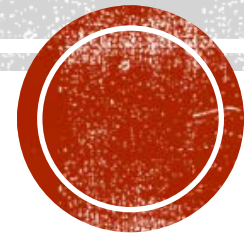


# PLAN STRATÉGIQUE SECTEUR CAPRIN 2017-2022

Présenté par Sylvie Nadon agr, M.Sc.  
Producteurs de lait de chèvre du Québec,  
Journée INPACQ Caprins, 23 janvier 2018



L'élaboration du plan stratégique a été rendue possible grâce à la contribution financière du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

# L'ÉQUIPE

- **Accompagnateur:**
  - Bernard Belzile, agroéconomiste, Services conseils Bernard Belzile Inc.
- **Organisme responsable:**
  - Syndicat des producteurs de chèvres du Québec
- **MAPAQ:**
  - Renée Lalancette et Geneviève Maher
- **Agriculture et agroalimentaires Canada**

# LES TROIS SOUS-SECTEURS

## Mohair

- Anne-Marie Blouin, présidente,
- Chantal Hébert, productrice,
- Normand Legault, producteur.



## Boucherie



- Lionel Bédard, ex-président, Regroupements des éleveurs de chèvres de boucherie du Québec
- Yvette Levasseur, coordonnatrice du comité boucherie (SPCQ)

## Lait

### SPCQ :

- Christian Dubé, président,
- Sylvie Girard, productrice,
- Sylvie Nadon, coordonnatrice aux opérations.

### SECLRQ :

- Sophie Girouard, productrice,
- Raynald Dubé,

### Transformateurs:

- Laiterie de Coaticook,
- Agropur,
- Laiterie Chalifoux-Riviera.

# MOHAIR

## Quelques faits :

- Présence d'un noyau de producteurs expérimentés (60% des entreprises étaient en production depuis plus de 11 ans en 2014, selon une étude de Forest Lavoie Conseil)
- La majeure partie du revenu des producteurs provient d'activités non agricoles.
- Les producteurs commercialisent la fibre mohair principalement sous forme de produits finis (transformation secondaire).
- Les produits sont transformés sur la ferme ou par des artisans locaux (activités de transformation collective) et revendus à la ferme.
- La demande de fibre mohair est stable et même en croissance modérée. Le secteur s'attend à devoir adapter sa production afin de pouvoir répondre à l'année à la future demande.

# MOHAIR

## Principales forces

- Très bonne connaissance de la production. Base d'éleveurs compétents et expérimentés.
- Qualité de la formation et des services-conseils en particulier en ce qui concerne les soins vétérinaires et l'insémination artificielle.
- Structure de transformation collective au service des éleveurs.
- Association dynamique et porteuse de projets d'amélioration de la production et de la commercialisation.
- Pertinence de l'appui gouvernemental en recherche et développement.

## Principales faiblesses

- Les réseaux de distribution et d'approvisionnement des magasins.
- Plafonnement de la taille des troupeaux en raison d'une commercialisation à la ferme, ce qui augmente l'instabilité financière.
- Insuffisance du cheptel québécois et de la relève pour expansion vers une commercialisation de masse.
- Production méconnue.

# MOHAIR

## Opportunités

- Les goûts et habitudes de consommateurs qui cherchent à encourager l'économie locale.
- Les consommateurs à la recherche de produits haut de gamme.
- L'amélioration des technologies de transformation.

## Menaces

- La fermeture des frontières pour l'achat/la vente d'animaux vivants et de semences importées/à exporter.
- L'engouement des consommateurs pour les fibres synthétiques de haute technologie, au détriment des fibres naturelles.

# MOHAIR

## PLAN D'ACTION

### **Chantier #1 : Amélioration de la qualité du cheptel québécois**

- Faire de la recherche et du développement appliqués en génétique et en insémination artificielle pour améliorer la transmissibilité des caractères améliorant la qualité de la fibre.

### **Chantier #2 : Amélioration de la santé du cheptel**

- Connaître les principales pathologies/parasites qui affectent le cheptel caprin et en assurer le contrôle.

