû être vendu à l'encan de Saint-Hyacinthe, car ils devaient tous passer par l'Agence de vente des agneaux lourds.

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

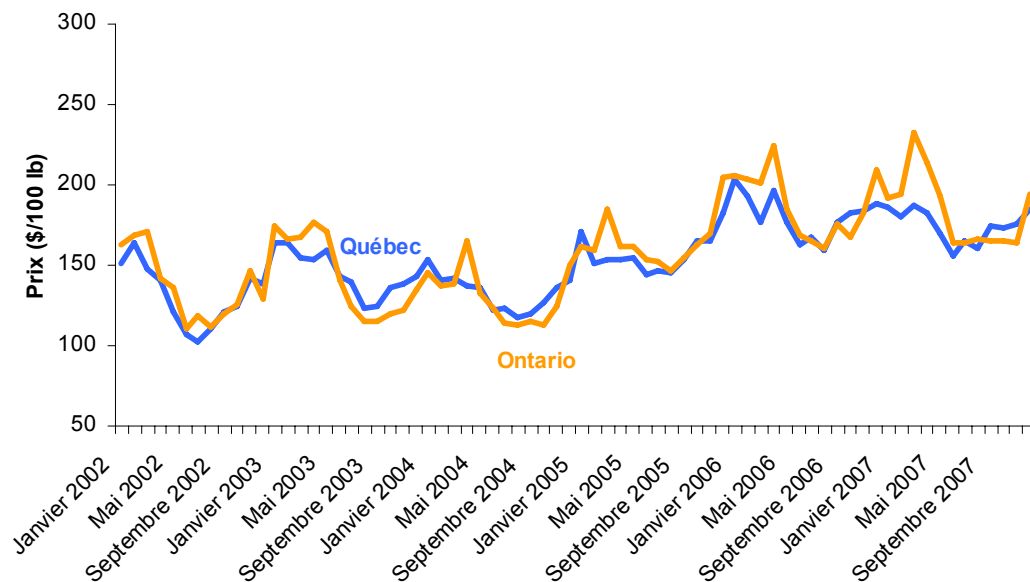
Le montant moyen payé en Ontario pour les agneaux vendus durant la période d'hiver est toujours supérieur à celui du Québec avec 15,11 \$/100 lb. Les prix moyens pour l'été sont toutefois relativement semblables avec 2,90 \$/100 lb en faveur du Québec. La différence entre les prix d'hiver et d'été au Québec est de 8,43 \$/100 lb. La figure 7 présente l'évolution des prix mensuels.

Figure 6 : Évolution mensuelle des prix de l'agneau de lait au Québec et en Ontario



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

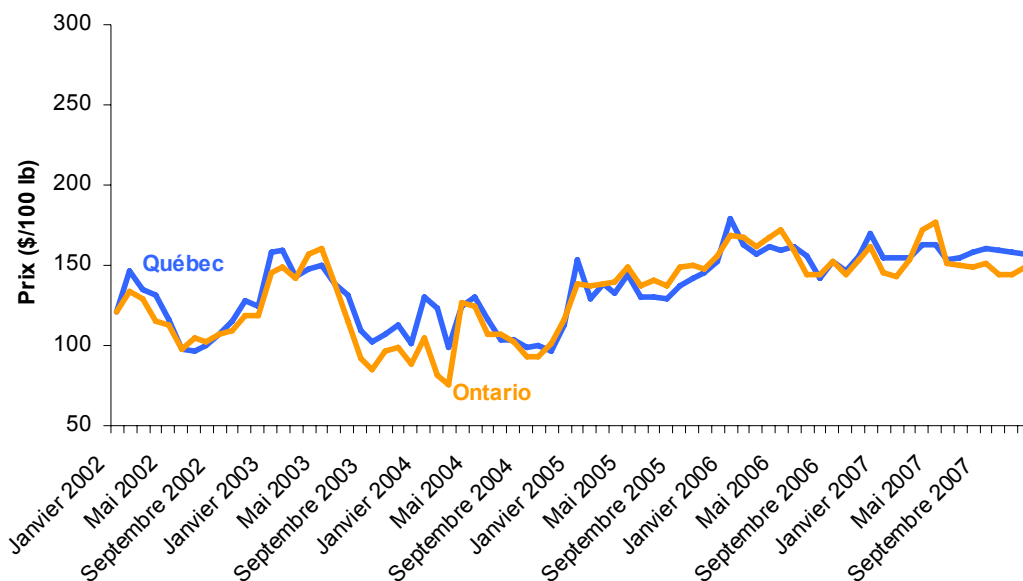
Figure 7 : Évolution mensuelle des prix de l'agneau léger (< 79 lb) au Québec et en Ontario



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

Les prix payés pour l'agneau lourd (> 80 lb) sont généralement supérieurs au Québec (figure 8). Cette tendance semble se maintenir sur toute la période à l'étude, car les taux de croissance annuelle moyenne sont sensiblement les mêmes pour le prix de l'agneau au Québec (7,4 %) et en Ontario (7,7 %). La seule période où l'Ontario a vendu ses agneaux plus cher est l'été 2005.

Figure 8 : Évolution mensuelle des prix de l'agneau lourd (> 80 lb) au Québec et en Ontario



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

Au Québec, les prix de l'agneau lourd en hiver sont de 8,96 \$/100 lb plus élevés qu'en Ontario, tandis qu'en été, la différence n'est que de 4,95 \$/100 lb. La différence entre les prix d'hiver et d'été au Québec est de 7,28 \$/100 lb. En Ontario, elle n'est que de 3,27 \$/100 lb. De décembre à mai 2007, le prix moyen de l'agneau lourd vendu au Québec atteint 163,59 \$/100 lb.

À l'encan de Saint-Hyacinthe, trois catégories de poids d'agneaux lourds associées à trois prix différents étaient vendues. Entre les années 2004 et 2007, les agneaux de 80 à 95 lb de poids vif (de 16,4 à 19,4 kg sur base carcasse⁹) étaient vendus généralement 3,60 \$/100 lb de plus que les agneaux de 95 à 110 lb de poids vif (de 19,4 à 22,5 kg sur base carcasse). Les agneaux de plus de 110 lb de poids vif (> 22,5 kg sur base carcasse) avaient un prix moyen inférieur de 16,34 \$/100 lb à celui de la catégorie précédente.

Au 1^{er} juin 2007, le prix de l'agneau lourd payé par l'Agence de vente des agneaux lourds était de 7,18 \$/kg pour l'ensemble des carcasses. Ce prix pouvait être augmenté ou diminué selon l'indice de classification de la carcasse. Après la première année d'exploitation de l'Agence, l'indice moyen se chiffrait à 99,9, avec des variations mensuelles de 99,2 à 100,5.

⁹ Le poids vif en livres converti en kilogrammes de poids-carcasse est obtenu grâce à la formule suivante : poids vif en livres x 0,45 (rendement carcasse, FPAMQ) / 2,205 (conversion des livres en kilogrammes).

Le prix moyen des agneaux lourds obtenu par les producteurs avant les frais de mise en marché, de classification et de transport durant les six premiers mois d'exploitation de l'Agence de vente est estimé à 146,50 \$/100 lb de poids vif, soit l'équivalent de 7,18 \$/kg sur base carcasse. À la même période, en 2006, le prix moyen des agneaux lourds vendus au Québec était de 151,72 \$/100 lb (Δ 5,22 \$/100 lb de poids vif ou 0,12 \$/kg sur base carcasse). En 2007, le prix en Ontario était aussi plus élevé de 1,94 \$/100 lb de poids vif.

De décembre 2007 à mai 2008, le prix est resté le même (7,18 kg de poids-carcasse), sauf pour la dernière semaine de mai (7,45 \$/kg de poids-carcasse). Étant donné qu'aucune entente n'est intervenue entre les acheteurs et la FPAMQ avant mai 2007 pour l'agneau vendu en hiver, la moyenne du prix de l'agneau est restée sensiblement la même, soit 146,55 \$/100 lb. L'année précédente, l'agneau s'était vendu 160,04 \$/100 lb (Δ 13,49 \$/100 lb de poids vif ou Δ 0,30 \$/kg sur base carcasse). Durant cette période, en 2008, le prix de l'agneau lourd vendu en Ontario était de 152,37 \$/100 lb, ce qui représente une chute de 3,83 \$/100 lb par rapport à la même période de 2007.

Le prix de l'agneau est en croissance au Québec comme en Ontario. Celui de l'agneau lourd est un peu moins élevé au kilogramme à certaines périodes de l'année.

Il semble que le prix payé par l'Agence de vente durant la première année était un peu inférieur à celui du marché en Ontario et inférieur au prix obtenu l'année précédente à l'encan de Saint-Hyacinthe. Cependant, l'Agence de vente a permis aux producteurs de bénéficier d'une garantie prévisionnelle de prix. Il faut se rappeler que cette agence n'en est qu'à sa première année d'exploitation. Cette période lui aura permis d'acquérir une expérience et de bénéficier d'un historique d'exploitation nécessaire pour apporter les ajustements appropriés.

Des prix différents devraient peut-être être négociés pour les différentes catégories de poids de l'agneau lourd, ce qui permettrait d'obtenir des prix compétitifs par rapport à ceux du marché ontarien.

3.1.3 Situation québécoise

Selon le fichier d'enregistrement des entreprises agricoles du MAPAQ, le nombre d'entreprises ovines est en croissance depuis l'an 2000 (tableau 16). On observe aussi que ces exploitations ont augmenté leur production d'agneaux, qu'il s'agisse d'agneaux de lait, d'agneaux légers ou d'agneaux lourds. Cette croissance a été la plus marquée entre 2000 et 2004 pour la production d'agneaux lourds. En proportion, en 2004, le pourcentage d'agneaux de lait aurait diminué de 10 %. Le transfert aurait été fait pour produire plus d'agneaux lourds. Toutefois, la situation observée entre 2004 et 2007 est différente. Sur l'ensemble de la production d'agneaux estimée, la proportion d'agneaux de lait aurait diminué de 1 % et celle des agneaux lourds aurait aussi chuté d'un peu moins de 3,4 %. Ce transfert serait en faveur d'une augmentation de la proportion d'agneaux légers. Globalement, la production d'agneaux légers a augmenté entre 2000 et 2007, soit de 44,8 % entre 2000 et 2004 et de 24,7 % entre 2004 et 2007.

Tableau 16 : Évolution de la production annuelle estimée d'agneaux au Québec

	2000	2004	2007	2004/2000 (%)	2007/2004 (%)
Nombre d'exploitations					
Agneaux de lait	674	715	675	6,1	-5,6
Agneaux légers	398	382	440	-4,0	15,2
Agneaux lourds	551	610	590	10,7	-3,3
Total d'agneaux	1 072	1 185	1 290	10,5	8,9
Cheptel ovin*	1 072	1 185	1 290	10,5	8,9
Production annuelle estimée					
Agneaux de lait	94 137	107 648	98 646	14,4	-8,4
Agneaux légers	25 893	37 491	46 769	44,8	24,7
Agneaux lourds	68 306	126 499	110 579	85,2	-12,6
Total d'agneaux	188 336	271 638	255 994	44,2	-5,8
Cheptel reproducteur	161 657	200 053	203 195	23,8	1,6
Cheptel ovin*	228 421	301 615	284 748	32,0	-5,6
Nombre moyen d'agneaux ou d'ovins par exploitation					
Agneaux de lait	140	151	146	7,8	-2,9
Agneaux légers	65	98	106	50,9	8,3
Agneaux lourds	124	207	187	67,3	-9,6
Total d'agneaux	176	229	198	30,5	-13,4
Cheptel reproducteur	151	169	158	12,0	-6,7
Cheptel ovin*	213	255	221	19,5	-13,3

* Béliers, brebis, agnelles et agneaux en inventaire lors du recensement.

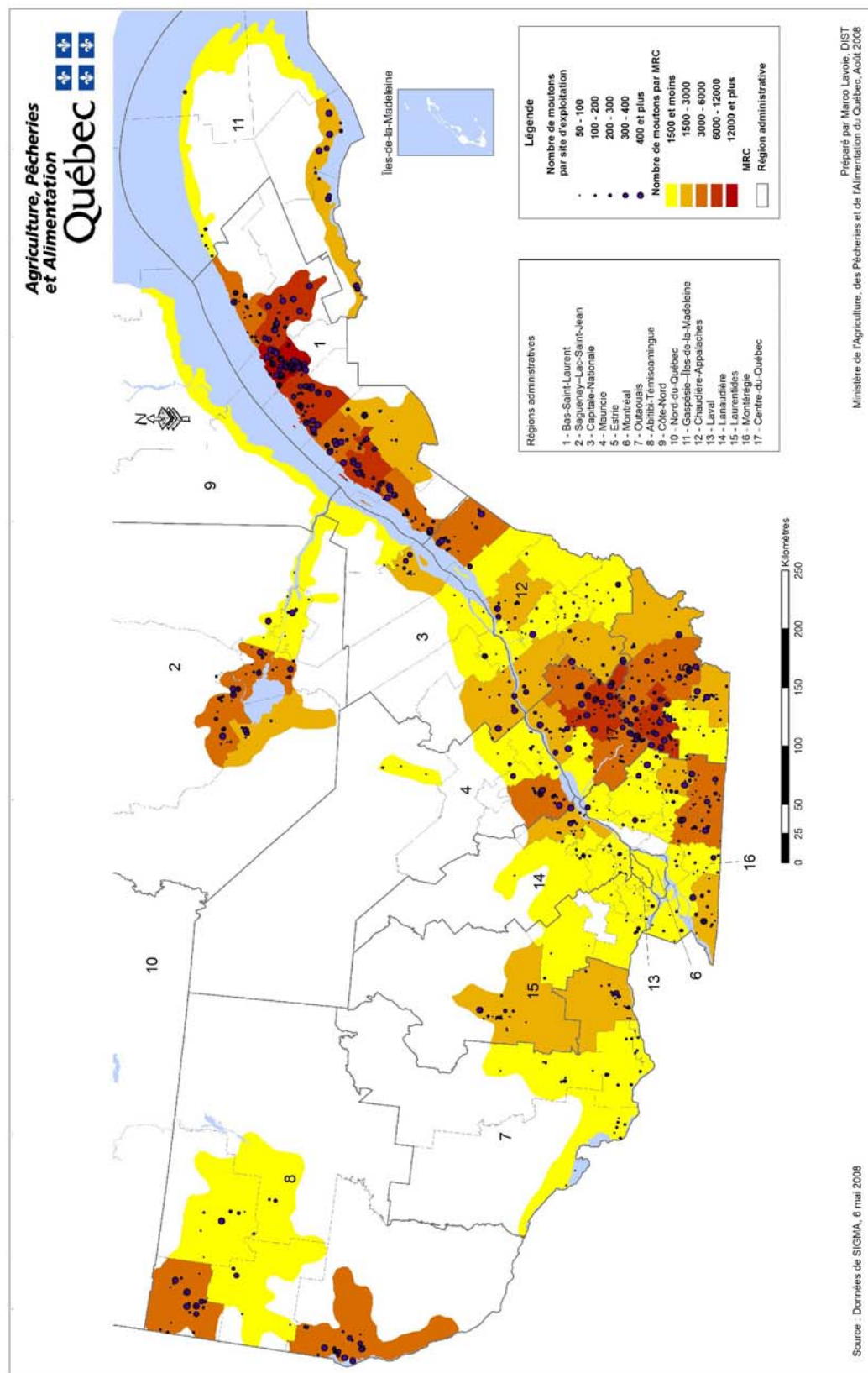
Source : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

La principale région productrice d'agneaux au Québec est le Bas-Saint-Laurent, suivie de l'Estrie et du Centre-du-Québec. La figure 9 et l'annexe présentent la répartition de 2007.

Les seules données disponibles en ce qui concerne la brebis laitière proviennent de la Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles 2007. Au total, 36 entreprises élevant 3 207 brebis laitières étaient actives en 2007. Elles sont réparties géographiquement à la grandeur du Québec. Les régions ayant le plus d'entreprises sont le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Capitale-Nationale, l'Estrie, l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamisque et Lanaudière.

La production annuelle estimée annoncée par les producteurs lors de leur enregistrement au MAPAQ révèle une croissance de la production d'agneaux légers.

Figure 9 : Répartition du nombre de brebis et d'agnelles par site d'exploitation et par municipalité régionale de comté (MRC)



3.2 ANALYSE FINANCIÈRE

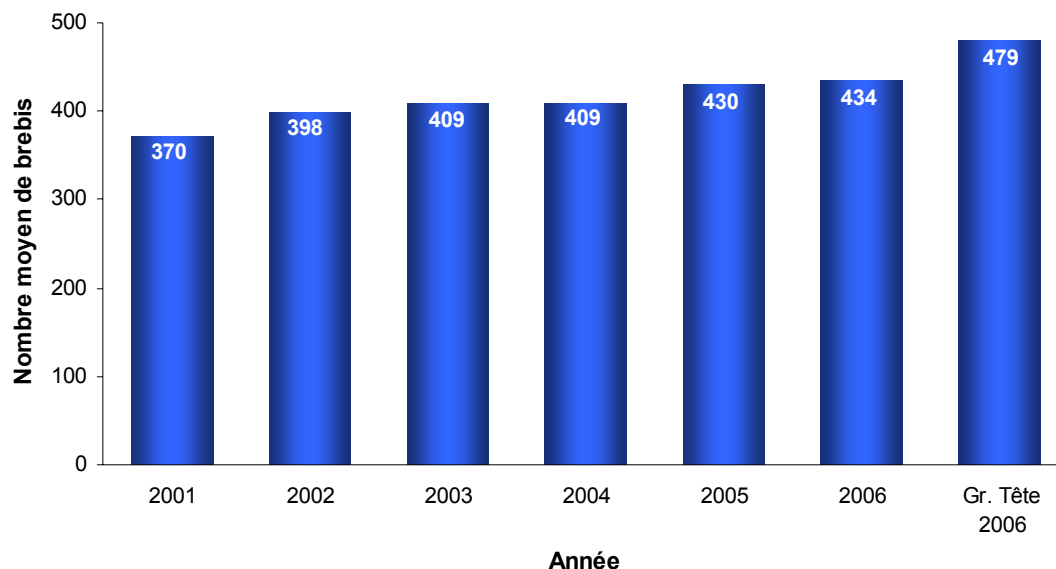
Pour cette analyse, les résultats financiers d'entreprises spécialisées en production ovine ont été compilés afin de comparer les résultats moyens obtenus pour la période de 2001 à 2006 par La Financière agricole du Québec (FADQ). La sélection des entreprises n'a pas été réalisée de façon aléatoire et ne représente pas, en soi, un portrait de l'ensemble de la production ovine québécoise. L'information doit donc être utilisée avec discernement.

Pour chacune des années, le groupe compte plus d'une centaine d'entreprises. Les groupes ne sont pas nécessairement composés des mêmes entreprises d'une année à l'autre.

3.2.1 Évolution 2001-2006

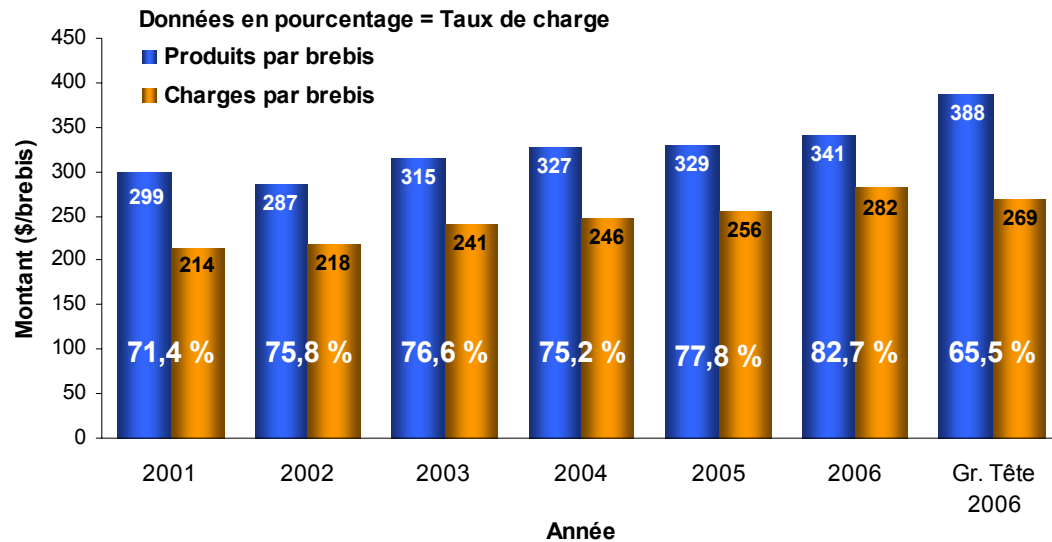
La taille moyenne des entreprises, pour ce qui est du nombre de brebis, a augmenté au cours de la période 2001-2006 et a dépassé les 430 brebis par entreprise en 2006 (figure 10).

