



Portrait de la situation de l'élevage des grands gibiers

Fédération des éleveurs de grands gibiers du Québec
(FEGGQ)

Par Marylène Tessier, secrétaire générale

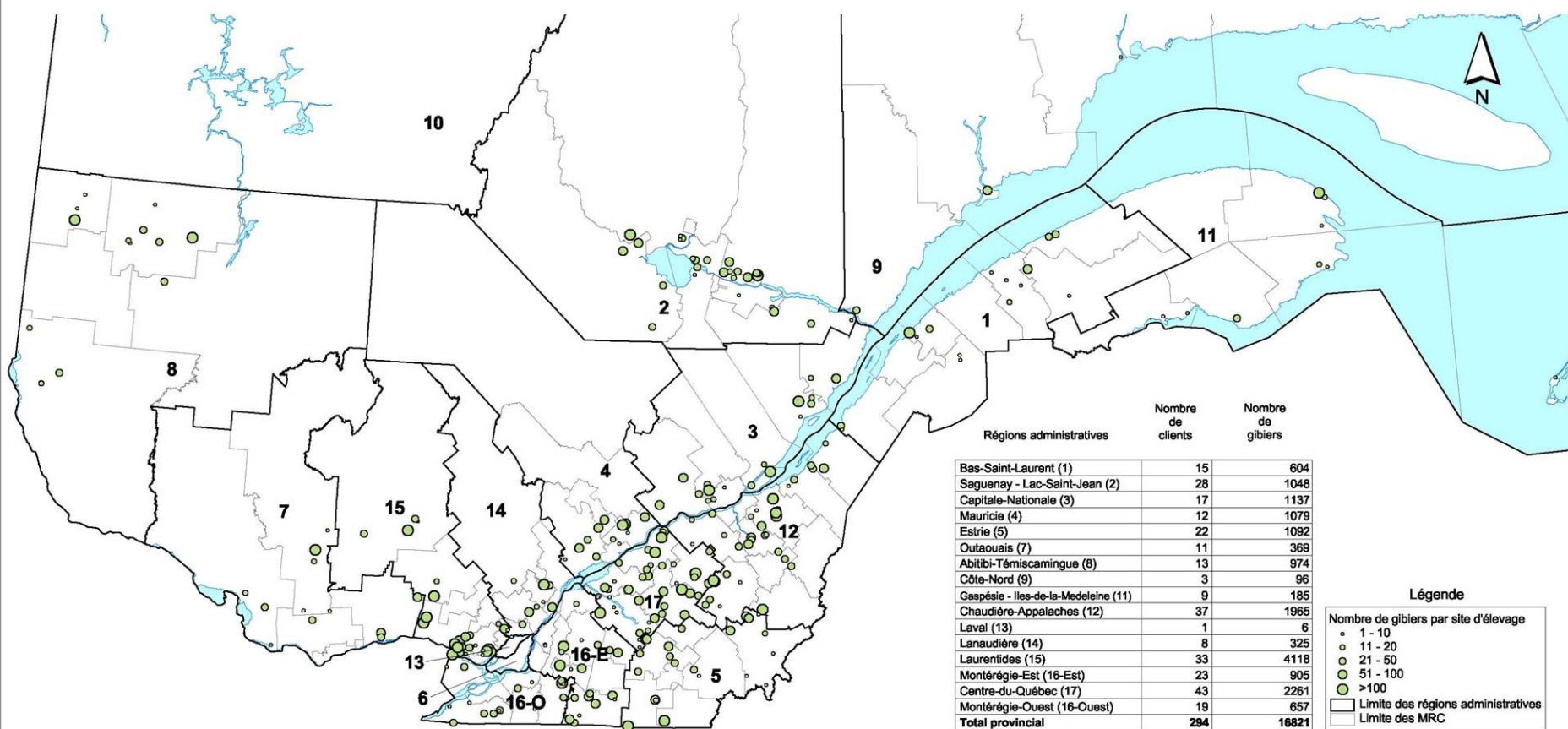
Le 26 octobre 2006

DISPERSION GÉOGRAPHIQUE DES ÉLEVAGES