# MOHAIR

## PLAN D'ACTION

### **Chantier #3 : Accélération de la croissance du cheptel**

- Favoriser le démarrage de nouvelles entreprises
- Soutenir la croissance des troupeaux existants

### **Chantier #4 : Développement des marchés**

- Soutenir la commercialisation à plus grande échelle de produits de mohair au Québec
- Accroître les activités collectives de transformation



# BOUCHERIE

## Quelques faits :

- La part de marché de la viande de chèvre par rapport à l'ensemble des principales viandes de spécialité (agneau, lapin, canard et chèvre) vendues au comptoir des viandes dans les grands magasins est passée de 13,5 % en 2007 à 0,1 % (presque rien) en 2015.
- La production québécoise de viande de chèvre au Québec entre 2010 et 2015 s'est stabilisée autour de 12 % de la production canadienne, tandis que la part de l'Ontario approchait les 70 %.
- Pour l'abattage des chèvres, le Québec compte sur un réseau de 4 abattoirs sous permis fédéral, 11 abattoirs sous inspection provinciale permanente (permis A1) et 19 abattoirs de proximité. Ces deux dernières catégories ont abattu respectivement 3749 et 3025 têtes (chèvres et chevreaux) en 2015.

# BOUCHERIE

## Quelques faits :

- Le nombre de caprins abattus au Québec a diminué de 11 % entre 2010 et 2015.
- En plus des carcasses entières et en découpe, la viande de chèvre et chevreau se retrouve en de nombreux produits de charcuterie. À lui seul, Aliments Québec certifie 8 produits à base de cette viande.
- En 2016, 54 éleveurs déclaraient la production de chevreaux de boucherie comme étant l'activité principale de leur entreprise (en légère hausse par rapport aux 50 de 2010). Ces éleveurs déclaraient un cheptel de 2 266 chèvres de boucherie, soit une moyenne de 42 chèvres par élevage.

# BOUCHERIE

## Quelques faits :

- 25% des chevreaux de boucherie et 58 % des chevreaux laitiers sont vendus à l'encan.
- Le prix estimé des chevreaux de boucherie se situait autour de 15 \$/kg (ordre de grandeur), base carcasse en 2014.
- En 2013, 70 % des chevreaux de boucherie vendus étaient des chevreaux lourds (45 kg poids vifs)
- Le prix des chèvres adultes vendues à l'encan a augmenté de 92 % et celui des boucs adultes de 61 % entre 2010 et 2016 au Québec.
- Les principaux canaux de commercialisation des chevreaux sont l'encan et la vente directe, soit à la ferme ou soit dans les marchés publics.

# BOUCHERIE

## Principales forces

- L'expérience acquise par certains producteurs et intervenants engagés dans la transformation et la mise en marché de produits à base de viande caprine.
- Le produit est présent sur plusieurs marchés de proximité.

## Principales faiblesses

- Méconnaissance de la viande de chevreau par les consommateurs.
- L'absence de viande de chevreau dans les grands magasins.
- Méconnaissance des coûts de production et des conditions de rentabilité de l'élevage des différents types de chevreaux destinés à la boucherie, incluant le chevreau laitier.

# BOUCHERIE

## Principales forces

- L'existence d'un programme de formation sur différents aspects de l'élevage; ce programme semble apprécié des producteurs et répondre à un besoin.

## Principales faiblesses

- La faible taille et spécialisation des entreprises; la part des revenus associés à l'élevage caprin ne représenterait que 27 % des revenus globaux des entreprises.
- L'absence de système de classification permettant d'évaluer la qualité des carcasses bloque l'entrée de la viande caprine dans certains réseaux de distribution.
- Absence de grands transformateurs-distributeurs dans la filière

# BOUCHERIE

## Opportunités

- Le marché des chevreaux de boucherie ne serait comblé qu'à 50 % par la production québécoise.
- La présence croissante d'une population immigrante habituée à consommer de la viande caprine.
- Des tendances sociétales favorables aux découvertes gustatives, aux viandes exotiques, à la naturalité, à l'alimentation santé et maigre, etc. offrent un potentiel de croissance pour la demande de viande de chevreaux.
- La sortie du secteur boucherie du plan conjoint des producteurs de chèvres est une occasion pour les producteurs de ce secteur de revoir l'organisation de la mise en marché?

## Menaces

- L'importation de viande à moindre coût.