Figure 10 : Taille moyenne des entreprises ayant un emprunt à la FADQ



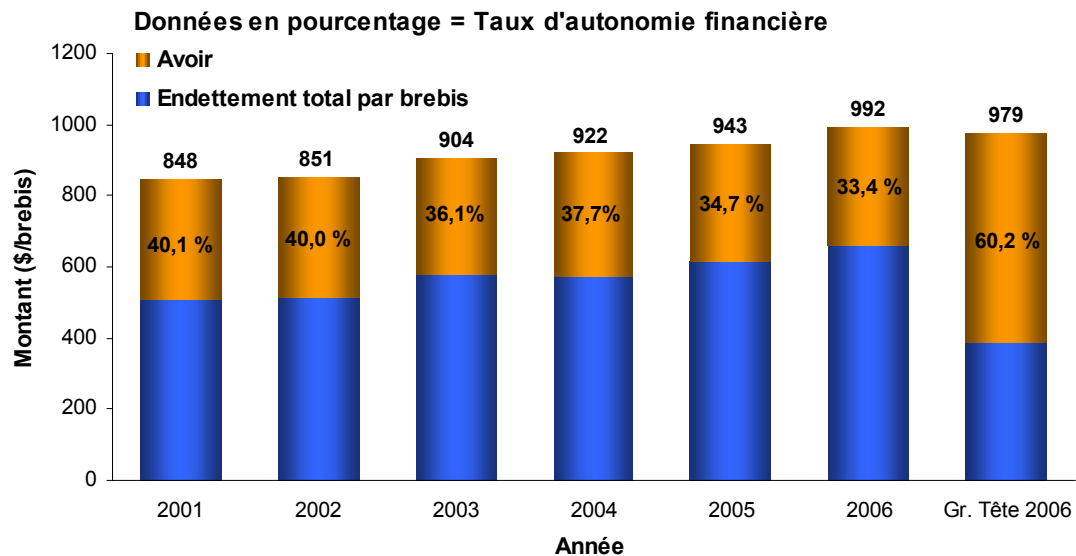
Les produits par brebis ont progressé sensiblement entre 2001 et 2006 pour atteindre plus de 340 \$/brebis (figure 11). Toutefois, les charges d'exploitation ont connu une croissance plus rapide au cours de cette période, alors que le taux de charge est passé de 71 % en 2001 à 83 % en 2006. En moyenne, les entreprises ont subi des pertes nettes sur l'ensemble de la période.

Figure 11 : Évolution des produits et des charges des entreprises ovines ayant un emprunt à la FADQ



L'analyse des éléments du bilan présenté à la figure 12 montre une croissance de l'actif total par brebis. Cette croissance de l'actif est toutefois soutenue par l'augmentation du passif des entreprises. Une absence de rentabilité des entreprises, combinée à un accroissement de l'endettement, conduit à une diminution progressive de l'autonomie financière. Les actifs sont présentés selon leur valeur comptable et non selon leur valeur marchande.

Figure 12 : Évolution de l'actif total et de sa répartition entre l'endettement et l'avoir des propriétaires des entreprises ovines ayant un emprunt à la FADQ



Note : Les actifs sont présentés selon leur valeur comptable.

3.2.2 Analyse des résultats financiers

Les résultats financiers sont très variables d'une entreprise à l'autre. Certaines entreprises réussissent bien, alors que d'autres affichent des pertes année après année. Pour illustrer cette variabilité et la possibilité pour les entreprises d'obtenir un bon rendement, les résultats moyens d'un groupe d'entreprises ayant atteint des performances supérieures sont présentés aux figures 11 et 12.

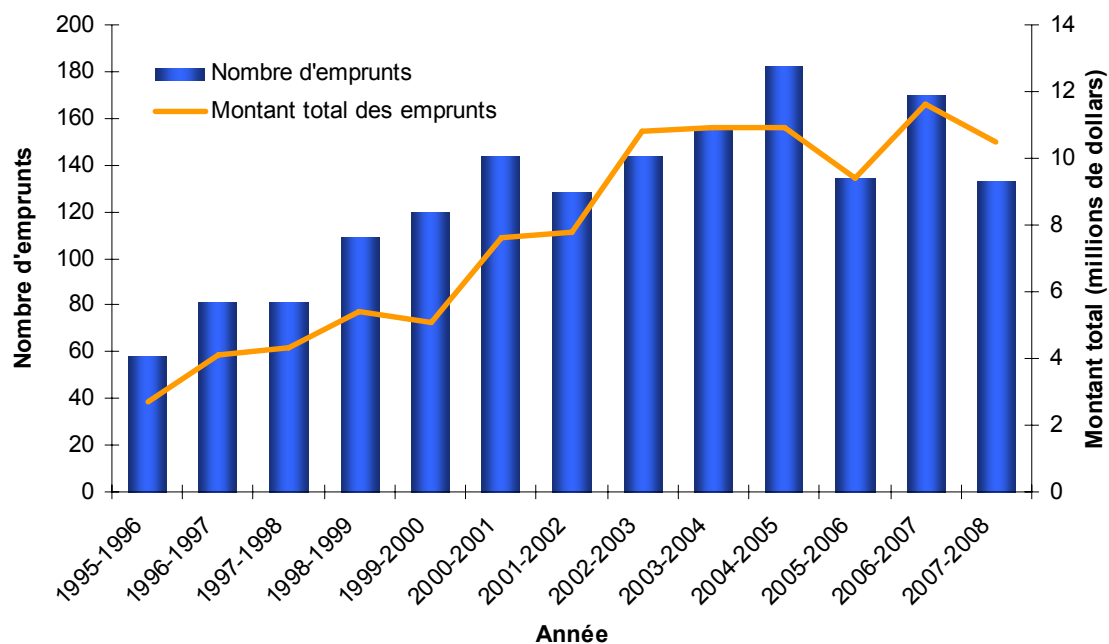
Un groupe de tête, constitué de 25 % des entreprises montrant les meilleures capacités de remboursement, obtient des produits par brebis supérieurs avec un écart de plus de 45 \$. Ce groupe affichait un taux de charge moyen de 66 % en 2006, comparativement à 83 % pour l'ensemble des entreprises.

Les entreprises du groupe de tête sont en moyenne de plus grande taille (45 brebis de plus). L'actif total par brebis est sensiblement le même pour ce groupe que pour l'ensemble des entreprises, alors que l'endettement est moins élevé (Δ 271 \$).

3.2.3 Activités de prêts

L'encours de prêts total en production ovine à la FADQ avoisine les 50 millions de dollars. L'activité annuelle est d'environ 150 prêts pour des valeurs de 10 millions en moyenne depuis 2000-2001 (figure 13).

Figure 13 : Nombre et valeur totale des prêts en production ovine contractés à la FADQ



Les entreprises ovines les moins endettées ont une meilleure capacité de remboursement.

3.3 ASPECT TECHNICO-ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION OVINE

3.3.1 Résultats par groupe de performances 2006

Cette section présente une synthèse d'une récente étude produite par le Centre d'études sur les coûts de production en agriculture (CECPA). Une analyse des entreprises, selon un critère de performance représentatif de leur niveau d'efficacité, est effectuée à partir des 32 entreprises spécialisées en production ovine retenues pour le calcul du coût de production de 2006. Trois groupes d'entreprises ovines sont comparés :

- ◆ *la moyenne des 32 entreprises;*
- ◆ *les 11 fermes les plus performantes : groupe de tête;*
- ◆ *les 11 fermes les moins performantes : groupe de fin.*

Les moyennes par ferme sont utilisées afin de bien interpréter les critères de performance des entreprises ovines. Dans le but de mieux comparer les entreprises entre elles, la marge par brebis retenue est calculée avant la rémunération pour tout le travail (exploitants, salariés et famille), avant les intérêts payés et avant la rémunération de l'avoir net.

Les résultats des entreprises sont classés selon la marge par brebis (tableau 17). On constate d'entrée de jeu que la moyenne des 32 entreprises est de 500 brebis. Le groupe de tête, avec 527 brebis, dispose de 25 % de plus de reproducteurs que le groupe de fin, qui en dénombrait 420. De plus, la marge par brebis est de 76,05 \$ pour la moyenne des entreprises. La marge du groupe de tête, à 119,80 \$/brebis, est de 57 % supérieure à celle de l'ensemble du groupe. Quant à la marge du groupe de fin, à 30,51 \$/brebis, elle se situe à moins de la moitié de la moyenne et est plus basse de 89,29 \$ que celle du groupe de tête.

Essentiellement, cet écart de 89,29 \$/brebis entre le groupe de tête et le groupe de fin provient des produits. Le groupe de tête génère 99,23 \$ de plus de revenus par brebis que le groupe de fin, alors que ce dernier a des charges globales d'environ 9,94 \$ de moins par brebis.

Tableau 17 : Comparaison de produits et de charges par brebis pour chaque groupe de performances

Nombre de fermes dans le groupe Nombre de brebis/entreprise	Moyenne 32 500	Tête 11 527	Fin 11 420	Écart Tête versus Fin 107
Groupes de produits (\$/brebis)				
Ventes d'agneaux de marché	158,51	188,88	125,76	63,12
Ventes de reproducteurs	4,18	13,47	-8,40	21,87
Ventes de laine et de sujets pour la réforme	8,95	11,77	6,86	4,91
Revenu ASRA moutons	125,87	126,19	124,28	1,91
Ventes de végétaux	30,62	30,98	29,34	1,64
Autres revenus	13,01	15,84	10,03	5,81
Total des produits	343,14	387,11	287,88	99,23
Groupe de charges (\$/brebis)				
Charges pour les cultures	28,57	28,02	25,13	2,89
Aliments achetés	50,67	49,93	56,56	-6,63
Charges de machinerie	76,67	81,66	69,56	12,10
Frais sanitaires	9,73	11,22	9,92	1,30
Cotisation ASRA ovins	41,17	41,4	40,64	0,76
Frais financiers à court terme	7,35	3,95	8,18	-4,23
Entretien et immeuble	14,72	14,64	14,24	0,40
Frais services publics	12,63	12,94	11,13	1,81
Frais administratifs	11,38	11,37	11,37	0,00
Amortissement sur les bâtiments et le drainage	12,19	12,15	10,62	1,53
Total des charges	265,09	267,31	257,37	9,94
Marge avant rémunération du travail et du capital	76,05	119,80	30,51	89,29

3.3.1.1 Analyse des produits

Ventes d'agneaux de marché

Les ventes d'agneaux de marché expliquent 63,12 \$ de l'écart par brebis entre les deux groupes. Ces ventes sont constituées du prix de vente multiplié par le nombre d'agneaux vendus. Selon l'analyse comparative du CECPA, le nombre de brebis vendues correspond, dans une proportion de 90 % (56,97 \$), au montant associé aux ventes d'agneaux de marché, tandis que le prix de vente ne représenterait que 10 % (6,15 \$) de ce montant.

Le tableau 18 présente le niveau de ces paramètres pour les deux groupes ainsi que l'incidence monétaire sur la marge par brebis, calculée de la même façon que pour le prix de vente des agneaux.

**Tableau 18 : Explication des écarts de marge entre le groupe de tête et le groupe de fin
(par rapport au groupe de tête, par ordre décroissant)**

	Tête	Fin	Écart	Impact (\$/brebis)	Détail (\$/brebis)
Ventes d'agneaux de marché (\$/brebis)	188,88	125,76	63,12	63,12	
Nombre d'agneaux vendus/brebis	1,49	1,04	0,45	-	56,97
Taux d'agnelage	1,14	0,90	0,24	-	39,99
Taux de mortalité des agneaux (%)	14	19	5	-	8,89
Taux d'élevage (%)	14	17	3	-	5,01
Agneaux nés par portée	1,76	1,72	0,04	-	3,08
Meilleur prix de vente des agneaux	-	-	-	-	6,15
Proportion d'agneaux de lait, légers et lourds	Léger : +11 % Lourd : +11 %	Lait : +22 %	-	-	8,11
Prix unitaire net	↓	↑	-	-	(1,96)
Ventes de reproducteurs nets (\$/brebis)	13,47	(8,40)	21,87	21,87	-
Aliments achetés	49,93	56,56	6,63	6,63	-
Moulée pour les agneaux	7,11	18,11	11,00		11,00
Charges pour les cultures	28,02	25,13	(2,89)	(2,89)	-
Charges de machinerie	81,66	69,56	(12,10)	(12,10)	-
Amortissement de la machinerie et des équipements	-	-	-	-	(9,65)
Écart total entre les marges	-	-	-	89,29	-

Donc, l'explication de l'écart pour ce qui est du nombre d'agneaux de marché entre les groupes de tête et de fin provient de quatre critères qui sont, par ordre d'importance financière :

- ◆ Le nombre d'agnelages par brebis par an;
- ◆ Le taux de mortalité des agneaux;
- ◆ Le taux d'élevage, soit la proportion d'agneaux élevés comme reproducteurs et destinés soit au remplacement ou à la vente;
- ◆ Le nombre d'agneaux nés par portée.

Parmi ces paramètres, c'est le taux d'agnelage qui explique la plus grande différence entre la marge par brebis des deux groupes : 39,99 \$ ou 45 % de l'écart total. Dans le *Guide production ovine* du CRAAQ, on propose un seuil cible de 1,73 agneau réchappé par brebis par an et un seuil critique (minimum) de 1,28. Le groupe de tête est très près de la cible avec 1,72, alors que le groupe de fin serait en dessous du seuil critique avec 1,04.

On ne peut négliger également les autres paramètres évoqués, dont particulièrement le taux de mortalité des agneaux, qui entraîne une différence de 8,89 \$/brebis. Toujours dans le *Guide production ovine*, on définit pour ce paramètre un seuil cible de 10 % et un seuil critique de 19 %. On constate que le groupe de tête se situe entre le seuil cible et le seuil critique, alors que le groupe de fin est au niveau du seuil critique.

Il demeure toutefois évident que tout agneau supplémentaire vendu par une entreprise a un impact important sur les résultats financiers, d'autant plus qu'une bonne proportion des charges n'est pas proportionnelle au nombre d'agneaux produits.

Prix de vente des agneaux

Trois catégories d'agneaux sont mises en marché par les producteurs du Québec : l'agneau de lait, l'agneau léger et l'agneau lourd.

D'après l'analyse comparative du CECPA :

- ◆ En proportion des ventes par catégorie, le groupe de tête vend 11 % de plus d'agneaux légers et d'agneaux lourds, tandis que le groupe de fin vend 22 % de plus d'agneaux de lait.
- ◆ Le groupe de tête vend ses agneaux de lait à un prix net supérieur de 4,33 \$ par rapport au groupe de fin.
- ◆ Le groupe de tête reçoit un prix net par tête supérieur pour ses agneaux de lait et ses agneaux légers et un prix inférieur pour ses agneaux lourds.
- ◆ Pour les agneaux de lait, cela s'explique par un poids et un prix légèrement plus élevés.
- ◆ Pour les agneaux légers, le groupe de tête a un poids inférieur, mais un prix supérieur de 5 %.
- ◆ Pour les agneaux lourds, le groupe de fin vend à un poids et à un prix légèrement plus élevés.

En supposant que les agneaux du groupe de fin étaient vendus au même poids et au même prix moyen, mais avec la répartition du groupe de tête pour ce qui est des agneaux de lait, des agneaux légers et des agneaux lourds, on obtient un prix moyen pondéré de 128,34 \$/agneau, soit un prix plus élevé de 1,96 \$/tête que celui du groupe de tête. On peut donc en déduire que l'écart de 6,15 \$/agneau vendu, en faveur du groupe de tête, provient essentiellement de la répartition des ventes par catégorie d'agneaux. En fait, c'est beaucoup plus le nombre de kilogrammes d'agneaux vendus par brebis que le type d'agneau qui a un impact sur les produits.

Ventes de reproducteurs

Après les ventes d'agneaux de marché, ce sont les ventes de reproducteurs qui entraînent le plus d'écart entre les groupes de tête et de fin, soit 21,87 \$/brebis. En fait, deux réalités s'opposent ici : les fermes du groupe de tête vendent des sujets pour 13,47 \$/brebis, alors que celles du groupe de fin en achètent pour 8,40 \$/brebis.

À partir de la différence observée entre les performances zootechniques du groupe de tête et du groupe de fin, il apparaît que le plus grand nombre d'agneaux réchappés serait responsable d'une vente plus importante d'animaux reproducteurs. Ayant beaucoup plus d'agneaux au départ, les entreprises du groupe de tête jouissent d'une latitude pour élever plus d'agnelles, en sélectionner pour leur remplacement et vendre celles qui excèdent leurs besoins. Il est plausible que plus une entreprise réchappe d'agneaux par brebis, plus les acheteurs sont incités à s'y approvisionner en agnelles.

De plus, le *Guide production ovine* présente comme normal un taux de remplacement se situant autour de 20 % pour les brebis. Les fermes de tête ont un taux de 19 % et celles de fin, 15 %. Il semble que les entreprises du groupe de fin gardent leurs brebis plus longtemps, préférant vendre plus d'agneaux de marché, compte tenu du fait que leur nombre est restreint. À l'inverse, le groupe de tête, exigeant plus de ses brebis et disposant de plus d'agneaux, se permet de sélectionner davantage ce qui alimenterait la roue en leur permettant de produire plus d'agneaux.

3.3.1.2 Analyse des charges

Les principaux écarts observés sur le plan des dépenses sont associés aux charges pour les cultures, aux achats d'aliments ainsi qu'aux charges de machinerie et d'équipement. Globalement, elles représentent un écart de 8,36 \$/brebis en faveur du groupe de fin.

Charges pour les cultures

Les charges pour les cultures du groupe de tête sont plus élevées de 2,89 \$/brebis. Un certain nombre d'éléments expliquent cette différence. Ainsi, le groupe de tête a :

- ◆ 25 % de plus de brebis;
- ◆ 40 % de plus d'hectares en cultures;
- ◆ 25 % de plus de superficie en fourrages;
- ◆ 76 % de plus d'hectares en céréales et en maïs-grain;
- ◆ 3 fois plus de superficie en pâturages.

La différence de 2,89 \$/brebis est expliquée principalement par des dépenses plus élevées dans les postes *semences*, *pesticides* et *ASRA cultures*, ces charges étant associées aux céréales et au maïs-grain. Les autres postes ne présentent pas de différences significatives.

Cependant, le groupe de tête, cultivant 10,4 hectares de céréales et de maïs-grain de plus, devrait avoir des répercussions au regard des achats d'aliments.

Achats d'aliments

Pratiquement toutes les charges en aliments par brebis sont plus élevées pour le groupe de tête, sauf pour la moulée d'agneaux. Le groupe de fin en achète pour 11 \$ de plus par brebis que le groupe de tête. Il faut se rappeler que le groupe de tête réchappe au total 906 agneaux comparativement à 525 pour le groupe de fin. En rapportant le coût des aliments par agneau réchappé, les entreprises du groupe de tête paient 15,80 \$ de moins par agneau pour les achats d'aliments que celles du groupe de fin. Une analyse des volumes de concentrés consommés¹⁰ par les agneaux de marché permet de noter que :

- ◆ Le groupe de fin utilise 9 % de plus de concentrés pour ses agneaux de lait et ses agneaux légers.
- ◆ Le groupe de fin consomme 28,4 kg ou 26 % de plus de concentrés pour produire ses agneaux lourds.

¹⁰ Les volumes consommés sont composés des aliments produits à la ferme et de concentrés achetés.

- ◆ Le groupe de fin achète 4 fois plus de moulée commerciale pour ses agneaux lourds que le groupe de tête.
- ◆ Le groupe de tête utilise 5 fois plus de céréales et de maïs-grain que le groupe de fin pour ses agneaux de lait et ses agneaux légers et près de 2 fois plus pour ses agneaux lourds.

Si l'on utilise les prix moyens des différents aliments recueillis lors de l'étude du coût de production de 2006, le coût du concentré pour un agneau lourd est de 21,01 \$ pour le groupe de tête et de 34,47 \$ pour le groupe de fin, ce qui représente un écart de 13,46 \$/agneau. À partir de cet écart, on estime que le groupe de fin utilise plus de moulée par agneau lourd produit, générant un coût supplémentaire de 7,04 \$/agneau, et utilise des aliments plus chers, créant un impact additionnel de 6,42 \$/agneau lourd. Il faut noter toutefois que les agneaux légers et lourds du groupe de fin sont vendus à un poids supérieur à celui du groupe de tête : 1,63 kg pour les agneaux lourds et 0,88 kg pour les agneaux légers. Cela n'explique toutefois qu'une faible partie des quantités de moulées supplémentaires.

Charges de machinerie et d'équipement

Un deuxième groupe de postes important concerne les charges de machinerie, soit 12,10 \$/brebis de plus pour le groupe de tête.

Ce groupe possède deux fois plus de valeur de machinerie (au coût d'acquisition) que le groupe de fin. Ce constat s'explique en partie par les faits suivants :

- ◆ Les fermes du groupe de fin louent de la machinerie pour une valeur de 2,57 \$/brebis de plus.
- ◆ Les entreprises du groupe de fin font effectuer du travail à forfait pour 3,79 \$/brebis de plus.
- ◆ Le groupe de tête a des coûts de carburants, d'entretien de machinerie et d'équipement pour 8,81 \$/brebis de plus.
- ◆ Les charges d'amortissement sont de 9,65 \$/brebis supérieures pour le groupe de tête.

Les coûts supplémentaires des charges de machinerie du groupe de tête (12,10 \$/brebis) viennent en partie contrebalancer les coûts d'alimentation plus faibles (15,80 \$/brebis).

Les trois charges étudiées servent essentiellement à l'alimentation et sont soutenues par les produits générés par les agneaux. En fonction du nombre d'agneaux réchappés, les charges totales de l'ordre de 18,61 \$/agneau sont inférieures pour toutes les entreprises du groupe de tête. Les écarts observés sont :

- ◆ Les charges pour les cultures : 3,81 \$/agneau;
- ◆ Les aliments achetés : 6,63 \$/agneau;
- ◆ Les charges de machinerie et d'équipement : 8,17 \$/agneau.

Les entreprises du groupe de tête ont réussi à atteindre un meilleur équilibre entre les ressources produites et celles achetées, ce qui se traduit par des résultats techniques et financiers supérieurs.

3.3.1.3 Analyse des bilans

Dans les études de coûts de production effectuées par le CECPA, on utilise le coût d'acquisition dans l'évaluation des actifs des entreprises afin de refléter les coûts réels payés. Comme les acquisitions ont été effectuées à différentes années, il faut garder en mémoire que les actifs du bilan peuvent ne pas refléter la valeur marchande des entreprises.

La comparaison des bilans entre les groupes de tête et de fin est un autre élément intéressant (tableau 19) :

- ◆ Les entreprises du groupe de tête ont des actifs par brebis supérieurs de 21 % à ceux des entreprises du groupe de fin.
- ◆ À court terme, il est remarquable de constater que la valeur des agneaux de marché par brebis est deux fois plus importante pour les entreprises du groupe de tête.
- ◆ À moyen et à long terme, les actifs plus élevés du groupe de tête se trouvent essentiellement dans le fonds de terre, l'équipement et le matériel roulant.
- ◆ Les dettes à court terme sont presque deux fois plus élevées pour les entreprises de groupe de fin.
- ◆ Dans le passif, les dettes totales sont de 23 % inférieures pour le groupe de tête.

Quelques raisons peuvent expliquer la meilleure situation des entreprises de groupe de tête :

- ◆ De meilleurs résultats technico-économiques ont généré historiquement de meilleurs profits qui ont permis de réduire l'endettement ou d'investir davantage.
- ◆ Les entreprises du groupe de fin sont exploitées depuis moins longtemps. Elles ont donc été payées plus cher compte tenu de l'évolution du prix des actifs. Elles ont également eu moins de temps pour rembourser leurs emprunts.

3.3.2 Analyse des résultats financiers de 2006 par rapport à 2002

D'après une comparaison entre les états financiers des études de coûts de production de 2002 et de 2006, la marge par brebis¹¹ a diminué de 9,67 \$ durant cette période (tableau 20). Bien que les produits par brebis aient augmenté de 53,11 \$, les charges se sont accrues de 62,78 \$. En fait, les produits se sont accrus de 16 %, alors que les charges ont augmenté de plus de 23 % pendant la période.

Si l'on considère globalement les ventes d'agneaux de marché et de sujets reproducteurs, les ventes de 2006 sont d'environ 25 000 \$ supérieures à celles de 2002. Ce montant s'explique par :

- ◆ La taille du troupeau : +5 %;
- ◆ Le nombre d'agneaux réchappés par brebis : +5,5 %;
- ◆ Le poids de vente : au total (agneaux et agnelles), 54,3 kg/brebis en 2006 comparativement à 50,5 kg/brebis en 2002 : +7,5 %;
- ◆ Le prix de vente moyen : 3,13 \$/kg en 2002 et 3,57 \$/kg en 2006, soit +14 %. À lui seul, le prix de vente explique près de 50 % de la différence de 42 \$ dans les ventes d'agneaux et d'agnelles.

¹¹ Avant la rémunération du travail des exploitants (et de leur famille) et avant la rémunération de l'avoir des propriétaires.

Tableau 19 : Comparaison entre les bilans des entreprises des groupes de tête et de fin

	Tête (527 brebis)		Fin (420 brebis)	
	(\$/brebis)	(\$/ferme)	(\$/brebis)	(\$/ferme)
Actif				
Actif à court terme				
Encaisse	4,81	2 535	1,83	769
Comptes débiteurs	103,82	54 713	82,70	34 734
Agneaux de marché	61,48	32 400	32,53	13 663
Foin, paille et autres	62,61	32 995	58,40	24 528
Approvisionnements	6,48	3 415	10,45	4 389
Total court terme	239,20	126 058	185,91	78 082
Actif à moyen et à long terme				
Animaux reproducteurs	208,03	109 632	207,93	87 331
Terre et drainage	122,26	64 431	93,18	39 136
Bâtiments (excluant la résidence)	222,21	117 105	223,85	94 017
Équipements	100,16	52 784	61,18	25 696
Matériel roulant	112,24	59 150	61,55	25 851
Placements	9,66	5 091	2,88	1 210
Total moyen long terme	774,55	408 188	650,57	273 241
Actif total	1 013,75	534 246	836,49	351 326
Passif				
Passif à court terme				
Marge de crédit	28,06	14 788	32,59	13 688
Comptes créditeurs	22,82	12 026	60,19	25 280
Total court terme	50,88	26 814	92,78	38 968
Passif à moyen et à long terme				
Dettes totales	431,93	227 627	563,81	236 800
Avoir propre	581,82	306 619	272,68	114 526
Passif et avoir net	1 013,75	534 246	836,49	351 326

Toutes les charges, sauf les *intrants cultures* et les *salaires payés*, étaient plus élevées en 2006 qu'en 2002. Les cinq postes suivants sont ceux qui ont augmenté le plus entre 2002 et 2006. Ils représentent 40,18 \$ sur une augmentation totale des charges variables de 48,99 \$/brebis :

- ◆ L'achat d'aliments : +12,02 \$/brebis;
- ◆ L'ASRA pour les ovins : +11,60 \$/brebis;
- ◆ Les travaux à forfait et la location : +6,74 \$/brebis;
- ◆ Le carburant : +5,61 \$/brebis;
- ◆ L'achat de reproducteurs : +4,21 \$/brebis.

Tableau 20 : État des résultats de la production ovine et de ses cultures associées

Étude du coût de production de l'agneau Nombre de brebis/entreprise	Total (\$)		Montant (\$/brebis)		
	2006	2002	2006	2002	Écart 2006-2002
	497,5	473	497,5	473	
Produits					
Ventes d'agneaux de marché	93 099	64 637	187,13	136,59	50,54
Ventes de reproducteurs	8 536	12 162	17,16	25,70	(8,54)
Ventes de réforme et de laine	4 028	2 672	8,10	5,65	2,45
Ventes de cultures	5 760	5 908	11,58	12,48	(0,90)
Revenus divers	5 312	2 690	10,68	6,79	3,89
Remboursement des taxes foncières	2 020	2 080	4,06	4,40	(0,34)
Compensations ASRA « Ovins »	62 840	57 782	126,31	122,10	4,21
Compensations ASRA « Cultures »	8 466	7 198	17,02	15,21	1,81
Total	190 061	155 655	382,03	328,92	53,11
Coûts variables					
Achats d'animaux reproducteurs	5 713	3 439	11,48	7,27	4,21
Intrants de cultures	9 822	9 594	19,74	20,27	(0,53)
Achats d'aliments	24 631	17 739	49,51	37,49	12,02
Achats de litière	1 135	395	2,28	0,83	1,45
Salaires	5 204	6 934	10,46	14,65	(4,19)
Forfait et location	10 109	6 427	20,32	13,58	6,74
Carburant	7 056	4 054	14,18	8,57	5,61
Entretien de machinerie, de tracteurs, etc.	7 548	6 595	15,17	13,94	1,23
Frais de mise en marché	10 396	8 648	20,90	18,28	2,62
Médicaments, services d'un vétérinaire, identifiants, etc.	4 872	3 147	9,79	6,65	3,14
Cotisations ASRA « Ovins »	20 532	14 041	41,27	29,67	11,60
Cotisations ASRA « Cultures »	4 739	2 819	9,53	5,96	3,57
Intérêts à court terme	3 100	2 233	6,23	4,72	1,51
Total	114 857	86 065	230,87	181,88	48,99
Coûts fixes					
Entretien des bâtiments et des fonds de terre	3 433	2 899	6,90	6,13	0,77
Assurance : ferme, véhicule, etc.	3 913	3 671	7,87	7,76	0,11
Taxes foncières brutes	2 785	2 347	5,60	4,96	0,64
Intérêts sur emprunts à long terme	12 188	8 638	24,50	18,25	6,25
Divers	8 922	6 589	17,93	13,93	4,00
Total	31 241	24 144	62,80	51,03	11,77
Amortissement	19 068	17 187	38,33	36,32	2,01
Total des charges	165 166	127 398	331,99	269,21	62,78
Marge avant rémunération du travail	24 895	28 257	50,04	59,71	(9,67)

À l'intérieur des **charges fixes**, le poste *intérêts sur emprunts à long terme*, qui accaparait 18,28 \$/brebis en 2002, s'établissait à 24,50 \$ en 2006, ce qui équivaut à une croissance de 6,25 \$/brebis ou de 34 %. Cela s'explique par une augmentation des dettes à long terme de 45 % entre 2002 et 2006 : la dette à long terme par brebis était de 313 \$ en 2002 et a atteint 455 \$ en 2006. Si la dette a augmenté plus que le coût des intérêts, c'est donc que le taux d'intérêt moyen en 2006 était inférieur à celui de 2002.

L'analyse comparative de différentes entreprises ovines réalisée par le CECPA fait ressortir un certain nombre de critères qui ont un impact direct sur la marge pouvant être obtenue par brebis. Les quatre critères qui viennent en tête de liste concernent le nombre d'agneaux produits par brebis :

- ◆ Le montant obtenu pour les animaux vendus par brebis;
- ◆ Le nombre d'agnelages par brebis;
- ◆ Le montant obtenu pour les agneaux vendus par brebis et leur nombre par brebis;
- ◆ Le nombre d'agneaux réchappés par brebis.

Les autres critères significatifs sont l'avoir net (\$/brebis) et le nombre d'années d'expérience de l'entrepreneur. Le dernier critère à retenir touche le taux de mortalité des agneaux.

Récemment, la situation des producteurs s'est détériorée en raison, notamment, de l'augmentation significative des prix des aliments pour animaux. Actuellement, beaucoup de coûts progressent résolument. Même les transformateurs sont inquiets de cette hausse des prix de l'alimentation animale, car le prix des viandes ovines est déjà supérieur à celui d'autres sources de protéines carnées.

Par ailleurs, ainsi que note le récent rapport d'évaluation du programme complémentaire de protection du revenu du produit agneau, il est clair qu'aucune augmentation notable du niveau de spécialisation des entreprises ovines n'a été observée au cours des dernières années.

Or, le modèle de soutien des revenus est composé sur la base d'une occupation à temps plein des producteurs. Compte tenu de la taille actuelle des entreprises (52,6 % ont moins de 150 têtes), la production serait plus caractéristique du travail d'un individu à temps partiel. Une partie de l'explication viendrait du fait que nombre de producteurs agissent comme des « Gentlemen Farmers » ou possèdent volontairement un nombre limité d'ovins pour le plaisir, en complément d'autres activités agricoles très importantes.

La production ovine a l'avantage de demander peu d'investissement au départ, comparativement à bien d'autres productions (ex. : gestion de l'offre), et plusieurs entreprises sont lancées chaque année. Toutefois, on note un taux de roulement important des petites entreprises lancées par des exploitants qui ont bon espoir d'en vivre, mais qui se découragent dans les trois, quatre ou cinq années qui suivent devant l'ampleur du travail et l'amoncellement des imprévus liés à la production. De plus, la rentabilité exige des compétences techniques importantes et souvent sous-estimées au départ, tout comme des compétences de gestionnaire et un bon sens du suivi des marchés. L'encadrement par des conseillers s'avère souvent manquant, alors qu'il est essentiel, surtout dans les cinq premières années de vie d'une entreprise.

4 LA TRANSFORMATION OVINE AU QUÉBEC

4.1 PRODUITS DE VIANDES

Entre 2002 et 2006, le volume de viande ovine abattue au Québec a fluctué autour de 3 000 tonnes par année (tableau 21). La croissance des quantités transformées a été beaucoup plus soutenue durant la période de 1999 à 2002 que durant celle de 2002 à 2006.

- ♦ Entre 1999 et 2002, le taux de croissance annuel moyen du volume de viande abattue au Québec était de 19 %.
- ♦ De 2002 à 2006, le taux de croissance annuel moyen du volume de viande abattue au Québec était de 2 %.

Tableau 21 : Volume de viande ovine abattue de 2002 à 2006, Québec

	2002	2003	2004	2005	2006	Variation (%) 2005-2006
Volume (000 tonnes)	3,0	2,8	2,7	3,2	3,3	3,1

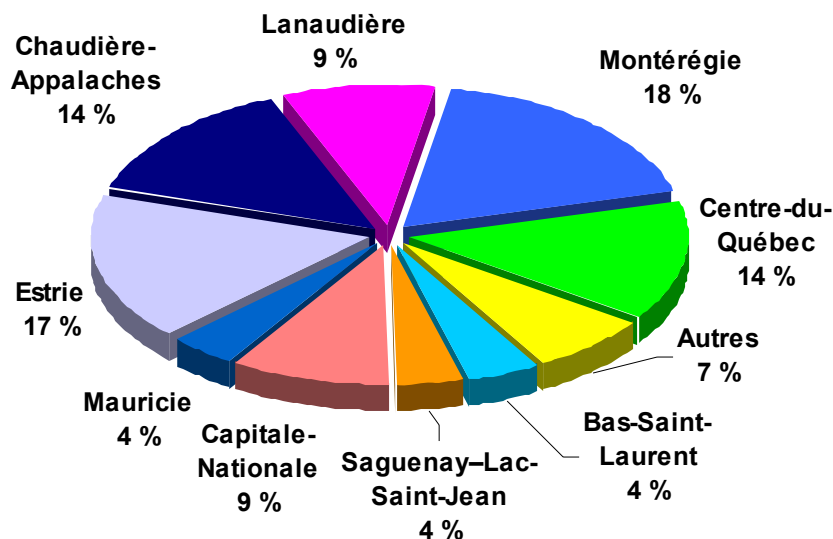
Source : Institut de la statistique du Québec

4.1.1 Structure des entreprises au Québec

L'activité de transformation de viande ovine est présente dans environ 70 entreprises au Québec (figure 14). Afin de l'exercer, les propriétaires de ces entreprises doivent être titulaires d'un permis d'exploitation. Seuls les établissements qui abattent des animaux pour consommation personnelle ne sont pas tenus de posséder ce permis. Les informations recueillies grâce au Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) nous permettent de faire les constats suivants :

- ♦ Les entreprises de transformation répertoriées pratiquent plusieurs activités et la transformation ovine est complémentaire d'autres types de transformation, telle la transformation bovine.
- ♦ Dans une forte proportion, ces abattoirs multispèces comptent moins de dix employés.
- ♦ Le chiffre d'affaires des entreprises de transformation ovine est généralement situé sous la barre des 10 millions de dollars.
- ♦ Les entreprises répertoriées ne réalisent pas d'exportation dans une large majorité.
- ♦ Quelques entreprises québécoises effectuent des activités de deuxième transformation de viande ovine.

Figure 14 : Répartition régionale des entreprises de transformation de viande ovine, 2007



Source : Compilations spéciales, TRANSAQ, 2008

4.1.2 Transformation de viande ovine au Québec

Les 7 entreprises incluses dans le tableau 22 ont transformé environ 84 % de la viande ovine au Québec en 2006, ce qui représente 126 859 abattages sur un total de 151 846. Aucune de ces entreprises ne se spécialise uniquement dans la transformation de viande ovine :

- ♦ On remarque que 3 entreprises ont transformé plus de 66 % de la viande ovine abattue au Québec en 2006, ce qui équivaut à 100 752 abattages.
- ♦ En ce qui a trait à la viande ovine transformée, ces entreprises transforment de l'agneau dans une proportion de plus de 90 %. Le mouton occupe l'autre portion de la viande ovine transformée.

Tableau 22 : Importance des entreprises de transformation ovine au Québec en fonction de leur volume d'abattage

Entreprises	Nombres d'agneaux et de moutons abattus		
	2005	2006	2007
Entreprise 1	38 406	36 739	32 257
Entreprise 2*	41 411	34 878	ND
Entreprise 3*	27 210	29 135	ND
Entreprise 4	8 610	8 218	8 066
Entreprise 5	8 435	7 900	6 983
Entreprise 6	4 375	6 618	5 026
Entreprise 7*	4 074	3 371	ND

* Entreprises accréditées pour l'exportation.

Sources : Compilations spéciales, ACIA, MAPAQ, TRANSAQ, 2008

Sur le plan canadien, l'Ontario se trouve au 1^{er} rang, accaparant plus de 50 % des activités de transformation entre 2004 et 2007 (tableau 23). Le Québec, pour sa part, se situe au 2^e rang, ayant transformé près de 26 % de la production canadienne au cours de la même période.

Tableau 23 : Quantités (nombre d'individus) de viande ovine abattue au Québec, en Ontario et au Canada

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation (%) 2004-2007
Québec	120 904	130 850	133 187	151 503	151 846	148 533	10
Ontario	242 340	268 689	301 050	308 282	286 005	269 154	-12
Ouest	91 381	98 143	116 627	109 601	99 670	111 626	-4
Canada	464 726	540 646	561 532	582 085	548 258	540 646	-4

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

Toujours durant la même période, le Québec a vu son volume abattu croître au taux annuel moyen de 3 %, tandis que l'Ontario et l'ensemble du Canada ont vu leurs volumes abattus décroître à un taux annuel moyen respectif de -3 % et de -1 %.

- ♦ La part du Québec dans l'ensemble du secteur canadien a augmenté entre 2004 et 2007, passant de 24 % à 27 %.

La croissance et la valeur élevées des importations de viande ovine montrent qu'il existe un potentiel de développement pour la transformation de ce type de viande au Québec, d'autant plus que l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et AAC prévoient une augmentation de la consommation de viande ovine par habitant au Canada.

4.2 PRODUITS LAITIERS

4.2.1 Structure des entreprises

Le secteur de la production et de la transformation du lait de brebis est en émergence au Québec. Les informations contenues dans cette section sont le résultat d'une enquête téléphonique réalisée en avril et en mai 2008 auprès de producteurs et de transformateurs de lait de brebis du Québec.