# BOUCHERIE

## PLAN D'ACTION

### **Chantier #1 : L'amélioration des conditions de mise en marché du chevreau**

- Regrouper les producteurs pour qu'ils travaillent ensemble à la promotion et la mise en marché de leurs produits.
- Mieux connaître les marchés à desservir et les caractéristiques des produits recherchés par les différentes clientèles
- Identifier les processus de mise en marché les plus appropriés selon la clientèle visée
- Regrouper l'offre selon les types de chevreaux (laitier – boucherie – lait, léger et lourd)
- Promouvoir la viande de chevreau – les chefs – les salons – les dégustations – publicité

# BOUCHERIE

## PLAN D'ACTION

### **Chantier #2 : Le développement des entreprises et de la production**

- Poursuivre les efforts pour accroître la compétence des éleveurs en alimentation, génétique, santé, régie, aménagement de bâtiments, etc.)
- Aider les producteurs à connaître leur coût de production et les performances de leurs troupeaux et à établir le plan de développement des entreprises



# LAIT

## Quelques faits :

- Au Québec, 108 producteurs déclaraient la production de lait de chèvre comme étant leur activité principale en 2016. Ces entreprises déclaraient un cheptel de 15 794 chèvres laitières, soit une moyenne de 146 têtes par troupeau.
- Le volume de lait de chèvre transformé au Québec a fluctué entre 10,3 à 11,5 millions de litres entre 2010 et 2015. En comparaison, l'Ontario a transformé 43,2 millions de litres de lait de chèvre en 2015.
- La part de marché canadien occupé par le Québec est passée de 28 à 21 % entre 2010 et 2015. Cette perte de marché s'est faite au profit de l'Ontario qui a vu sa part passer de 72 % à 79 % durant la même période.
- Six transporteurs se partagent le transport du lait de chèvre aux usines dont quatre ne transportent que du lait de chèvre et deux sont des entreprises de transport de lait de vache qui ont développé des routes « chèvres ».
- Le Québec comptait 57 établissements de transformation de lait de chèvre, dont 22 producteurs-transformateurs.

# LAIT

## Quelques faits :

- Au Québec, 108 producteurs déclaraient la production de lait de chèvre comme étant leur activité principale en 2016. Ces entreprises déclaraient un cheptel de 15 794 chèvres laitières, soit une moyenne de 146 têtes par troupeau.
- Le volume de lait de chèvre transformé au Québec a fluctué entre 10,3 à 11,5 millions de litres entre 2010 et 2015. En comparaison, l'Ontario a transformé 43,2 millions de litres de lait de chèvre en 2015.
- La part de marché canadien occupé par le Québec est passée de 28 à 21 % entre 2010 et 2015. Cette perte de marché s'est faite au profit de l'Ontario qui a vu sa part passer de 72 % à 79 % durant la même période.
- Six transporteurs se partagent le transport du lait de chèvre aux usines dont quatre ne transportent que du lait de chèvre et deux sont des entreprises de transport de lait de vache qui ont développé des routes « chèvres ».
- Le Québec comptait 57 établissements de transformation de lait de chèvre, dont 22 producteurs-transformateurs.

# LAIT

## Principales forces

- Le cheptel québécois est de bonne qualité. La notoriété de la génétique de certains élevages québécois représente un atout non négligeable.
- Accès aux services de Valacta (contrôle laitier et services-conseils).
- Présence d'un troupeau caprin de qualité au Centre de recherche en sciences animales de Deschambault.

## Principales faiblesses

- La demande des transformateurs québécois est stagnante; le secteur ne profite pas de la croissance du marché observée en Ontario.
- Le manque d'harmonisation et de transparence entre les systèmes québécois et ontariens de mise en marché (prix et autres facteurs).
- La variabilité des coûts et de l'efficacité du système de transport.
- L'absence de moyens (classes de lait) permettant de diriger le lait vers les marchés les plus lucratifs et stimuler le développement de nouveaux produits.

# LAIT

## Principales forces

- Présence d'un noyau relativement stable de producteurs spécialisés et plus expérimentés (on estime à environ 20 % le nombre de producteurs comptant plus de 10 ans d'expérience).
- Les produits frais (lait, yogourt) et les fromages fins québécois ont une bonne réputation et une grande notoriété.

## Principales faiblesses

- Le système d'octroi des contrats liant directement le producteur avec le transformateur crée des iniquités entre les producteurs lors de variations de la demande annuelle des transformateurs. Il apporte un niveau de risque élevé également au transformateur, car ce dernier doit s'engager sur des volumes sans savoir comment se développera son marché, ce qui nuit à l'innovation.

# LAIT

## Principales forces

- Présence d'une grande variété de fromages et autres produits innovants à base de lait de chèvre.

## Principales faiblesses

- La qualité du lait (composantes et innocuité) peut être améliorée.
- Le haut taux de roulement du personnel du Syndicat a un impact négatif sur le service offert.
- Les coûts de production élevés, la santé financière fragile des fermes et le caractère « à temps partiel » et non viable de plusieurs entreprises.
- Le lait de chèvre demeure un créneau secondaire pour les grandes usines de transformation du Québec.