- ♦ Environ 10 entreprises transforment du lait de brebis. Les entreprises québécoises ont en moyenne 7 années d'expérience dans ce type de transformation. Une entreprise possède 16 années d'expérience.
- ♦ La moitié sont des producteurs-transformateurs. L'autre moitié est composée de fromageries qui transforment aussi du lait de vache ou du lait de chèvre. Pour les producteurs-transformateurs, la transformation de lait de brebis constitue l'activité principale. Du côté des fromageries, ce type de transformation représente entre 2 % et 20 % de leurs activités.

- ◆ Les ententes entre un producteur et un transformateur pour l'approvisionnement en lait semblent très présentes et assurent une stabilité pour les entreprises. De plus, la transformation de lait de brebis ne nécessite généralement pas d'employés autres que les propriétaires de l'entreprise.
- ◆ Le transport du lait de brebis se fait sous forme congelée dans des chaudières. C'est généralement le producteur qui l'apporte au transformateur. Ce type de transport exige plusieurs actes de manutention de la part des entreprises. Des transformateurs affirment que la stabilité des approvisionnements en lait est le principal élément influençant leur capacité de transformer.

4.2.2 Quantités et produits transformés

- ◆ La quantité de lait de brebis produite en 2007 est estimée à 250 000 litres.
- ◆ La quantité de lait de brebis transformé au Québec en 2007 est estimée à 45 000 kg de fromage : pâte molle, pâte demi-ferme, pâte ferme et fromage de mélange.
- ◆ Des entreprises transforment le lait de brebis en produits autres que le fromage, tels le yogourt, la crème glacée et le savon, mais ces types de transformation sont moins importants.
- ◆ Les entreprises vendent leurs produits dans la province de Québec dans une proportion de 95 % et la presque totalité d'entre elles font affaire avec un distributeur.

L'industrie de la transformation de lait de brebis est en développement. En effet, les entreprises développent des produits de plus en plus consommés. De plus, certaines grandes entreprises de transformation laitière ont un intérêt grandissant pour la transformation du lait de brebis. Cette situation peut laisser présager un développement important de l'industrie de la transformation de produits à base de lait de brebis au Québec.

5 LA PERFORMANCE FINANCIÈRE

Deux sources de données fiscales permettent de juger de la performance globale, en matière de rentabilité, des producteurs ovins québécois par rapport à ceux du Canada : l'indicateur de performance financière (IPF) de Statistique Canada et les données de Performance Plus d'Industrie Canada.

On notera au préalable que les données présentées ne concernent qu'un échantillon d'entreprises, incorporées dans les deux cas. De plus, les résultats financiers incluent les avantages des paiements de programmes gouvernementaux. Une section ultérieure montrera l'impact massif du programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) sur les montants versés par La Financière agricole du Québec (FADQ) aux entreprises ovines du Québec.

5.1 RENTABILITÉ DES ENTREPRISES OVINES

Comme le montre le tableau 24, on enregistre des niveaux de rentabilité à peu près similaires pour l'entreprise ovine moyenne du Québec et celle du Canada.

Tableau 24 : Évaluation de la rentabilité de l'industrie ovine par l'indicateur de performance financière

	Limite du quartile moyen (%)					Moyenne (%)
	2002	2003	2004	2005	2006	2002-2006
Rendement du capital employé						
Québec	5,3	4,0	6,6	3,3	2,4	4,3
Canada	5,3	1,3	6,0	4,9	2,9	4,1
Rendement des capitaux propres						
Québec	4,8	1,1	5,9	5,4	3,9	4,2
Canada	4,8	-1,4	10,1	7,3	-4,3	3,3
% d'entreprises ayant un bénéfice avant impôts						
Québec	71	60	60	60	60	62
Canada	60	60	60	60	60	60

Source : Statistique Canada

En moyenne, au cours de la période de 2002 à 2006, les entreprises ovines du Québec repérées par l'IPF ont dégagé des rendements se situant autour de 4 %, tant sur le plan de l'ensemble des capitaux investis (par les créanciers et par les propriétaires) que sur celui des seuls capitaux propres des actionnaires. Des fluctuations annuelles sont observées, mais la rentabilité ne dépasse pas 7 %. Les niveaux atteints habituellement restent intéressants, mais modérés.

Ces données sont davantage révélatrices lorsqu'on les compare avec celles d'autres industries agricoles et qu'on isole les industries ovines les plus performantes. Le tableau 25 présente les résultats de l'industrie ovine en comparaison de deux autres industries animales du Québec, soit l'industrie bovine, qui bénéficie aussi de l'ASRA, et celle du lait, qui sert ici de référence globale.

Tableau 25 : Comparaison de la rentabilité de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière, moyenne 2002-2006

Limite du quartile	Industrie bovine de boucherie	Industrie laitière	Industrie ovine	
	Moyen	Moyen	Moyen	Supérieur
Rendement du capital employé (%)	5,6	7,5	4,3	11,5
Rendement des capitaux propres (%)	7,5	10,3	4,2	19,1
% d'entreprises ayant un bénéfice avant impôts	66	79	62	ND

Source : Statistique Canada

On constate au tableau 25 que l'industrie ovine québécoise est moins rentable que l'industrie bovine de boucherie, surtout en regard de celle du lait. Mais on voit aussi que le quart des entreprises ovines repérées par l'IPF ont des performances tout à fait remarquables (11,5 % et 19,1 % en moyenne pour la période de 2002 à 2006) en matière de rentabilité globale. On observe donc une grande variabilité des résultats entre les entreprises ovines.

Il apparaît alors que l'entreprise ovine moyenne du Québec repérée par l'IPF est relativement bien capitalisée en avoir propre et possède généralement un bon fonds de roulement (tableau 26). La situation financière des entreprises ovines ayant les meilleurs ratios est bien sûr nettement plus avantageuse encore.

Tableau 26 : Comparaison de la structure financière de diverses industries québécoises par l'indicateur de performance financière, moyenne 2002-2006

Limite du quartile	Industrie bovine de boucherie	Industrie laitière	Industrie ovine	
	Moyen	Moyen	Moyen	Supérieur
Fonds de roulement (ratio)				
Québec	1,4	1,3	2,0	3,3
Canada	-	-	1,7	-
Passif/actif (ratio)				
Québec	0,8	0,7	0,7	0,4
Canada	-	-	0,8	-
Capitaux propres/passif (%)				
Québec	25	24	32	ND
Canada	-	-	14	-

Note : Une entreprise est en bonne position financière lorsque le ratio de son fonds de roulement est supérieur à 1,5 ou que celui du passif/actif est inférieur à 0,7.

Source : Statistique Canada

L'indicateur de performance financière (IPF) permet par ailleurs de repérer les entreprises se trouvant dans le quartile inférieur (tableau 27), dont la situation est assez catastrophique. Les données recueillies montrent des rendements nettement négatifs, un endettement massif (près de 100 %) et un fonds de roulement insuffisant (autour de 1,0) pour ces entreprises.

Tableau 27 : Présentation de la rentabilité et de la structure financière des entreprises ovines québécoises les moins rentables, limite du quartile inférieur

	Moyenne 2002-2006
Marge bénéficiaire avant impôts (%)	-13,3
Rendement du capital employé (%)	-2,6
Rendement des capitaux propres (%)	-12,2
Fonds de roulement (ratio)	1,0
Passif/actif (ratio)	1,0

Source : Statistique Canada

Le système Performance Plus d'Industrie Canada permet de compléter cette analyse. Ce système donne le portrait financier moyen d'une entreprise ovine incorporée. Les données pour 2000, 2002 et 2004 sont actuellement disponibles. Performance Plus déduit certains ratios financiers des comptes des résultats et du bilan. Il est à noter que les entreprises individuelles repérées dans la base de données fiscales des entreprises ne sont pas nécessairement les mêmes d'une année à l'autre.

Le tableau 28, qui fait état de pertes pour nombre d'entreprises repérées hors Québec, montre que les entreprises ovines québécoises ont été, de 2000 à 2004, nettement plus rentables en moyenne que celles du Canada. De plus, elles sont nettement moins endettées. En fait, ce tableau confirme les résultats présentés dans les tableaux 24 et 26.

Tableau 28 : Profil moyen d'entreprises ovines constituées en sociétés issu du système Performance Plus, moyenne 2000-2004

	Québec	Canada
Bilan		
Actif total (moyenne/entreprise, milliers de dollars)	398,5	389,7
Endettement (moyenne/entreprise, milliers de dollars)	263,4	332,9
Avoir propre (moyenne/entreprise, milliers de dollars)	135,1	56,8
Indicateur		
Cent par dollar de recettes	2,7	-6,2
Dollar d'endettement/dollar d'avoir propre	1,95	5,86
Dollar de recettes/dollar d'actif	0,60	0,57
% de rendement du capital employé (bénéfice + intérêts)/(endettement + avoir)	2,8	1,1
Pourcentage de rendement des capitaux propres (biens/avoir)	2,0	-10,9

Source : Industrie Canada

Par ailleurs, le système de données Performance Plus révèle de profonds écarts entre les entreprises ovines du Québec les plus performantes (quartile supérieur) et celles qui sont moins performantes (quartile inférieur) (tableau 29).

Tableau 29 : Comparaison des profils des entreprises ovines québécoises constituées en sociétés issue du système Performance Plus, quartiles supérieur et inférieur, moyenne 2000-2004

	Quartile inférieur	Quartile supérieur
Résultats (cent par dollar de recettes)		
Recettes	100,0	100,0
Achat de biens (animaux, alimentation, etc.)	4,0	38,3
Rémunération du travail	4,4	7,9
Frais reliés au capital utilisé	40,4	11,2
Achats de services	17,5	6,5
Autres dépenses	60,4	31,8
Dépenses totales	126,7	95,7
Perte ou bénéfice net	-26,7	4,3
Bilan (milliers de dollars)		
Actif total	255,5	597,4
Endettement	147,6	401,9
Avoir propre	107,9	195,5
Indicateur		
Dollar d'endettement/dollar d'avoir propre	1,37	2,06
Dollar recettes/dollar d'actif	0,19	1,00
Pourcentage de rendement du capital employé (bénéfice + intérêts)/(endettement + avoir)	-3,6	1,8
Pourcentage de rendement des capitaux propres (bénéfice/avoir propre)	-24,7	2,2

Source : Industrie Canada

Les entreprises ayant un rendement inférieur apparaissent fonctionner en autarcie (peu d'achats externes d'animaux et d'aliments), alors que la situation inverse est constatée pour les entreprises présentant de meilleures performances. Les entreprises moins performantes utilisent aussi relativement moins de main-d'œuvre.

Par ailleurs, des données sous-jacentes au tableau 29 montrent que ces entreprises moins performantes ont des recettes dix fois moindres en moyenne que celles des entreprises plus performantes.

Ce tableau montre aussi que les frais reliés au capital (intérêts, amortissement, réparations et entretien) sont nettement plus importants dans les entreprises moins performantes que dans les plus performantes.

Les entreprises du quartile inférieur ont aussi des dépenses de toutes sortes (autres dépenses) et des achats de services nettement plus importants en regard des recettes qu'elles enregistrent.

Un autre point à considérer est que les entreprises plus performantes ont un ratio d'endettement plus important que les entreprises moins performantes. Cependant, fondamentalement, cela leur permet d'avoir des actifs totaux qui leur donnent un ratio « recettes sur actifs » environ cinq fois supérieur à celui des entreprises moins performantes.

5.1.1 Soutien financier

Les performances financières des entreprises ovines québécoises sont le reflet, d'une part, des coûts de production et, d'autre part, des résultats obtenus grâce aux ventes sur le marché et aux paiements nets des programmes gouvernementaux.

Au Canada, la question des paiements de programmes est importante au regard de la rentabilité de la production ovine, et ce, particulièrement dans le cas du Québec. Pour les fermes spécialisées dans la production ovine, les paiements gouvernementaux (y compris les cotisations des producteurs) représentent, par rapport aux revenus d'exploitation, 31 % au Québec, 7 % en Ontario et 8 % dans les autres provinces canadiennes (moyenne de 2002-2006).

En utilisant une compilation préliminaire des données du modèle de coût de production de 2006, on peut évaluer les écarts de performance moyenne des 25 % d'entreprises ayant les meilleures marges de rentabilité, avant rémunération de l'exploitant, et ceux des 25 % d'entreprises ayant les moins bonnes marges. Sur cette base, la marge moyenne des entreprises plus performantes est de 55 \$/brebis, alors que les entreprises moins performantes enregistrent une perte de 68 \$/brebis. La compensation ASRA et ASREC¹² (mouton et cultures), nette de cotisation, s'établit à plus de 90 \$/brebis.

Ces paiements de l'ASRA versés par la FADQ sont importants et ont été récurrents chaque année depuis 2000.

Il ressort du tableau 30 que seulement de 50 % à 60 % des revenus des entreprises ovines du Québec participant à l'ASRA (en fait, la presque totalité des entreprises ayant 50 brebis ou plus) proviennent de ventes sur le marché et que de 40 % à 50 % de ces revenus proviennent de paiements de l'ASRA. Il s'agit de proportions de dépendance à l'égard de l'ASRA très importantes.

Tableau 30 : Recettes tirées du marché et du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) pour le secteur ovin québécois

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Croissance annuelle moyenne (%) 2000-2006
Recette monétaire tirée du marché (000 \$)	14 526	21 295	23 821	22 526	22 549	25 496	33 963	10,2
Compensation ASRA (000 \$)	14 253	15 584	20 108	19 618	19 216	21 966	21 894	6,9
Total des recettes tirées du marché et de l'ASRA (000 \$)	28 779	36 879	43 929	42 144	41 765	47 462	55 857	8,7
Part des recettes tirées du marché (%)	50,5	57,7	54,2	53,5	54,0	53,7	60,8	1,5
Brebis assurées (nb)	138 764	152 713	165 271	173 701	179 317	178 585	175 808	3,9
Entreprises ayant des brebis assurées (nb)	768	817	844	862	871	851	851	1,5
Brebis assurées/entreprise	181	187	196	202	206	210	207	2,4

Sources : La Financière agricole du Québec, Statistique Canada, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

¹² Programme d'assurance récolte de La Financière agricole du Québec.

Cependant, durant la période de 2000 à 2006, les revenus tirés du marché ont connu une croissance annuelle moyenne de 10,2 %, comparativement à 6,9 % pour les compensations de l'ASRA. Ce résultat de 10,2 % sur le marché est remarquable étant donné qu'en Ontario, la progression a été de 7,8 % sur la même période, alors que les autres provinces (essentiellement de l'Ouest) ont connu une régression annuelle moyenne des ventes sur le marché de -0,9 %/an.

Sous-jacent aux données relatives à l'ASRA, le nombre de brebis assurées a progressé de 3,9 %/an en moyenne entre 2000 et 2006 au Québec. Le nombre d'entreprises ayant des brebis assurées a, pour sa part, progressé en moyenne de 1,5 %/an et le nombre de brebis par entreprise participante, de 2,4 %/an.

Par ailleurs, un calcul sommaire montre que les paiements de l'ASRA se situaient entre 102 \$ et 125 \$/brebis au cours de la période de 2000 à 2006, avec des hauts et des bas annuels. Quant aux revenus tirés du marché, le tableau 31 montre qu'ils ont progressé de 6,3 %/brebis par année, le double du rythme des paiements de l'ASRA par brebis assurée.

Tableau 31 : Évolution des recettes par brebis assurée à l'ASRA

	Recettes/brebis assurée (\$)							Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000-2006
Paielements de l'ASRA	103	102	122	113	107	123	125	2,9
Revenus du marché	105	139	144	130	126	143	193	6,3

Sources : La Financière agricole du Québec, Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

On note cependant que ces résultats positifs, en ce qui concerne une meilleure rétribution par le marché que par l'ASRA, proviennent en grande partie des seules années 2005 et 2006.

Les producteurs ovins du Québec sont plus rentables que leurs homologues canadiens, mais tout ce développement et cette compétitivité reposent sur de forts paiements de l'ASRA au Québec.

De plus, on observe de très grandes différences entre les entreprises québécoises, certaines étant plus et d'autres moins performantes que la moyenne.

6 LE SOUTIEN GOUVERNEMENTAL

6.1 SÉCURITÉ DU REVENU

La production ovine est une des dix productions ayant accès au Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (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, soit le coût de production, y compris 90 % du salaire de l'ouvrier spécialisé. Pour la période à l'étude, soit de 2002 à 2007, les modèles de coût de production retenus sont celui de 1988-1989 pour les années 2002 et 2003 et celui de 2002 pour les années 2004 à 2007.

Pour être admissibles à l'ASRA, les entreprises situées au Québec doivent assurer l'ensemble de leur troupeau, détenir un minimum de 50 brebis assurables, les élever au Québec et participer au Programme pendant cinq ans.

Le nombre d'adhérents, tout comme le nombre de brebis assurées à l'ASRA, est relativement stable depuis 2002 (tableau 32). En 2007, le nombre d'entreprises ovines inscrites était le plus faible, soit 823 exploitations. Pour sa part, le Programme compte 175 734 brebis assurées. Depuis 2002, le nombre d'entreprises comptant 401 brebis ou plus est en croissance. En 2007, ce groupe représentait 43 % de toutes les brebis assurées.

Tableau 32 : Ventilation du nombre d'entreprises ovines assurées et du volume assurable de brebis par strate de production

	Nombre (%)					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre d'entreprises						
De 50 à 100 brebis	312 (37)	321 (37)	306 (35)	312 (36)	297 (36)	299 (36)
De 101 à 200 brebis	252 (30)	237 (27)	271 (31)	252 (29)	256 (31)	244 (30)
De 201 à 300 brebis	114 (14)	131 (15)	120 (14)	110 (13)	96 (12)	97 (12)
De 301 à 400 brebis	79 (9)	69 (8)	60 (7)	58 (7)	63 (8)	62 (8)
De 401 à 500 brebis	43 (5)	57 (7)	59 (7)	59 (7)	64 (8)	61 (7)
De 501 brebis ou plus	44 (5)	47 (5)	55 (6)	60 (7)	53 (6)	60 (7)
Total (100 %)	844	862	871	851	829	823
Nombre de brebis						
De 50 à 100 brebis	22 386 (14)	22 947 (13)	21 755 (12)	21 695 (12)	20 499 (12)	21 300 (12)
De 101 à 200 brebis	36 127 (22)	33 901 (20)	38 445 (21)	36 028 (20)	36 621 (21)	34 242 (19)
De 201 à 300 brebis	28 217 (17)	31 915 (18)	29 599 (17)	27 212 (15)	23 872 (14)	23 687 (13)
De 301 à 400 brebis	27 410 (17)	24 082 (14)	20 825 (12)	19 985 (11)	21 754 (12)	21 860 (12)
De 401 à 500 brebis	18 769 (11)	25 238 (15)	25 845 (14)	26 338 (15)	28 669 (16)	27 386 (16)
501 brebis ou plus	32 362 (20)	35 618 (21)	42 848 (24)	47 327 (26)	44 393 (25)	47 259 (27)
Total (100 %)	165 271	173 701	179 317	178 585	175 808	175 734

Note : Données actualisées en date du 9 mai 2008.

Source : La Financière agricole du Québec

Un changement important sur le calcul de la compensation de l'ASRA sera en vigueur à partir de 2009. Ainsi, dès 2009, le tiers de la compensation sera versé non plus exclusivement sur la brebis, mais sur les kilogrammes d'agneau produits. En 2010, le ratio passera à deux tiers pour atteindre finalement 100 % en 2011. Pour être admissibles au Programme, les producteurs devront détenir des brebis. C'est pourquoi, à partir de 2009, la FADQ exigera que l'ensemble du cheptel ovine soit identifié et déclaré à Agri-Traçabilité, ainsi que le prévoit le Règlement sur l'identification et la traçabilité de certains animaux (D. 205-2002 [2002] G.O. 2, 1909).

En moyenne, de 2002 à 2007, la compensation de l'ASRA pour l'agneau léger représentait 49 % du revenu stabilisé, la cotisation des producteurs étant exclue (tableau 33). Pour l'agneau lourd, cette compensation équivalait à 41 %. À partir de 2008, les prévisions révèlent une hausse importante des cotisations des producteurs et de la compensation financière. La croissance des primes pour d'agneau de lait et lourd est respectivement de 50 % (19,79 \$/brebis) et de 58 % (23,68 \$/brebis). Les versements anticipés seraient supérieurs de 50 % (57,57 \$/brebis) pour l'agneau léger et de 51 % (64,56 \$/brebis) pour l'agneau lourd. Il est important de noter qu'en 2008, la FADQ prévoyait une augmentation du nombre de brebis assurées pour la production d'agneaux lourds.

Selon les données publiées par la FADQ en 2007, 93 % des entreprises inscrites à l'ASRA possédaient moins de 500 brebis, alors que le modèle du coût de production de 2006, lui, en comprend 497,5. De plus, en ce qui concerne plus spécifiquement la production d'agneaux lourds, seulement 200 entreprises environ y sont très actives et 50 d'entre elles produiraient la moitié des agneaux lourds.

6.2 RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT ET INNOVATION TECHNOLOGIQUE

6.2.1 Centres de recherche universitaires et gouvernementaux

Au Québec, un certain nombre d'acteurs majeurs sont actifs en recherche, en développement et en transfert des connaissances. Deux universités comptent des chercheurs qui réalisent des activités à cet égard ou collaborent parfois avec d'autres établissements, soit l'Université Laval et la Faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal. Agriculture et Agroalimentaire Canada contribue grandement à l'effort de recherche et de transfert en maintenant un chercheur au Québec, soit à l'Université Laval. Cette personne consacre la majorité de son temps à la production ovine. Des travaux sur la viande ovine sont aussi réalisés au Centre de recherche et de développement sur les aliments. De plus, quelques chercheurs du Centre de recherche sur le bovin laitier et le porc collaborent à des projets du secteur ovine.

6.2.2 Centre d'expertise

Le gouvernement du Québec a mis en place un certain nombre d'organismes ayant comme mission le transfert technologique. La production ovine ne fait pas exception. Le Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ) contribue au développement des connaissances pouvant répondre aux problématiques des producteurs québécois. Occupant maintenant les infrastructures de l'ancienne ferme de recherche d'AAC à La Pocatière, le CEPOQ dispose des installations nécessaires pour réaliser des travaux d'envergure en R-D.

Tableau 33 : Évolution du Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles pour le secteur ovin

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Agneau de lait							
Nombre d'adhérents	831	862	846	822	805	800	800
Nombre de brebis	134 320	141 176	141 341	137 211	142 386	138 446	130 500
Montant moyen (\$/brebis)							
Cotisation ASRA	30,91	41,00	35,24	35,75	39,88	39,32	59,11
Compensation ASRA	120,57	112,94	105,39	122,48	123,46	115,97	173,54
Prix du marché	108,15	148,40	107,51	116,72	126,00	131,44	155,11
Revenu stabilisé	228,72	261,34	212,90	239,20	249,46	247,41	328,65
Montant annuel total (000 \$)							
Cotisation ASRA	4 152	5 788	4 981	4 905	5 678	5 444	7 714
Compensation ASRA	16 195	15 944	14 896	16 806	17 579	16 056	22 647
Prix du marché	14 527	20 951	15 196	16 015	17 941	18 197	20 242
Revenu stabilisé	30 722	36 895	30 091	32 821	35 520	34 253	42 889
Agneau lourd							
Nombre d'adhérents	218	200	254	220	163	294	294
Nombre de brebis	30 951	32 525	37 976	41 374	33 422	36 795	45 000
Montant moyen (\$/brebis)							
Cotisation ASRA	26,23	41,00	39,56	40,73	42,29	40,89	64,57
Compensation ASRA	126,43	112,94	113,76	124,73	129,10	126,59	191,15
Prix du marché	179,76	148,40	170,85	179,03	189,70	193,93	223,10
Revenu stabilisé	306,19	261,34	284,61	303,76	318,80	320,52	414,25
Montant annuel total (000 \$)							
Cotisation ASRA	812	1 334	1 502	1 685	1 413	1 505	2 906
Compensation ASRA	3 913	3 673	4 320	5 161	4 315	4 658	8 602
Prix du marché	5 564	4 827	6 488	7 407	6 340	7 136	10 040
Revenu stabilisé	9 477	8 500	10 808	12 568	10 655	11 794	18 641

* Prévisionnel

Note : Années 2002 et 2003 : modèle de coût de production de 1988-1989.

Années 2004 à 2007 : modèle de coût de production de 2002.

Année 2008 prévisionnelle : modèle de coût de production de 2006.

Source : La Financière agricole du Québec

Jusqu'en 2008, les activités du CEPOQ étaient divisées en quatre volets : la vulgarisation, la recherche, la santé et la génétique. Dernièrement, un nouveau volet a été ajouté, soit les services-conseils techniques Ovipro.

Le MAPAQ contribue financièrement au fonctionnement du Centre. Au 31 mars 2008, une entente de 5 années avait été signée pour une contribution totale de 2,45 millions de dollars. La FPAMQ et la SEMRPQ contribuent également au fonctionnement du CEPOQ (minimum de 165 000 \$/année). De plus, le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation a octroyé un montant de 481 000 \$ en 2008 pour soutenir financièrement l'amélioration des installations et des équipements de recherche à la ferme du CEPOQ.

Le CEPOQ est un agent facilitateur et un catalyseur dans la réalisation de l'ensemble des activités de recherche-développement et de transfert des connaissances. De plus, il collabore avec tous les acteurs du milieu québécois de la recherche qui s'intéressent à la production ovine. Il favorise également l'implication de nouveaux chercheurs, diversifiant ainsi les activités de recherche et le savoir mis à la disposition de l'industrie. Il permet aussi la formation d'intervenants spécialisés en production ovine.

Services-conseils

À l'automne 2007, des discussions ont eu lieu avec le milieu afin d'organiser une offre de services-conseils pour l'ensemble des producteurs ovins du Québec. Depuis la mise en place des Réseaux régionaux en avril 2006, l'offre de services-conseils est demeurée stable et s'est limitée à certaines régions. Le CEPOQ a proposé une nouvelle formule au MAPAQ (les services-conseils Ovipro) selon laquelle l'ensemble des producteurs du Québec seraient desservis, en plus de permettre un rapprochement des nouvelles connaissances acquises par la veille et la recherche avec les entreprises ovines. Seulement 127 exploitations ovines ont eu recours à des services-conseils en 2006-2007, et ce nombre est passé à 102 entreprises en 2007-2008. L'objectif est d'atteindre un minimum de 300 entreprises en 5 ans. Pour la mise en place de ce service, le MAPAQ prévoit consacrer un montant total de 200 000 \$ jusqu'en 2013.

6.2.3 Financement de projets d'innovation

Plusieurs programmes sont offerts par les gouvernements fédéral et provincial pour soutenir des projets d'innovation. La principale source de financement pour le secteur ovin provient du Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec (CDAQ). Cet organisme est financé par le gouvernement fédéral à la suite d'une entente avec l'Union des producteurs agricoles. Il appuie des initiatives favorisant le développement d'une agriculture québécoise durable, en partenariat avec les regroupements de producteurs et les organismes agricoles. Le CDAQ a financé en tout 7 projets réalisés de 2002 à 2008 pour un montant total de 402 774 \$. Cela est sans compter les 4 projets qui sont actuellement en voie de réalisation et qui totalisent des investissements de 272 136 \$.

L'autre source de financement est le volet 4, « Initiatives », du Programme d'appui financier aux associations des producteurs désignées. L'un des objectifs de ce programme était de favoriser le développement et l'adoption de services, d'outils ou de nouvelles technologies permettant d'améliorer la performance liée à des secteurs de production. Le Programme a permis de financer 7 projets (284 775 \$) réalisés durant la période de 2002 à 2008. Actuellement, 3 projets (168 554 \$) sont en cours de réalisation.

D'autres programmes du MAPAQ ont aussi permis des investissements en production ovine, soit le Programme d'aide à la recherche, avec 5 projets réalisés (462 284 \$), et le Programme de soutien au développement de l'agriculture biologique, avec 2 projets (60 763 \$), l'un d'eux étant actuellement en cours de réalisation.

7 LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR OVIN QUÉBÉCOIS ET LES ACTEURS DU MARCHÉ

La compétitivité peut être définie comme étant la capacité d'accroître ou de maintenir ses parts de marché d'une façon rentable et soutenue (Agriculture et Agroalimentaire Canada, 1993).

Elle peut être aussi considérée comme la capacité de fournir aux acheteurs un bon rapport qualité-prix pour un produit (ou service). Dans cette optique, l'excellence ou la distinction se verront mieux rétribuées que l'offre moyenne et les prix de vente seront soit compétitifs pour les produits de base, soit supérieurs à la moyenne pour les produits ayant une plus grande valeur sur le marché.

Quoi qu'il en soit, une bonne compétitivité se manifeste par des performances qui se comparent avantageusement à celles des concurrents.

En ce qui concerne la desserte des marchés, il faudra mesurer la capacité relative de l'industrie à développer ses opérations et ses ventes. Pour ce qui est de la rentabilité, il faudra calibrer sa capacité relative à dégager des marges de profitabilité nette et juger de l'importance relative de la dépendance du développement des affaires et de la rentabilité par rapport au soutien financier d'origine publique.

- ◆ Sur le marché de la viande ovine, les produits québécois concurrencent les produits provenant des autres provinces canadiennes et ceux importés de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie.
- ◆ Concernant ce marché, les produits ovins concurrencent les autres viandes rouges et blanches, sources de protéines animales, notamment le veau, qui est, comme l'agneau, une viande distinctive. Les poissons et fruits de mer sont également en compétition avec les produits de l'agneau sur le plan des menus festifs ou distinctifs.
- ◆ Sur le plan de la production canadienne, la production ovine québécoise concurrence principalement celles de l'Ontario et de l'Ouest.
- ◆ Du point de vue de l'agriculture québécoise, la production ovine constitue en partie une solution de rechange à la production bovine; elle sera également comparée à la production laitière pour ce qui est des résultats financiers atteints par le producteur.
- ◆ Des comparaisons avec les réalités américaines sont intéressantes, tant au regard de la consommation que de la production.
- ◆ En transformation, l'abattage et la transformation des ovins au Québec sont en compétition avec les usines sises en Ontario et dans les autres provinces.

7.1 ANGLE DU CONSOMMATEUR

7.1.1 Sur le marché canadien

Le consommateur canadien, qui est le principal client visé par la filière ovine québécoise et celles des autres provinces, a augmenté significativement son volume de consommation de viande ovine au cours des dernières années.

Il est vrai que ce volume était et reste marginal en regard de la consommation globale de protéines animales. On remarque au tableau 34, d'une part, que la consommation de viande ovine progresse plus vite que celle du veau et des poissons et fruits de mer et, d'autre part, que les viandes traditionnelles sont en régression ou en quasi-stagnation. De ce premier point de vue, les viandes ovines sont compétitives au Canada.

Tableau 34 : Ressources nettes disponibles pour consommation, tous les marchés au Canada (kg/personne)

	Consommation/personne (kg/personne)		Croissance annuelle moyenne (%)
	2001	2006	2001-2006
Mouton et agneau	0,41	0,46	2,5
Bœuf	13,01	13,43	0,5
Veau	0,52	0,44	-4,0
Porc	11,97	9,65	-4,7
Abats de viandes rouges	0,41	0,46	2,5
Total des viandes rouges	26,32	24,44	-1,7
Volailles	12,94	13,40	0,8
Total des viandes	39,26	37,84	-0,9
Poissons et fruits de mer	6,60	6,47	-0,6
Total des viandes et des poissons	45,86	44,31	-0,8

Note : Poids, désossé (viandes rouges) ou éviscéré (viandes de volaille), ajusté pour perte au commerce, au foyer, au moment de la cuisson et dans l'assiette.

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

À propos du poids dans l'assiette, la part de marché de la viande ovine dans les viandes rouges au Canada est même passée de 1,4 % en 2000 (0,37 kg/26,69 kg) à 1,9 % (0,46 kg/24,44 kg) en 2006.

Pour ce qui est du poids abattu cette fois, et non du poids dans l'assiette comme au tableau 34, la consommation canadienne par habitant de viande ovine est passée de 0,94 kg en 2000 à 1,24 kg en 2007, ce qui correspond à une progression d'un peu plus de 30 % en 7 ans. Cette croissance très significative montre une bonne compétitivité du produit ovin aux yeux du consommateur. À titre comparatif, notons que la consommation apparente par personne de viande ovine a régressé aux États-Unis entre 2000 et 2006, passant de 0,6 kg à 0,5 kg. La consommation au Canada par personne est donc de 120 % plus élevée.

Compte tenu de la croissance de la population canadienne, le tonnage global de la consommation des Canadiens a crû encore davantage : il est passé de 28,9 à 39,5 mille tonnes de viandes provenant du Canada et de l'étranger, ce qui représente une progression remarquable de 4,5 %/an en moyenne entre 2000 et 2006 (tableau 35). Il est à noter que la consommation de viande ovine au Canada, qui était nettement inférieure à celle du veau en 2000 (28,9 mille tonnes comparativement à 40,5 mille

tonnes), était nettement supérieure en 2006 (39,5 mille tonnes par rapport à 34,8 mille tonnes). Cependant, une part appréciable des consommateurs canadiens de viande ovine optent encore pour des produits importés. Nul doute que la production du pays ne couvre pas non plus ses besoins.

Tableau 35 : Ressources nettes disponibles de viande ovine en équivalent de poids abattu pour tous les marchés de consommation au Canada, produits du Canada ou produits importés

	Volume de viande ovine (000 tonnes)							Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000-2006
Consommation canadienne*	28,9	32,1	32,4	34,2	35,5	36,3	39,5	4,5
Importations	16,3	17,2	17,0	17,8	18,2	18,9	22,2	4,2
Part du marché canadien (%)	56,3	53,7	52,6	51,8	51,2	52,0	56,2	-

* Viande ovine produite au Canada et importée.

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Sur la base de statistiques commerciales, on estime que la part des produits importés, en tonnage, est restée stable autour de 56 % entre 2000 et 2006 et qu'elle a connu un creux s'établissant autour de 51 % en 2004. Les données préliminaires de 2007 indiquent, pour les importations dans le marché canadien, une légère progression probable vers un taux de 57 %.

Aux États-Unis comme au Canada, ces produits importés proviennent d'Australie (40 % au Canada) et de la Nouvelle-Zélande (60 %). Chez nos voisins, la consommation dépend de plus en plus des importations, qui couvraient en 2006 un peu plus de 50 % des besoins, comparativement à environ 37 % en 2000. Ici aussi, on remarque que l'industrie ovine canadienne, qui garde ses parts de marché au pays, réussit mieux que celle des États-Unis, qui les perd chez elle, et ce, dans un marché stagnant.

Au cours des dernières années, la consommation canadienne d'agneau par habitant a connu une croissance significative de 2,5 % par année. Avec 0,46 kg/habitant en 2006, le niveau de consommation de l'agneau se compare à celui du veau (0,44 kg), mais demeure inférieur à celui d'autres viandes ou de poissons. Selon AAC, la demande de viande ovine évoluera de façon rapide au cours des prochaines années (42 % entre 2003 et 2020), principalement en raison de l'augmentation de la demande de certains groupes d'immigrants, dont les musulmans, qui sont traditionnellement de grands consommateurs de ce type de viande.

Sur le marché canadien, la demande est en bonne partie satisfaite par les pays étrangers (de 52 % à 57 %), notamment par la Nouvelle-Zélande et l'Australie. C'est donc dire que moins de la moitié de la demande est satisfaite par les entreprises canadiennes.

7.1.2 Sur le marché québécois

Faute de données spécifiques récentes autres que l'importance relative des populations, on estime que la consommation québécoise de viande ovine progressera au Québec au même rythme que celle du Canada et atteindra environ 9,2 mille tonnes en 2006, comparativement à 6,9 mille tonnes en 2000, pour une croissance de l'ordre de 4,5 %/an (tableau 36). Cette évaluation sous-estime probablement un peu la consommation québécoise. En effet, si l'on se fie aux données relatives aux dépenses alimentaires par province canadienne en 2001 (les dernières disponibles), les achats annuels au Québec étaient alors de 0,27 kg/habitant comparativement à 0,23 kg pour l'ensemble du Canada.

Tableau 36 : Ressources nettes disponibles de viande ovine en équivalent de poids abattu pour tous les marchés de consommation au Québec, estimation sur la base du pourcentage de la population canadienne

	Volume de viande ovine (000 tonnes)							Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000-2006
Consommation québécoise*	6,9	7,7	7,7	8,1	8,4	8,6	9,2	4,5

* Viande ovine produite au Canada ou viande importée.

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

Selon des données d'AC Nielsen, les ventes d'agneau frais dans les grandes chaînes au Québec n'ont pas progressé au cours des dernières années, sauf en 2006 et en 2007 (tableau 37). Les volumes vendus oscillaient entre 640 tonnes et 800 tonnes. De plus, les quantités de viande ovine vendues dans les grandes chaînes québécoises sont relativement petites en regard des volumes totaux (alors mesurés en poids abattu) présentés au tableau 36.

Tableau 37 : Volume des ventes au détail des viandes dans les grandes chaînes du Québec

	Volume de viande (tonne)						Croissance annuelle moyenne (%)
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002-2007
Agneau frais	751	712	743	639	681	803	-0,1
Bœuf frais	63 187	62 333	65 249	66 353	69 174	70 315	2,5
Porc frais	24 889	27 972	30 782	32 681	37 191	37 844	8,6
Veau frais	3 775	3 884	4 166	4 009	3 831	3 822	0,1
Volaille fraîche	48 390	49 638	53 525	63 391	59 304	60 142	5,1
Autres viandes fraîches	12 163	12 331	18 170	18 195	18 468	18 805	9,7

Note : Les données de 2005 à 2007 comprennent les ventes dans les grands détaillants à escompte comme Wal-Mart.

Source : AC Nielsen Canada

Globalement, si l'on considère qu'entre le tiers et la moitié des pertes surviennent entre le poids abattu et le produit vendu (hypothèse cohérente par rapport aux données de Statistique Canada), environ 20 % seulement des volumes totaux de viande ovine consommés au Québec seraient vendus comme de l'agneau frais dans les grandes chaînes, comme en faisait état la figure 5. Mais surtout, ces volumes ont progressé irrégulièrement, alors que la consommation globale de viande ovine au Québec augmente régulièrement. On note également que les ventes de veau frais dans les

grandes chaînes se comportent moins bien que celles de l'agneau depuis 2005. Ces observations indiquent que les canaux de vente importants et en croissance pour les produits ovins et les produits de spécialité sont sans doute non pas les grandes chaînes, mais les épiceries spécialisées et les restaurants (figure 5).

Les données d'AC Nielsen montrent, par ailleurs, qu'au cours de la période de 2003 à 2005, seulement 19 % des ventes, en valeur, d'agneau frais réalisées dans les grandes chaînes au Canada l'ont été au Québec, comparativement à 60 % pour le veau, à 28 % pour le bœuf, à 23 % pour le porc et à 21 % pour la volaille fraîche. Cela indique que les consommateurs québécois (23 % de la population canadienne) achètent relativement moins leur agneau dans les chaînes que les autres viandes et que les Canadiens le font pour la viande ovine.

En ce qui concerne les prix moyens au détail (tableau 38), les données d'AC Nielsen montrent par ailleurs que l'agneau frais est le produit carné qui a vu ses prix augmenter le plus dans les grandes chaînes au Québec. Ces prix étaient déjà dès 2002 parmi les plus élevés avec ceux du veau. En ce qui concerne la compétition, cela peut être vu comme un élément restreignant la capacité de développer le marché. À titre comparatif, mentionnons que les données américaines montrent des prix au détail de l'ordre de 9,40 \$ US en 2001 et de 12,00 \$ US en 2005. Compte tenu des taux de change de l'époque, on conclut que le prix de la viande ovine était du même ordre de grandeur au Québec qu'aux États-Unis et progresse là aussi rapidement. Ces données révèlent que la situation des prix au détail au Québec pour la viande ovine cadre probablement avec celle ayant cours en Amérique du Nord.