# LAIT

## Opportunités

- La demande croissante pour les produits laitiers caprins sur le marché canadien et mondial.
- La possibilité d'augmenter les volumes de production pour répondre à la demande de transformateurs à l'extérieur du Québec.
- Le projet de l'entreprise chinoise Feihe d'implanter une usine de fabrication d'aliments pour nourrissons pourrait, s'il se concrétise, représenter une opportunité de marché très importante.

## Menaces

- Le développement accéléré du secteur caprin en Ontario peut aussi être vu comme une menace pour les parts de marchés détenus par les producteurs québécois.
- Le risque de désintéressement des transformateurs québécois si les conditions d'approvisionnement en lait de chèvre ne s'améliorent pas.
- L'entrée de fromages de spécialité découlant de l'accord commercial Canada – UE pourrait gruger des parts de marché aux fromages d'ici.

# LAIT

## Opportunités

- Le nouveau cadre stratégique canadien en cours d'élaboration pourra être une source de financement importante pour les projets du secteur.
- La croissance du secteur caprin en Ontario et l'implantation éventuelle de l'entreprise Feihe pourraient offrir des opportunités de marchés pour les sujets de remplacement et les reproducteurs québécois.

## Menaces

- Le projet de l'entreprise chinoise Feihe, à cause de son ampleur, risque de déstabiliser le marché du lait de chèvre au Canada.
- Le manque de soutien financier risque d'amener les producteurs à délaissé le contrôle laitier et d'autres outils de suivi de performance.

# LAIT

## PLAN D'ACTION

- **Chantier # 1 : La coordination verticale de la filière caprine**
- **Chantier # 2 : Les conditions d'approvisionnement des usines de transformation**
- **Chantier # 3 : Le développement de marché**
- **Chantier # 4 : Le développement des entreprises et de la production**



# LAIT

## PLAN D'ACTION

- **Chantier # 1 : La coordination verticale de la filière caprine**
  - Mettre sur pied une structure de concertation réunissant les producteurs (Syndicat), les transporteurs, les transformateurs, les distributeurs, les gouvernements et autres structures d'appui au secteur caprin laitier.

# LAIT

## PLAN D'ACTION

- **Chantier # 2 : Les conditions d'approvisionnement des usines de transformation**
  - Mettre en place un nouveau lien d'affaire entre le PLCQ et les acheteurs de lait. Les ententes contractuelles d'approvisionnement se feront directement entre ses deux parties pour simplifier la lourdeur administrative des acheteurs.
  - Développer un nouveau système d'attribution du lait aux usines et de détermination du prix afin de mieux répondre aux besoins spécifiques des acheteurs en ce qui a trait aux volumes et à l'utilisation (produits fabriqués).
  - Développer et mettre en place, dans les règlements liant les producteurs et le PLCQ, un mécanisme favorisant que la production de lait soit mieux répartie mensuellement en fonction des besoins du marché.
  - Améliorer la qualité du lait livré aux usines

# LAIT

## PLAN D'ACTION

- **Chantier # 3 : Le développement de marché**
  - Explorer et profiter de nouvelles opportunités de marché
  - Harmoniser le prix du Québec à celui de l'Ontario

# LAIT

## PLAN D'ACTION

- **Chantier # 4 : Le développement des entreprises et de la production**
  - Augmenter la connaissance et l'utilisation des meilleures techniques d'élevage spécifiques à la chèvre, ce qui concerne l'alimentation, la reproduction, le contrôle des facteurs environnementaux, l'aménagement des bâtiments, la santé et le bien-être animal, etc.
  - Fournir aux producteurs des outils et des services pour les aider à mieux gérer leurs entreprises
  - Améliorer l'état de santé des troupeaux
  - Améliorer la génétique dans l'ensemble des troupeaux caprins
  - Mettre sur pied une pépinière de chevrettes pour augmenter la qualité sanitaire et génétique des chevrettes de remplacement et offrir une possibilité de démarrage de nouveaux élevages performants

# MOT DE LA FIN

- Beaucoup de travail pour chacun des sous-secteurs,
- 2017 = année de changement
- 2018 = un nouveau départ.



# REMERCIEMENTS

- Bernard Belzile, Services conseils Bernard Belzile Inc.
- MAPAQ
- Agriculture et agroalimentaires Canada
- AECAPSQ
- SECLRQ
- SPCQ
- Transformateurs
- Toutes les personnes ayant participé au plan stratégique !