Tableau 38 : Prix moyen de vente au détail des viandes selon les grandes chaînes du Québec (\$/kg)

	Prix moyen des viandes (\$/kg)						Croissance annuelle moyenne (%)
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Agneau frais	11,39	12,76	13,70	16,73	15,00	14,21	5,1
Bœuf frais	8,45	8,70	8,72	8,87	8,62	8,93	0,8
Porc frais	7,78	7,26	7,06	6,88	6,10	6,22	-4,8
Veau frais	11,88	11,74	11,68	12,45	12,72	13,14	2,3
Volaille fraîche	6,10	6,25	6,12	5,59	5,69	6,19	0,9
Autres viandes fraîches	6,74	6,58	6,24	6,73	6,51	6,68	-0,4

Note : Les données de 2005 à 2007 comprennent les ventes dans les grands détaillants à escompte comme Wal-Mart.
Source : AC Nielsen Canada

Signe d'une bonne compétitivité, la consommation de viande ovine progresse au Canada et sans doute au Québec. La mise en marché et la progression des ventes se font apparemment surtout hors des grandes chaînes de distribution, c'est-à-dire dans les épiceries spécialisées et dans les restaurants.

La compétition entre les produits canadiens et les produits importés reste vive, sans gagnant notable. Les prix des produits demeurent élevés et même croissent plus vite que ceux des autres viandes, une limite probable au développement du marché.

7.2 PART DU MARCHÉ QUÉBÉCOIS

Pour ce qui est du tonnage produit à la ferme (tableau 39), les données sous-jacentes aux recettes monétaires indiquent un développement remarquable, à l'échelle canadienne, de la production québécoise d'agneaux. Mentionnons que les viandes de mouton (de réforme) ne comptent par ailleurs que pour environ, au cours de la période 2000-2007, 11 % des tonnages de viande ovine au Québec et 14 % au Canada. L'importance des viandes de mouton diminue d'ailleurs dans le temps au Québec se situant à 8 % en 2007.

Tableau 39 : Volume de viande ovine produite au Canada

Volume de viande (tonnes, base vivante)									Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000-2007
Agneaux									
Québec	4 318	6 452	8 194	7 061	7 612	7 694	8 816	9 666	8,4
Ontario	8 709	11 024	12 472	13 530	13 710	13 383	12 309	11 247	3,1
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	18 003	18 418	20 432	18 097	15 704	16 197	18 295	17 029	-1,5
Canada	31 030	35 894	41 098	38 688	37 026	37 274	39 420	37 942	1,8
Part du Québec au Canada (%)	13,9	18,0	19,9	18,3	20,6	20,6	22,4	25,5	-
Moutons									
Québec	893	944	910	855	888	777	772	791	-2,7
Ontario	2 548	2 800	2 863	3 059	3 322	3 934	2 664	2 620	1,2
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	1 111	1 056	1 201	1 320	1 245	1 386	1 355	1 313	3,3
Canada	4 552	4 800	4 974	5 234	5 455	6 097	4 791	4 724	1,1
Part du Québec au Canada (%)	19,6	19,7	18,3	16,3	16,3	12,7	16,1	16,7	-

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Comme le montre le tableau 39, la part du marché du Québec dans la production canadienne dépassait 25 % en 2007. Elle était de 14 % en 2000 et de 20 % en 2002. Étant donné que les exportations de produits ovins restent tout à fait marginales au Québec et au Canada (de 1 % à 2 % de la production), ces données montrent pour la production ovine québécoise des gains de parts de marché quant au volume et, de ce strict point de vue, une excellente compétitivité de la production québécoise en regard de celle des compétiteurs canadiens.

La hausse annuelle de 8,4 % montrée au tableau 39, en moyenne, des tonnages d'agneaux du Québec sur la période 2000-2007 (notons cependant qu'entre 2002 et 2006, elle n'était que de 2,3 %) est remarquable, alors que celle de l'Ontario a été de 3,1 % et même négative (-1,5 %) dans l'Ouest.

Par ailleurs, selon le tableau 40, la rémunération moyenne obtenue par les producteurs au Québec comme ailleurs au Canada montre une tendance à la hausse de l'ordre de 3 % au Canada entre 2000 et 2007, avec un creux en 2004, coïncidant avec l'apparition du premier cas d'ESB au Canada.

On doit souligner que les valeurs moyennes obtenues au Québec sont nettement supérieures à celles des autres provinces, soit un avantage de 21 % pour le Québec par rapport au Canada dans son ensemble et de 9 % par rapport à l'Ontario. Mais comme les prix moyens obtenus ont augmenté plus vite en Ontario qu'au Québec entre 2000 et 2007, cet avantage comparatif pour les producteurs québécois est moins important depuis 2001.

Tableau 40 : Prix moyen annuel des agneaux, base vivante, payé au Canada

	Prix moyen annuel (\$/kg)								Croissance annuelle moyenne (%) 2000-2007
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Québec	3,14	3,15	2,82	3,09	2,88	3,22	3,75	3,81	3,0
Ontario	2,91	2,78	2,49	2,64	2,27	3,15	3,52	3,49	3,6
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	2,37	2,24	2,22	2,15	1,72	2,32	2,69	2,53	1,5
Canada	2,63	2,57	2,42	2,49	2,16	2,80	3,19	3,14	3,1
Part du Québec au Canada (%)	119,4	122,7	116,6	124,1	133,0	114,9	117,6	121,5	-

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Compte tenu des données compilées aux tableaux 39 et 40, et comme le montre le tableau 41, les recettes tirées du marché par les producteurs québécois d'ovins ont progressé à un rythme annuel tout à fait remarquable, soit 11,5 % entre 2000 et 2007, comparativement à 6,6 % en Ontario et à 0 % dans les autres provinces. La part des recettes du Québec dans la production d'agneaux au Canada est passée de 17 % en 2000 à 23 % en 2002-2003 puis à 31 % en 2007, ce qui constitue un excellent résultat. Du point de vue des gains de parts de marché dans la production canadienne, l'industrie de la production ovine du Québec est plus compétitive que ses concurrents canadiens, mais l'Ontario demeure un compétiteur important.

Tableau 41 : Évolution des recettes monétaires pour la production canadienne d'agneaux

	Valeur (000 \$)								Croissance annuelle moyenne (%) 2000-2007
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Québec	13 549	20 344	23 132	21 844	21 905	24 759	33 039	36 839	11,5
Ontario	25 306	30 659	31 068	35 684	31 147	42 092	43 298	39 197	6,6
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	42 671	41 270	45 286	38 931	27 036	37 523	49 283	43 012	0,0
Canada	81 526	92 273	99 486	96 459	80 088	104 374	125 620	119 048	4,9
Part du Québec au Canada (%)	16,6	22,0	23,3	22,6	27,4	23,7	26,3	30,9	-

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

En ce qui concerne les parts de marché au Canada (sur la base de la répartition des volumes montrés au tableau 39) et compte tenu de la part occupée par les importations de Nouvelle-Zélande et d'Australie (tableau 35), on estime que le Québec compte maintenant pour des proportions de 9 % à 10 % environ des tonnages vendus sur le marché canadien (tableau 42). Ces proportions étaient de 6 % à 8 % au début des années 2000. Il y a donc bien eu gain de parts de marché au Canada, en ce qui concerne les volumes, par les produits émanant du Québec depuis quelques années.

Tableau 42 : Proportion des ventes de viande ovine sur le marché canadien en fonction du lieu d'origine

	Proportion (%)*							Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000-2007
Québec	6,2	7,9	9,1	8,3	9,6	9,2	9,2	10,5
Ontario	13,3	14,8	15,3	17,4	19,2	18,7	14,3	13,9
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	22,6	20,8	21,6	20,4	19,2	19,0	18,8	18,4
Canada	42,1	43,5	45,9	46,1	48,0	46,9	42,3	42,8
Importations	57,9	56,5	54,1	53,9	52,0	53,1	57,7	57,2

* Calculé sur la base du volume vendu.

Note : Hypothèse d'une proportion de 57,2 % occupée par les importations en 2007.

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Si l'on fait le calcul au regard du seul marché québécois (on suppose ici que toute la production québécoise est écoulee au Québec et que la consommation québécoise est proportionnelle à sa population au Canada), on constate que le Québec est régulièrement autonome avec des proportions de 40 % à 45 % selon les années pour la période 2002-2007.

D'autres données confirment la progression de la production québécoise à l'échelle canadienne. En ce qui concerne plus spécifiquement la production d'agneaux, le Québec possédait de 17 % à 18 % environ des inventaires canadiens au début de la décennie, comparativement à des proportions de 23 % à 24 % des têtes en 2006-2007, selon les données du tableau 43.

Tableau 43 : Évolution des inventaires canadiens d'agneaux pour la reproduction et pour le marché

	Nombre de têtes (000) (moyenne du 1 ^{er} janvier et du 1 ^{er} juillet de chaque année)								Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000-2007
Québec	64,3	85,8	83,2	87,7	95,1	95,4	97,4	95,8	4,7
Ontario	93,3	124,9	119,9	125,0	115,3	108,2	102,2	103,3	-0,8
Autres provinces (surtout de l'Ouest)	227,6	258,7	263,9	242,5	269,4	249,1	220,8	204,4	-1,9
Canada	385,2	469,3	467,0	455,2	479,8	452,6	420,4	403,4	-0,3
Part du Québec au Canada (%)	16,7	18,3	17,8	19,3	19,8	21,1	23,2	23,7	-

Sources : Statistique Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

L'Ontario a conservé sa part de 25 % des inventaires tout au long de cette période, les provinces de l'Ouest ayant connu une régression. En fait, les données présentées montrent que seul le Québec a augmenté nettement ses inventaires d'agneaux au cours de la période de 2000 à 2007. Les données du dernier recensement agricole (tableau 44) confirment aussi ces conclusions et révèlent que le mouvement de développement plus prononcé au Québec date d'une décennie.

Tableau 44 : Inventaires du nombre d'agneaux au moment du recensement agricole

	1996	2001	2006
Québec	59 828	99 355	119 181
Ontario	102 385	152 319	145 478
Autres provinces	291 983	360 084	263 284
Canada	454 196	611 758	527 943
Part du Québec au Canada (%)	13,2	16,2	22,6

Source : Statistique Canada

Les différents indicateurs montrent que la production ovine québécoise gagne des parts de marché au Canada et au Québec, et ce, dans un marché compétitif où les importations demeurent fortes, mais sans progression.

De plus, en ce qui a trait à la production d'agneaux, le secteur ovin a connu un essor considérable au Québec.

7.3 RÉMUNÉRATION DU MARCHÉ

Les données de Statistique Canada (tableau 45) indiquent que les prix moyens au kilogramme obtenus à la sortie de la ferme pour les agneaux sont généralement plus élevés au Québec que dans les autres provinces canadiennes. La différence avec l'Ontario est cependant moins marquée. C'est là un signe que la progression des ventes quant au volume, constatée précédemment dans ce document, se fait sur la base d'agneaux de plus grande valeur unitaire au kilogramme au Québec qu'ailleurs au Canada, un avantage qui traduit la compétitivité du produit québécois à l'échelle canadienne. Il reste à voir si cet avantage de prix moyen est le résultat de meilleurs prix quel que soit le type d'agneaux, traduisant ainsi une prime à la qualité, ou s'il résulte plutôt de la vente dans des catégories de poids mieux payées.

Le principal concurrent du Québec en ce qui concerne les produits ovins canadiens étant l'Ontario, on peut constater, dans le tableau 45, que la différence de 7 % de 2000 s'est élargie pour s'établir à 24 % en 2004, fondre en 2005 et se resituer à 8 % en 2007. Ce tableau montre aussi qu'entre 2000 et 2007, la progression des prix a eu tendance à se manifester pour toutes les provinces, et ce, à un rythme annuel moyen se situant toujours entre 3 % et 4 %. Cela apparaît donc comme une tendance lourde du système canadien. Indiquons à titre comparatif que, du côté américain, une croissance modérée des prix est aussi observée (tableau 12).

Tableau 45 : Prix moyen à la sortie de la ferme des agneaux produits au Canada

	Prix moyen (\$/100 kg)								Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000-2007
Nouvelle-Écosse	110	108	88	101	91	103	134	131	3,2
Québec	139	141	126	138	128	145	169	168	3,1
Ontario	130	129	114	120	104	141	159	155	3,3
Manitoba	98	97	91	96	84	109	127	115	3,5
Saskatchewan	99	87	84	94	67	111	126	115	4,0
Alberta	99	84	86	83	77	104	117	111	3,5
Colombie- Britannique	104	89	91	88	82	109	122	116	3,3

Source : Statistique Canada (CANSIM)

À l'échelle canadienne, ce sont d'abord les animaux provenant de l'Ontario qui sont en compétition avec les produits d'origine québécoise. Un regard plus détaillé sur les prix des agneaux des deux provinces indique des différences (tableau 46). L'Ontario conserve des prix supérieurs dans l'agneau léger tout au long de la période, alors que le Québec enregistre un avantage de prix dans l'agneau lourd (sauf en 2005). Les prix des agneaux légers ont été, au cours de la période 2005-2007, en moyenne de 6 % plus élevés en Ontario. Quant à l'agneau de lait, il était régulièrement mieux payé au Québec jusqu'en 2005, mais la différence est moins évidente depuis. En 2007, les agneaux de lait se vendaient 5,39 \$/100 lb de plus en Ontario.

Globalement, les prix des agneaux paraissent progresser sensiblement au même rythme au Québec (6,4 %) et en Ontario (7,7 %), avec une croissance légèrement supérieure en Ontario, qui a effectué un rattrapage entre 2002 et 2007 pour ce qui est de l'agneau de lait.

De plus, lorsqu'on calcule la rémunération moyenne, un facteur joue (tableau 46). Le Québec a vendu, à l'encan de Saint-Hyacinthe, proportionnellement à sa production totale, beaucoup plus d'agneaux de lait que l'Ontario, alors que c'est l'inverse pour les agneaux légers et lourds, ce qui fait grimper le prix moyen global de l'ensemble des agneaux vendus par les producteurs du Québec. En conséquence, le prix moyen pondéré des agneaux reste plus élevé au Québec qu'en Ontario principalement pour cette raison car les agneaux de lait étant vendus plus cher la livre.

L'avantage des prix qui primaient pour une bonne partie des agneaux du Québec au début des années 2002 a disparu au fil des ans et, en 2007, les agneaux légers et les agneaux de lait de l'Ontario valaient même plus que ceux du Québec. Or, selon les données du tableau 46, l'Ontario semble produire proportionnellement beaucoup de ce dernier type d'agneaux et le Québec, relativement peu. Même si le Québec demeure le principal producteur d'agneaux de lait et qu'il est bien rémunéré, on peut se demander si le type d'agneaux produit aujourd'hui au Québec reste le plus payant, compte tenu des coûts et des rendements en viande par brebis.

Tableau 46 : Nombre et prix moyen pondéré (par 100 lb) des agneaux vendus à l'encan au Québec et en Ontario

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Croissance annuelle moyenne (%) 2002-2007
Nombre d'agneaux vendus à l'encan							
Québec							
Agneau de lait	22 961	28 766	30 607	30 604	40 510	37 449	9,9
Agneau léger (-79 lb)	11 269	15 874	9 722	11 087	12 116	13 547	0,7
Agneau lourd (+80 lb)	7 518	8 829	12 272	12 798	13 058	4 217*	14,7
Mouton	6 372	8 516	8 236	10 915	11 407	9 954	9,7
Total agneau	41 748	53 469	52 601	54 489	65 684	55 213*	9,3
Ontario							
Agneau de lait	10 522	9 515	9 195	9 814	8 036	8 107	-5,0
Agneau léger (-79 lb)	86 400	85 411	91 758	83 948	74 944	70 879	-4,2
Agneau lourd (+80 lb)	52 533	57 125	66 083	52 893	55 973	54 803	-0,2
Mouton	40 257	39 065	39 790	37 723	30 730	30 712	-6,1
Total agneau	149 455	152 051	167 036	146 655	138 953	125 682	-2,7
Prix moyen de vente à l'encan (\$/100 lb)							
Québec							
Agneau de lait	158,84	161,34	160,25	173,38	203,83	203,01	5,7
Agneau léger (-79 lb)	126,91	141,64	130,05	155,89	178,62	174,25	7,0
Agneau lourd (+80 lb)	118,22	130,11	111,13	143,16	163,48	161,08*	7,4
Mouton	42,22	44,63	38,71	50,51	63,54	65,33	10,0
Total agneau	142,52	154,22	142,13	162,14	190,33	180,23*	6,4
Ontario							
Agneau de lait	141,20	146,88	140,15	166,99	198,35	208,40	8,6
Agneau léger (-79 lb)	134,38	144,24	133,18	166,40	190,07	186,98	7,7
Agneau lourd (+80 lb)	116,09	120,31	106,44	148,51	160,78	156,30	7,7
Mouton	45,16	52,20	47,93	60,79	85,20	75,49	12,2
Total agneau	127,39	132,54	119,83	158,32	177,13	173,12	7,7

Note : Le faible nombre des agneaux lourds du Québec inscrits au tableau s'explique par le fait qu'il ne s'agit que de ceux qui ont passé par l'encan de Saint-Hyacinthe. Durant cette période, la majorité des agneaux étaient vendus par l'entremise des agences régionales de commercialisation. C'est en juin 2007 que l'Agence de vente des agneaux lourds a débuté ses activités. À partir de ce moment, aucun agneau lourd ne devait plus être vendu à l'encan de Saint-Hyacinthe. Après la première année d'activité de l'Agence de vente, de juin 2007 à mai 2008, 48 845 agneaux lourds ont été transigés par l'agence.

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada et ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

En ce qui concerne cette dernière question, les données les plus récentes de la fiche d'enregistrement de 2007 montrent que les producteurs du Québec ont commencé à se diriger vers la production d'agneaux légers (tableau 16). Mais cette production demeure encore secondaire. Malgré une croissance de 25 % en seulement 3 ans pour la production annuelle, seulement 18 % de la production annuelle totale d'agneaux appartenait en 2007 à cette catégorie. En effet, entre 2004 et 2007, seules les exploitations ayant des agneaux légers ont vu leur nombre augmenter et seul le nombre d'agneaux légers a crû, mais on doit aussi remarquer que le nombre d'agneaux légers par exploitation a stagné.

La bonne rémunération du marché pour les produits ovins québécois devient moins évidente dans le temps.

7.3.1 Transmission des variations de prix dans la chaîne de valeur

Il est intéressant d'établir un lien entre les variations de prix à la ferme et celles qui sont situées en aval dans la chaîne de valeur conduisant la viande ovine jusqu'au consommateur. Ce suivi permettra de déceler certaines problématiques de contrôle de marché, s'il y a lieu.

Statistique Canada publie un indice du prix de la viande ovine à la sortie des usines. Les données du tableau 47 montrent une progression annuelle de l'ordre de 2,5 % au cours de la période 2000-2007 au Canada (il n'existe pas d'indice par province), ce qui signifie que les transformateurs, s'ils voient le prix de leurs approvisionnements en agneaux augmenter en moyenne de 3 % à 4 % l'an, ainsi qu'on l'a vu aux tableaux 40, 45 et 46, opèrent de telle sorte que les prix des produits transformés ne progressent que de 2,5 %/an.

Tableau 47 : Indice de prix des produits industriels pour les viandes d'agneau et de mouton, frais ou congelé, Canada, 1997 = 100

	Indice de prix des produits industriels								Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000-2007
Canada	107,1	113,3	106,7	110,7	106,6	116,7	128,2	127,1	2,5

Source : Statistique Canada

On remarque que les prix des produits ovins livrés par les industriels ont eu tendance à fluctuer entre 2000 et 2005, puis à progresser, tout comme d'ailleurs ceux à la production, assez fermement en 2006 pour se maintenir en 2007. Ces données montrent en fait une assez bonne transmission des variations de prix au Canada entre la production ovine et la transformation ovine.

Pour ce qui est du lien entre les prix à la transformation et les prix de gros pour la commercialisation, avec une livraison aux magasins de détail à Montréal, des données existent pour la période de 2003 à 2007 (tableau 48). Là encore, les données montrent une transmission des hausses de prix, à partir de 2005 et surtout de 2006, entre la transformation et les prix de gros pour la commercialisation. Ainsi, entre 2003 et 2007,

les prix de gros à Montréal pour un produit ovin québécois ont progressé de 20 %, alors que l'indice des prix à la sortie de l'usine a crû de 19 % pendant la même période.

Tableau 48 : Prix de vente des grossistes aux magasins de détail de carcasses d'agneau sans peau de 15 à 25 kg

	Prix de vente des carcasses (\$/kg)								Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2003-2007
Frais, choix A1, Québec	ND	ND	ND	8,19	8,19	8,55	9,68	9,83	5,2
Frais, choix A1, Ouest	ND	ND	ND	8,36	8,14	8,91	9,69	9,94	5,3

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

Les données du tableau 48 montrent aussi que les prix des agneaux provenant de l'Ouest canadien fluctuent comme ceux du Québec et restent du même ordre de grandeur. Les viandes des deux sources se livrent donc compétition, sans avantage marqué par l'une ou l'autre. Comme on l'a vu au tableau 45, les prix payés à la ferme dans l'Ouest sont inférieurs à ceux payés au Québec (une marge de 25 % à 30 % en 2006-2007). La composition des agneaux de lait, légers et lourds, différente entre le Québec et l'Ontario explique une part significative de cette différence. Cependant, on peut aussi soupçonner que les coûts de transformation, les coûts de transport et les intermédiaires (prise de marge) rendent le produit de l'Ouest aussi coûteux à Montréal que celui du Québec.

On observe donc une transmission normale des prix dans la chaîne ovine au Québec.

L'analyse de l'évolution des coûts de production entre 2002 et 2006, présentée ci-après, doit se faire selon un contexte de lecture d'une progression ralentie de l'industrie ovine (pour la production de viande) du Québec. On a vu dans le tableau 16 que cette industrie est à se redéployer graduellement vers la production d'agneaux légers, au détriment des agneaux lourds et, dans une moindre mesure, des agneaux de lait.

Par ailleurs, les données provenant de Statistique Canada (tableau 45) confirment l'arrêt de croissance de l'industrie, non seulement au Québec, mais aussi ailleurs au Canada et notamment dans l'Ouest. L'année 2004 aurait été celle d'un retournement de tendance vers le déclin. Toutefois, le Québec voit quand même sa part de l'industrie augmenter graduellement.

7.3.2 Performance en matière de coûts relatifs de production

Les données de Performance Plus d'Industrie Canada montrent, pour 2000, 2002 et 2004, que les recettes en provenance des ventes d'ovins des entreprises incorporées du Québec, repérées par le système fiscal, sont meilleures que celles du Canada en moyenne, sauf apparemment en ce qui concerne l'alimentation animale et l'achat d'animaux (tableaux 28 et 49). On note aussi, comme il a été mentionné précédemment, que les entreprises du Québec repérées sont profitables, alors que ce n'est pas le cas pour celles du Canada pour la moyenne de 2000, de 2002 et de 2004.

Tableau 49 : Profil moyen d'entreprises ovines constituées en sociétés issu du système Performance Plus, moyenne 2000-2004

Cent par dollar de recettes	Québec	Canada
Recettes	100,0	100,0
Achat de biens (animaux, alimentation)	30,0	24,8
Rémunération du travail	8,6	11,9
Frais reliés au capital utilisé	17,1	18,5
Achats de services	8,5	10,4
Autres dépenses	33,1	40,5
Dépenses totales	97,3	106,2
Bénéfice/perte nette	2,7	-6,2

Source : Industrie Canada

Par ailleurs, la structure et la situation financière des entreprises incorporées du Québec seraient en moyenne nettement plus saines que celles d'entreprises comparatives pour l'ensemble canadien, notamment au chapitre de l'endettement (tableau 28). Le ratio le plus significatif demeure celui du rendement sur le capital employé et montre la capacité des entreprises à générer des marges, indépendamment du choix de financement par capital propre ou par endettement.

Le tableau 29 a aussi montré que ces données moyennes cachent de très grandes différences entre les entreprises les plus performantes du Québec et celles qui le sont moins.

7.3.3 Niveaux et évolution des coûts unitaires de production

Deux études des coûts de production ont été réalisées récemment au Québec, mais avec des approches méthodologiques en partie différentes. Les années de référence sont 2002 et 2006. Il est possible de rapprocher les données publiées avec un certain ajustement des résultats pour tenir compte des différences méthodologiques, mais on doit conserver à l'esprit un doute quant à la comparabilité exacte des résultats de 2002 et de 2006. Compte tenu de cet avertissement, on verra quand même que la comparaison entraîne l'identification de plusieurs zones de changements récemment survenus en production ovine au Québec.

Après avoir procédé aux ajustements nécessaires et compte tenu des remarques précédentes, l'évolution des quatre années (de 2002 à 2006) pour ce qui est des coûts unitaires révèle plusieurs faits intéressants à partir des données montrées au tableau 50.

Premièrement, l'entreprise modèle (pour établir les coûts de production de l'ASRA) voit son nombre de brebis augmenter de 5,2 % et atteindre près de 500. Il s'agit là d'une entreprise importante à l'échelle des diverses exploitations composant en réalité le secteur ovin québécois.

Par ailleurs, entre 2002 et 2006, le coût de production des agneaux a augmenté globalement de 25,2 % et a atteint 422,5 \$/brebis (tous les coûts sont mesurés par brebis assurée et non par agneau). Étant donné qu'en 2006 les ventes d'agneaux par brebis assurée dans l'entreprise modèle ont progressé de 37,0 % par rapport à 2002 et ont atteint 187,13 \$, l'écart à combler par l'ASRA était, en 2006, de 235,38 \$/brebis assurée, soit 17,2 % de plus qu'en 2002.

Tableau 50 : Comparaison des coûts de production de 2002 et 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Différentiel absolu 2006-2002 (\$)
Brebis/exploitation (nb)	473,0	497,5		
Frais variables directs de production des agneaux	72,51	92,80	28,0	20,29
Autres frais variables et fixes hors capital, travail et assurances collectives	49,20	62,42	26,9	13,22
Consommation et entretien du capital	56,39	60,40	7,1	4,01
Rémunération du capital	70,88	71,81	1,3	0,93
Coût total (\$) du travail	104,47	148,81	42,4	44,34
Assurances collectives	35,63	50,80	42,6	15,17
Grand total des coûts (voir note)	389,08	487,04	25,2	97,96
Revenus de vente de sous-produits	51,69	64,53	24,8	12,84
Coûts de production des agneaux	337,39	422,51	25,2	85,12
Ventes d'agneaux	136,59	187,13	37,0	50,54
Différentiel (solde négatif en 2002 et en 2006)	200,80	235,38	17,2	35,58

Note : Pour 2002, ce coût total de 389,08 \$ est strictement égal au coût de 269,21 \$ montré pour « Ovin et culture » dans l'étude du coût de production de 2002. L'équation est la suivante :
 $389,08 \$ - 104,47 \$ (\text{coût du travail}) - 34,33 \$ (\text{rémunération de l'avoir}) - 0,66 \$ (\text{taxes foncières nettes}) = 249,60 \$ = 269,21 \$ (\text{coût total d'exploitation présenté à la page 29, étude du coût de production de 2002}) - 14,65 \$ (\text{travail}) - 4,96 \$ (\text{taxes foncières nettes})$

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

Des données sous-jacentes au tableau 50 montrent que la hausse de 37 % des ventes par brebis provenant des ventes d'agneaux découle de trois évolutions positives simultanées survenues entre 2002 et 2006 :

- ♦ Le nombre d'agneaux vendus par brebis assurée a augmenté de 13 %.
- ♦ Le poids moyen des agneaux vendus a augmenté de 6 %.
- ♦ Le prix moyen par kilogramme a progressé de 14 %.

Par ailleurs, un calcul simple à partir des données du tableau 50 indique que, pour 497,5 brebis, l'entreprise modèle obtient une rémunération par le marché de l'ordre de 93 100 \$ ($187,13 \$ \times 497,5$) et un différentiel à combler par l'ASRA des ovins de l'ordre de 117 100 \$ ($235,38 \$ \times 497,5$). Il est à noter que l'entreprise reçoit aussi du marché 64,53 \$/brebis pour des ventes de sous-produits (animaux de réforme, diverses cultures, ASRA des cultures et ASREC des cultures, etc.), soit 31 100 \$. Au total, l'entreprise type reçoit donc du marché 251,66 \$/brebis, soit un total de 125 200 \$, et 117 100 \$ de l'ASRA des ovins, pour une autonomie globale à l'égard de l'ASRA de l'ordre 51,7 %. Un calcul similaire pour 2002 donne 48,4 %. On observe donc une légère progression. Si l'on ne tient pas compte des ventes de sous-produits, on constate que 44,3 % des recettes de ventes d'agneaux provenaient du marché en 2006, comparativement à 40,5 % en 2002.

Au chapitre des coûts de production pour la période 2002-2006, l'augmentation globale atteint 25,2 %, soit 97,96 \$/brebis. Ce montant supplémentaire provient de diverses grandes catégories de dépenses montrées au tableau 50 :

- ◆ Pour 44,34 \$/brebis de frais reliés au travail (de l'exploitant, de la famille, de salariés).
- ◆ Pour 20,29 \$/brebis de frais variables directs de production des agneaux (achats de reproducteurs, alimentation animale, frais d'élevage tels que les frais de vétérinaire et de médicaments).
- ◆ Pour 15,17 \$/brebis de tarification pour assurances collectives (ASRA, etc.)
- ◆ Pour 13,22 \$/brebis de divers frais variables ou fixes, sauf ceux reliés au capital, au travail et aux assurances collectives. Ce montant est composé des dépenses en carburant, pour la mise en marché, en assurances diverses, pour les taxes foncières nettes, et pour d'autres frais divers.
- ◆ Pour 4,01 \$/brebis de consommation et d'entretien du capital (amortissements et entretien des machines et des bâtiments).
- ◆ Pour 0,93 \$/brebis d'une rémunération supplémentaire du capital (rémunération des créanciers et de propriétaires, à savoir les intérêts, les frais bancaires, les travaux à forfait, les loyers et les locations, et du rendement accordé sur l'avoir du propriétaire).

Comme le montre le tableau 51, ce dernier élément pour la période 2002-2006 cache une hausse de 7,76 \$/brebis (34 %) comme paiement aux créanciers externes (les intérêts à court et à long terme), une hausse de 6,74 \$/brebis (50 %) pour des travaux à forfait, des loyers et la location de machinerie et de bâtiments, et une baisse de 13,57 \$/brebis (-40 %) pour la rémunération du propriétaire.

Tableau 51 : Analyse de la rémunération du capital à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Progression 2002-2006 de l'IPIA (%)
Forfait, loyers et location	13,58	20,32	49,6	14,9 (machinerie) 13,8 (terre)
Intérêts à court terme, frais bancaires	4,72	6,23	32,0	8,3
Intérêts à long terme	18,25	24,50	34,2	8,3
Avoir du propriétaire	34,33	20,76	-39,5	ND
Rémunération du capital	70,88	71,81	1,3	ND

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

La hausse des intérêts payés aux créanciers, qui dépasse 30 %, est principalement due à un endettement supplémentaire par brebis. En effet, selon l'indice des prix des intrants en agriculture (IPIA) de Statistique Canada, le coût du loyer de l'argent en agriculture n'a progressé que de 8,3 % pendant cette période de 4 ans. En fait, entre les deux modèles de coûts de production de 2002 et de 2006, l'endettement (à court et à long terme) par brebis est passé de 361 \$ à 525 \$, ce qui représente une progression de 45 % en seulement 4 ans.

Du côté des forfaits, des locations et des loyers, l'IPIA indique des hausses de l'ordre de 14 % à 15 % environ en 4 ans pour les prix des loyers des terres et de la machinerie. L'augmentation des volumes de travaux et de locations est probablement la source de ces hausses des coûts.

Pour ce qui est de l'avoir du propriétaire, la principale cause de la diminution de la rémunération est que l'avoir par brebis a chuté de 25 % en 4 ans et a été remplacé par des emprunts supplémentaires.

Le principal poste de la hausse des coûts de production demeure cependant celui du travail. Comme on le montrent les données du tableau 50, aux lignes « Coût total du travail » et « Grand total des coûts », ce seul poste comptait pour 45 %¹³ de la progression totale des coûts unitaires de production de l'agneau au Québec entre 2002 et 2006. Or, selon l'IPIA de Statistique Canada, le coût unitaire du travail n'a augmenté que de 7,5 % pendant cette période.

Le tableau 52 permet donc de comprendre le détail de cette progression importante du poste du travail par brebis dans l'entreprise modèle de 2006 en regard de celle du modèle de 2002. Il permet de décomposer les coûts du travail quant au volume (heures travaillées par brebis), au type de travailleur (exploitant, membre de la famille, salarié) et au taux horaire accordé à la ferme ou considéré par le modèle.

Tableau 52 : Comparaison des dépenses en ressources humaines à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Progression 2002-2006 de l'IPIA (%)
Heures/brebis				
Salariés	0,89	0,98	10,1	ND
Famille	2,43	4,53	86,4	ND
Exploitants	6,37	5,91	-7,2	ND
Nombre d'heures total par brebis	9,69	11,42	17,9	ND
Taux horaire				
Salariés	8,02	10,65	32,8	7,8
Famille	8,02	10,65	32,8	7,8
Exploitants	12,22	15,25	24,8	ND
Montant par brebis				
Salariés	7,14	10,44	46,2	ND
Famille	19,49	48,24	147,5	ND
Exploitants	77,84	90,13	15,8	ND
Coût total du travail	104,47	148,81	42,4	ND
Montant l'heure				
Coût moyen du travail par brebis	10,78	13,03	20,9	ND

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

¹³ Entre 2002 et 2006, le coût du travail a augmenté de 148,81 \$ - 104,47 \$ = 44,34 \$/brebis, et le grand total des coûts est passé de 389,08 \$ à 487,04 \$, pour une progression de 97,96 \$/brebis. La part due au seul élément du travail est donc de 45 % = 44,34 \$/97,96 \$.

Il en ressort les points suivants. La hausse de 42 % du coût du travail par brebis provient :

- ◆ D'une hausse de 18 % du nombre d'heures de travail par brebis;
- ◆ De 21 % de la rémunération moyenne du travail en 4 ans.

En ce qui concerne ce dernier point, l'ampleur de la progression surprend. En effet, selon l'IPIA, les salaires ont augmenté en moyenne de 7,8 % en agriculture entre 2002 et 2006 dans l'Est du Canada. Or, c'est une progression de 32,8 % qui est enregistrée ou retenue pour le secteur ovin au Québec comme progression du taux horaire des employés de la famille ou non. Le taux horaire pour l'exploitant a augmenté, lui, de près de 25 %.

Pour ce qui est du nombre d'heures de travail par brebis, il a diminué de 7 % pour l'exploitant, mais la charge a augmenté des deux tiers, en moyenne, pour les salariés (de la famille, essentiellement). Les causes de cette progression ne sont pas connues.

Pour sa part, le tableau 53 permet de faire le point quant à la seconde catégorie de dépenses la plus en progression dans les coûts de production de 2006 en regard de ceux de 2002, à savoir les frais variables directs de production des agneaux.

Les données présentées montrent que, pour cette catégorie de dépenses, la progression de 28 % observée entre 2002 et 2006 provient de tous les éléments, sauf celui des intrants de culture. Les coûts de l'alimentation des animaux ont augmenté de 32 % par brebis. Les données sous-jacentes des modèles de production montrent des progressions importantes des tonnages achetés par brebis en orge et avoine, en maïs (progression plus légère), en moulée et en foin. Quant aux prix, ils ont plutôt baissé, mais dans une mesure un peu moindre que l'énoncent comparativement les données de l'IPIA de Statistique Canada (-13,4 %).

Tableau 53 : Analyse de l'évolution des frais variables associés à l'alimentation à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Progression 2002-2006 de l'IPIA (%)
Achats d'animaux reproducteurs	7,27	11,48	57,9	ND
Achats d'aliments	37,49	49,51	32,1	-13,4
Intrants de culture	20,27	19,74	-2,6	20,7
Achats de litière	0,83	2,28	174,7	ND
Médicaments, services d'un vétérinaire, etc.	6,65	9,79	47,2	17,4
Frais variables directs de production des agneaux	72,51	92,8	28,0	ND

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

La progression des tonnages de céréales, de moulée et de foin achetés entre le modèle 2002 et le modèle de 2006 reste à expliquer en détail, mais elle paraît reliée principalement à des achats externes de produits plus importants et à une baisse relative de l'autoproduction de céréales et de fourrages.

Parmi les autres coûts directs, la progression de 47 % pour les médicaments et services vétérinaires est également étonnante, en comparaison de la progression de 17 % de

l'indice de l'IPIA à ce titre sur 4 ans. Cette progression peut toutefois s'expliquer par l'utilisation accrue des produits vétérinaires nécessaires au désaisonnement de la production. Enfin, le coût des achats d'animaux reproducteurs a aussi beaucoup progressé.

Le tableau 54 présente, pour sa part, le détail des dépenses unitaires en « autres frais variables et fixes », qui ont augmenté globalement de 27 % en 4 ans. L'augmentation importante des dépenses en carburant s'explique par l'évolution des prix. Le point « autres frais » semble aussi avoir progressé beaucoup.

Tableau 54 : Analyse de l'évolution des autres frais variables à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Progression 2002-2006 de l'IPIA (%)
Carburant	8,57	14,18	65,5	60,3
Mise en marché	18,28	20,90	14,3	ND
Assurances	7,76	7,87	1,4	27,2
Taxe foncière nette	0,66	1,54	133,3	20,2 Est du Canada
Autres frais divers	13,93	17,93	28,7	11,1
Total des frais variables et fixes	49,20	62,42	26,9	ND

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

Du côté des coûts du capital (consommation, entretien, rémunération) montrés au tableau 55, on a déjà mentionné que le coût des intérêts progresse surtout en raison de l'augmentation de l'endettement par brebis. Les amortissements paraissent relativement contrôlés, mais l'élément « entretien des machines » ne peut s'expliquer apparemment par les seules hausses de prix dans ce domaine.

Tableau 55 : Analyse de l'évolution du capital des entreprises à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$/brebis)	2006 (\$/brebis)	Augmentation 2002-2006 (%)	Progression 2002-2006 de l'IPIA (%)
Consommation et entretien				
Amortissement	36,32	38,33	5,5	ND
Entretien des machines	13,94	15,17	8,8	3,8
Entretien des bâtiments	6,13	6,90	12,6	13,8
Total	56,39	60,40	7,1	ND
Rémunération du capital				
Forfait, loyers et location	13,58	20,32	49,6	14,9 (machinerie) et 13,8 (terre)
Intérêts à court terme, frais bancaires	4,72	6,23	32,0	8,3
Intérêts à long terme	18,25	24,50	34,2	8,3
Avoir du propriétaire	34,33	20,76	-39,5	ND
Total	70,88	71,81	1,3	ND

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

Enfin, un autre élément qui augmente rapidement et qui explique une part importante de la croissance globale des coûts de production observée entre 2002 et 2006 a trait aux cotisations payées à l'ASRA (tableau 56), qui, comme on l'a vu précédemment, verse de façon continue des compensations aux producteurs ovins du Québec.

Tableau 56: Analyse de l'évolution des dépenses associées à la protection du revenu à partir des études de coûts de production de 2002 et de 2006

	2002 (\$)	2006 (\$)	Augmentation 2002-2006 (%)
ASRA ovins	29,67	41,27	39,1
ASRA et ASREC culture	5,96	9,53	59,9
Total du coût des assurances collectives	35,63	50,80	42,6

Sources : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et Centre d'études sur les coûts de production en agriculture

Si la taille des entreprises et leur situation financière moyenne représentent certains atouts pour le Québec à l'échelle canadienne, tout comme la progression des revenus unitaires par brebis, des indices montrent un certain plafonnement de la croissance depuis 2004 au Québec. De plus, les coûts unitaires augmentent significativement pour nombre d'entre eux, notamment au chapitre des heures travaillées, de la rémunération du travail, des volumes d'alimentation animale, de plusieurs autres frais d'élevage, du volume de l'endettement des entreprises et du coût des assurances collectives telles que l'ASRA.

La progression des coûts est à relier avec des volumes de production des viandes et d'agneaux nettement plus importants.

7.4 COMPÉTITIVITÉ DE LA TRANSFORMATION DE VIANDE OVINE

7.4.1 Part de marché au Canada pour ce qui est des abattages

Agriculture et Agroalimentaire Canada publie l'évolution des abattages d'ovins au Canada, par province, et selon le type d'inspection (fédérale, pour une commercialisation à l'échelle du pays, et provinciale, pour une commercialisation dans la seule province concernée) (tableau 57).

Depuis l'an 2000, le Québec conserve globalement sa part du marché des abattages au Canada. Cette part est de 26 % à 28 % depuis plusieurs années, avec un léger fléchissement temporaire en 2004. En fait, au Québec comme au Canada, dans son ensemble, les abattages progressent, pour ce qui est du nombre de têtes, dans une proportion d'environ 6 % l'an. Ailleurs au Canada, la progression est du même ordre, sauf qu'elle est plus lente dans les provinces de l'Atlantique.

Au Québec, plus de la moitié des abattages font l'objet d'une inspection provinciale maintenant, alors qu'au début de la décennie, près de 60 % étaient soumis à une inspection fédérale. En Ontario, l'abattage est essentiellement l'objet d'une inspection provinciale, alors que, dans l'Ouest, le permis fédéral est recherché, sans doute pour les livraisons hors de la province de l'abattage.

Tableau 57 : Abattages par province

	Nombre de têtes							Croissance annuelle moyenne (%)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000-2006
Inspection fédérale								
Ouest	51 864	58 361	63 686	71 222	81 738	75 007	65 168	5,1
Ontario	8 380	8 067	7 302	6 654	7 657	5 795	8 544	-2,0
Québec	63 496	68 911	84 075	85 902	80 557	75 091	72 017	1,8
Atlantique	2 225	2 616	2 735	3 879	3 034	4 391	3 573	9,1
Canada	125 965	137 955	157 798	167 657	172 986	160 284	149 302	3,2
Inspection provinciale								
Ouest	22 460	24 500	27 695	26 921	34 889	34 674	34 502	7,9
Ontario	202 073	209 266	235 038	262 035	293 393	302 407	277 461	6,8
Québec	44 235	43 210	36 829	44 948	52 630	76 412	79 829	10,0
Atlantique	7 208	7 031	7 366	7 053	7 634	8 308	7 164	1,3
Canada	275 976	284 007	306 928	340 957	388 546	421 801	398 956	7,4
Total, inspection fédérale ou provinciale								
Ouest	74 324	82 861	91 381	98 143	116 627	109 681	99 670	6,0
Ontario	210 453	217 333	242 340	268 689	301 050	308 202	286 005	6,6
Québec	107 731	112 121	120 904	130 850	133 187	151 503	151 846	5,6
Atlantique	9 433	9 647	10 101	10 932	10 668	12 699	10 737	3,6
Canada	401 941	421 962	464 726	508 614	561 532	582 085	548 258	6,2
Part (%) des abattages canadiens, soumis à une inspection fédérale ou provinciale								
Ouest	18,5	19,6	19,7	19,3	20,8	18,8	18,2	-
Ontario	52,4	51,5	52,1	52,8	53,6	52,9	52,2	-
Québec	26,8	26,6	26,0	25,7	23,7	26,0	27,7	-
Atlantique	2,3	2,3	2,2	2,1	1,9	2,2	2,0	-
Canada	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

Mais le Québec occupe encore une place importante, voire encore presque majoritaire (48 % en 2006), à l'échelle canadienne pour ce qui est de l'abattage soumis à une inspection fédérale, ce qui lui permet des livraisons à l'échelle du pays.

Compte tenu des tonnages respectifs des diverses provinces pour ce qui est du nombre d'ovins produits et des inventaires d'agneaux et pour ce qui concerne le nombre de têtes (tableaux 6 et 10), le Québec abat (28 % en 2006) apparemment plus que sa part de production (22 % des tonnages d'agneaux et 16 % de moutons) et d'inventaire d'agneaux (23 % en 2006).

Au titre des parts de marché dans les abattages, on peut conclure que le Québec est compétitif. En effet, entre 2002 et 2006, il a maintenu sa part des abattages au Canada (entre 26 % et 28 %), tandis que le tonnage était en progression au cours de cette période (de 2,7 à 3,3 milliers de tonnes).

8 LES ENJEUX

Bien que l'industrie ovine québécoise vive des moments difficiles sur le plan de la rentabilité de certaines entreprises, les perspectives pour les prochaines années semblent positives. Avec une croissance démographique au Québec et au Canada orientée vers les communautés ethniques consommatrices d'agneaux et un intérêt accru du consommateur québécois pour des nouveautés, les prévisions d'accroissement de la consommation de la viande d'agneau au Canada sont de l'ordre de 42 % pour la période de 2003 à 2020. Cette monographie de l'industrie ovine du Québec a permis de dégager les principaux enjeux ayant un impact pour le développement de l'industrie. Leur prise en compte permettra au secteur ovin de se développer tout en satisfaisant chacun des acteurs de la filière.

8.1 IDENTIFICATION DES BESOINS DU MARCHÉ

L'*Étude sur l'analyse des points critiques relatifs à la qualité de l'agneau lourd*, produite par le CEPOQ, identifie bien cet enjeu pour l'industrie. Deux recommandations applicables à l'ensemble des agneaux produits y sont énoncées :

- ♦ Mettre en place des moyens permettant d'identifier et de satisfaire les besoins du marché;
- ♦ Assurer une meilleure communication entre tous les intervenants de la filière.

La connaissance des signaux du marché ne serait pas bien transmise tout au long de la filière ovine. Les incitatifs favorisant une réponse adéquate aux besoins du marché tout au long de la chaîne seraient insuffisants. Actuellement, c'est l'offre provenant de la production qui détermine ce qui est livré sur les marchés, ce qui ne permet pas de fournir aux consommateurs ce qu'ils désirent :

- ♦ Disponibilité du produit en quantité, en variété de coupes et en qualité;
- ♦ Proximité lors de l'achat;
- ♦ Accessibilité au regard des prix;
- ♦ Connaissance de la provenance du produit.

Les différentes problématiques en matière de désadaptation de la production aux exigences du marché se traduisent en fin de compte aussi par des surcoûts pour les transformateurs, qui se retrouvent avec des produits non souhaités et des pertes, qui exigent un surplus d'ouvrage pour la découpe. Le manque d'uniformité des carcasses (couleur, poids) est particulièrement coûteux et il existe un réel risque que les producteurs du Québec soient un jour écartés du marché si les acheteurs et les distributeurs préfèrent des produits, des carcasses et des animaux provenant d'autres provinces et pays. Cela est déjà arrivé avec d'autres produits alimentaires. De plus, l'image de qualité du produit québécois et sa notoriété sont affectées par ce manque d'homogénéité perçu par certains, alors que d'autres témoignent de la qualité du produit du Québec. Si, à court terme, cela ne représente pas un problème majeur, la préoccupation demeure quant au développement futur de l'industrie et à la multiplicité des offres venant des concurrents.

Il faut toutefois que l'industrie mise sur l'influence ethnique et le raffinement des goûts culinaires des Québécois. Il faut rassurer les consommateurs craintifs et cultiver les passionnés. Le consommateur québécois de souche qui a l'habitude d'acheter ce produit fait partie d'une petite élite, alors que le consommateur occasionnel représente un potentiel attrayant pour ce qui est des parts de marché. Il faut accentuer les actions pour mieux éduquer le consommateur (goût, achat, préparation à la maison, recettes, etc.). Celui-ci devrait être aussi mieux informé sur la différenciation du produit québécois (mode de production, fraîcheur, maturation, etc.) par rapport à la viande d'agneau des autres provinces ou de l'importation.

8.2 AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ DES ÉLEVAGES

Une étude du MAPAQ qui sera publiée prochainement et qui portera sur les mesures pouvant augmenter la rentabilité de la filière ovine québécoise présente des actions importantes à mettre en place pour permettre aux entreprises de production ovine d'accroître leur rentabilité. Cette étude confirme les observations faites dans la présente monographie.

Les premières actions visent l'augmentation de la productivité et l'amélioration des recettes à la production, par l'entremise d'une augmentation du volume de viande produit et vendu par brebis/année. Quatre axes ont été retenus :

- ◆ Augmentation de la prolificité;
- ◆ Augmentation du nombre d'agnelages/brebis/année;
- ◆ Réduction du taux de mortalité;
- ◆ Augmentation du nombre de kilogrammes produits par brebis.

Une autre série d'actions vise la diminution des coûts. Ici, trois axes sont retenus :

- ◆ Optimisation du poste de l'alimentation;
- ◆ Recours aux services-conseils spécialisés et implantation d'outils, d'équipement et de processus en entreprise;
- ◆ Meilleure gestion des entreprises en vue d'augmenter leur marge bénéficiaire.

8.3 DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR DE LA VIANDE

La surtransformation de viande ovine pourrait être une avenue prometteuse pour la croissance des entreprises. À ce titre, certaines entreprises ont mis en place des systèmes de certification et de traçabilité permettant d'augmenter la valeur de leurs produits.

La rareté et la formation de la main-d'œuvre sont des facteurs qui touchent le secteur des abattoirs. L'industrie de la transformation ovine devrait moderniser ses procédés afin de réduire les coûts liés à la main-d'œuvre.

On compte un grand nombre d'acteurs au regard de l'abattage et de la transformation. Plusieurs abattoirs recevant de l'agneau fonctionnent bien en deçà de leur capacité de production. Ainsi, une meilleure productivité, des moindres coûts et une meilleure rentabilité ne peuvent être atteints.

Des paramètres majeurs indiquent un développement positif de l'industrie : croissance de la demande canadienne, croissance de la production québécoise, développement de la transformation au Québec. Cependant, la concurrence des produits importés demeure importante et vive. Le secteur ovin québécois, occupant moins de 50 % du marché du Québec, pourrait se développer afin de prendre cette part de marché, autant à l'échelle québécoise que canadienne.

8.4 DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR LAITIER

Le secteur laitier ovin est le grand orphelin de cette industrie. Tout reste à faire pour permettre son développement. Actuellement, les entreprises réclament une meilleure concertation des intervenants du secteur québécois de la brebis laitière, ce qui leur offrirait une meilleure représentativité auprès des différentes instances. De plus, des efforts devront être faits afin de mieux encadrer cette production et de lui fournir les outils lui permettant de développer son plein potentiel. À ce compte, on peut inclure un accès à la génétique appropriée, l'organisation du transport du lait et une meilleure mise en valeur de la qualité des produits de lait de brebis auprès de la population. Il faut noter que le marché des fromages fins est en croissance, le fromage de brebis ne faisant pas exception. Quelques transformateurs importants désirent entreprendre une transformation, mais ils manquent de matière première.

8.5 ORGANISATION DU MARCHÉ

Le développement de l'industrie par la conquête de nouveaux marchés et la venue de l'Agence de vente des agneaux lourds (et les développements à prévoir dans les autres types de production) obligent les acheteurs à être plus efficaces.

De plus, il est important, comme la FPAMQ prévoit le faire, d'organiser la mise en marché dans l'agneau de lait et l'agneau léger afin d'éviter une pression indue sur le marché de l'agneau lourd et de mettre en place une classification dans ces deux types d'agneau. Une bonne grille de classification devrait répondre aux besoins des consommateurs. C'est pourquoi il serait important que des incitatifs significatifs (boni sur la grille de classification) soient offerts pour un agneau répondant aux besoins du marché.

Finalement, selon ce qui est observé en Ontario, il serait adéquat d'établir un prix spécifique répondant mieux aux catégories de poids demandées dans l'agneau lourd.

9 BIBLIOGRAPHIE

AC NIELSEN CANADA. *Dépenses alimentaires des québécois, compilations spéciales*, 2001-2008.

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *Aperçu statistique sur les moutons et agneaux Canada*, de 2000 à 2008.

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *Revue du marché des bestiaux annuel*, de 2000 à 2007. [www.agr.gc.ca/redmeat/main_f.htm] (Consulté le 20 octobre 2008).

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA. *Tendances alimentaires au Canada d'ici 2020. Perspective de la consommation à long terme*, juillet 2005.

CENTRE D'EXPERTISE EN PRODUCTION OVINE DU QUÉBEC. *Mémoire présenté à la CAAAQ*, 2007.

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES COÛTS DE PRODUCTION EN AGRICULTURE. *Analyse comparative des entreprises ovines suite à la réalisation du coût de production des agneaux en 2006, au Québec*, 2008.

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES COÛTS DE PRODUCTION EN AGRICULTURE. *Étude sur le coût de production de l'agneau en 2006 au Québec*, 2008.

CENTRE DE RECHERCHE INDUSTRIELLE DU QUÉBEC. *icriq.com*. [www.icriq.com/fr/] (Consulté en mai 2008).

CENTRE DE RÉFÉRENCE EN AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC. *Guide production ovine*, 2000.

CENTRE DE RÉFÉRENCE EN AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC. *Symposium ovin 2002 : Voyez qui mange cet agneau – Regard critique sur la réalité du consommateur*. [www.agrireseau.qc.ca/ovins/Documents/Michaud_final.pdf].

CENTRE DE RÉFÉRENCE EN AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC. *Trousse de démarrage en production ovine*, 2^e édition, 2002.

CENTRE D'EXPERTISE EN PRODUCTION OVINE DU QUÉBEC. *Étude sur l'analyse des points critiques relatifs à la qualité de l'agneau lourd*, mai 2007.

CHRISTOPHERSON, GARY et THE INNOVATION NETWORK. *An Examination of Sheep Industry Markets in Alberta and Central Marketing Model Development*, préparé pour l'Alberta Sheep and Wool Commission, novembre 2005.

FÉDÉRATION CANADIENNE DU MOUTON. *L'agneau canadien : Plus de protéines, mais moins de gras et de calories que celui de la Nouvelle-Zélande ou des États-Unis*, communiqué de presse, 27 avril 2007.

GEORGE MORRIS CENTRE. *Analyse des perspectives de marché de l'industrie canadienne de l'agneau*, préparé pour la Fédération canadienne du mouton, 2007.

GUILBAULT ET ASSOCIÉS. *Études sur les habitudes de consommation et d'achat de l'agneau du Québec*, préparé pour la Fédération des producteurs d'agneau et de mouton du Québec, 2002.

GIRA. PERSPECTIVE ET STRATÉGIE. [www.girafood.com/data/fr/home.asp] (Consulté en avril 2008).

INDUSTRIE CANADA. *Performance Plus, Profils des petites entreprises, Élevage des moutons*, 2000, 2002 et 2004.

INSTITUT DE L'ÉLEVAGE. *Les filières ovines et caprines dans le monde*, 2008.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Données du commerce international, 2000 à 2008 1^{er} trimestre*. (Compilation du 14 juillet 2008).

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Le bilan démographique du Québec, 1971-2007*.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Mouvement de la population, Québec, 1971-2007*.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Population totale selon les confessions les plus importantes, Québec, 2001*.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Statistiques principales du secteur ovin, Québec*. [<http://www.bdso.gouv.qc.ca>] (Consulté en mai 2008).

LA FINANCIÈRE AGRICOLE DU QUÉBEC. *Programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA), Historique général et historique du produit agneaux, de 2001 à 2006*.

LA FINANCIÈRE AGRICOLE DU QUÉBEC. *Tableau résumé des informations administratives et économiques, Agneaux*. [www.fadq.qc.ca/fileadmin/cent_docu/stat/asra/tab1_resu_info_admi_econ/agn.pdf] (Consulté le 30 octobre 2008).

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION. *Esquisse de l'analyse de l'industrie ovine au Québec*, 2002.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION. *Étude sur le coût de production de l'agneau en 2002 au Québec*, janvier 2004.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION. *Fiches d'enregistrement des exploitations agricoles du Québec, 2000, 2004 et 2007*.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION. *Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 et 2007*.

MYFARMBUSINESS.COM. *Le marketing de l'agneau*, 2007.

OFFICE DE L'ÉLEVAGE. *Le marché des produits laitiers, carnés et avicoles en 2006 et 2007 : Le marché des ovins dans le monde*, France. [<http://www.office-elevage.fr/publications/marche2006/Ovins/OV-MONDE.pdf>].

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES. *Stat Extracts, Perspectives agricoles, Bilans par produits 1970-2016*.

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES. *OECD-FAO Agricultural Outlook 2007-2016*.

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE. *Perspectives de l'alimentation – Analyse des marchés mondiaux, Statistiques sur la viande ovine*. [www.fao.org/docrep/010/ah876f/ah876f14.htm#216] (Consulté en mars 2008).

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE. *Banques de données statistiques (FAOSTAT)*. [faostat.fao.org] (Consulté le 22 septembre 2008).

RÉGIE DES MARCHÉS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DU QUÉBEC. *Décisions 7594, 7645, 7672, 8012, 8033, 8704, 8709, 8710, 8816*, d'octobre 2002 à juin 2007.

RÉGIE DES MARCHÉS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DU QUÉBEC. *Évaluation périodique des interventions de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec dans la mise en marché*, rapport de décembre 2003.

RÉGIE DES MARCHÉS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES DU QUÉBEC. *Rapport annuel de gestion*, de 2000-2001 à 2006-2007.

STATISTIQUE CANADA. *Consommation des aliments au Canada*, partie 1, catalogue 32-229.

STATISTIQUE CANADA. *Dépenses alimentaires au Canada*, catalogue 62-544.

STATISTIQUE CANADA. *Évolution de la quantité produite, compilation spéciale*, mars 2008.

STATISTIQUE CANADA. *Évolution des abattages d'animaux, compilation spéciale*, mars 2008.

STATISTIQUE CANADA. *Indicateurs de performances financières des entreprises canadiennes, Petites entreprises Québec, Élevage de moutons*, de 2002 à 2006.

STATISTIQUE CANADA. *Indice des prix à la consommation des aliments achetés au magasin entre 2001 et 2006*, CANSIM tableau 326-0020.

STATISTIQUE CANADA. *Indice des prix des entrées dans l'agriculture*, CANSIM tableau 328-0014.

STATISTIQUE CANADA. *Production de viande ovine et recettes monétaires, compilation spéciale*, mars 2008.

STATISTIQUE CANADA. *Recensement agricole*, 2001 et 2006.

STATISTIQUE CANADA. *Recettes monétaires*, catalogue 21-011, mai 2008.

STATISTIQUE CANADA. *Statistiques de moutons*, catalogue 23-011-XIF.

STATISTIQUE CANADA. *Statistiques sur les aliments au Canada*, CD-Rom n° 23F00001XCB ou catalogue 21-020-XIF.

TABLE FILIÈRE OVINE. *Plan stratégique 2002-2005*, décembre 2001.

US DEPARTMENT OF AGRICULTURE. *National Agricultural Statistics Service*. [www.nass.usda.gov/] (Consulté le 22 octobre 2008).

US DEPARTMENT OF AGRICULTURE. *Data Sets*. [www.ers.usda.gov/Data/FoodConsumption/FoodAvailSpreadsheets.htm#mtredsu] (Consulté en mai 2008).

US DEPARTMENT OF AGRICULTURE. *National Nutrient Database for Standard Reference*. [www.nal.usda.gov/fnic/foodcomp/search/] (Consulté le 10 novembre 2008).

ANNEXE NOMBRE DE BREBIS ET D'AGNELLES PAR STRATE ET PAR RÉGION ADMINISTRATIVE EN 2006

Région administrative	Nombre entreprises ovines						Total
	1-50	51-100	101-200	201-300	301-400	401 et +	
Bas-Saint-Laurent (1)	29	38	64	34	19	56	240
Saguenay—Lac-Saint-Jean (2)	22	22	13	9	3	8	77
Capitale-Nationale—Côte-Nord (3)	23	13	7	2	3	2	50
Mauricie (4)	13	9	15	4	2	2	45
Estrie (5)	30	40	39	7	8	18	142
Montréal-Laval-Lanaudière (6-13-14)	28	19	15	2	1	1	66
Outaouais-Laurentides (7)	70	34	29	9	1	1	144
Abitibi-Témiscamingue—Nord-du-Québec (8)	13	15	17	10	7	9	71
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine (11)	10	4	7	3	3	5	32
Chaudière-Appalaches (12)	43	29	27	8	6	6	119
Montérégie-Est (16E)	47	38	9	7	5	3	109
Montérégie-Ouest (16O)	33	19	15	6	2	4	79
Centre-du-Québec (17)	28	31	25	14	6	12	116
Total	389	311	282	115	66	127	1 290

Source : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles du Québec, 2007



Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec



08-0171 Photographies : ALCQ, CILQ, Pierre Beauchemin, THQ, Étienne Boucher et Éric Labonté, MAPAQ.