Répartition des gibiers par site d'élevage
2006

Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec

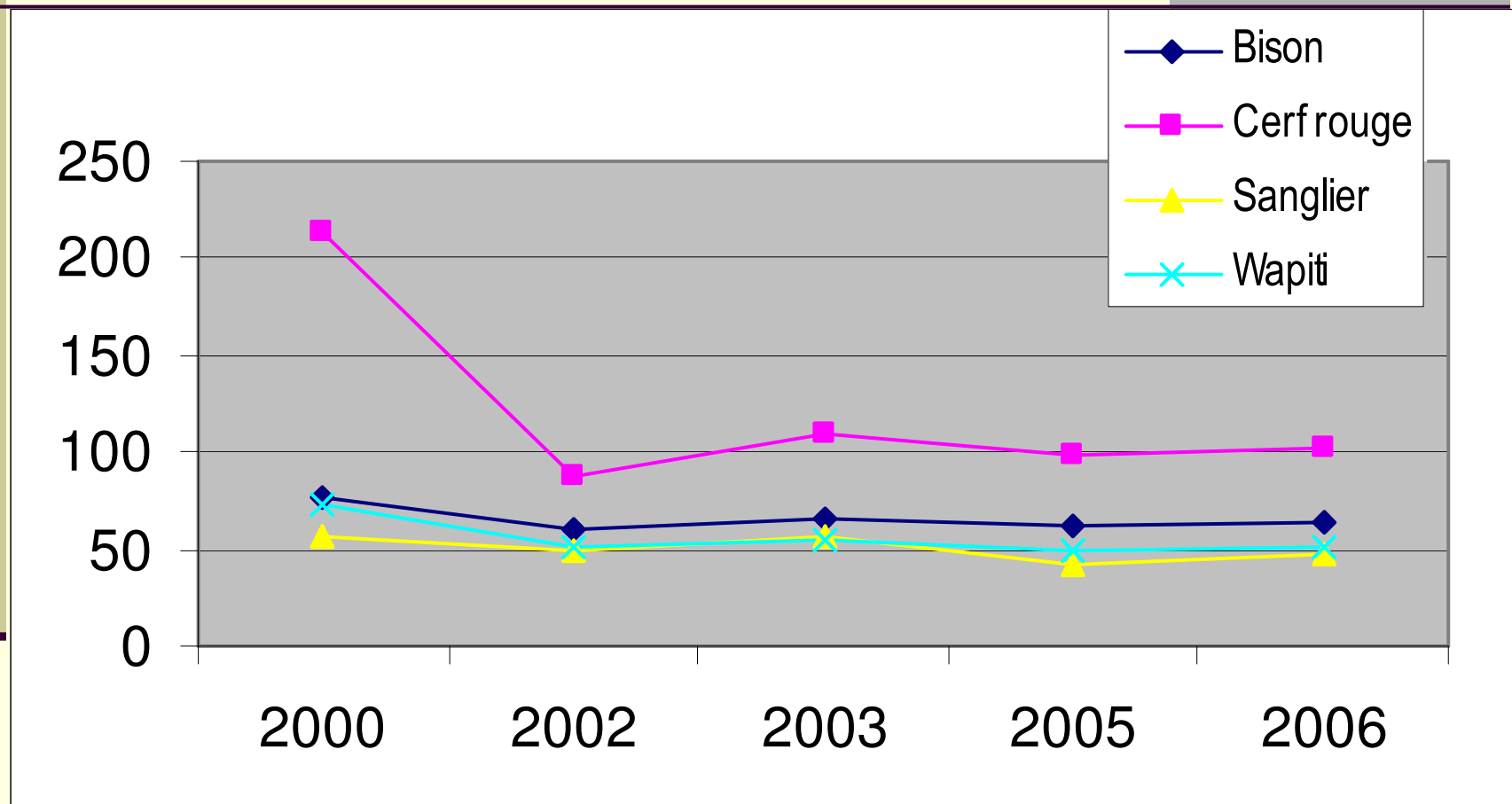


Sources : Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles du Québec au 12 janvier 2006

50 0 50 100 150 200 Kilomètres

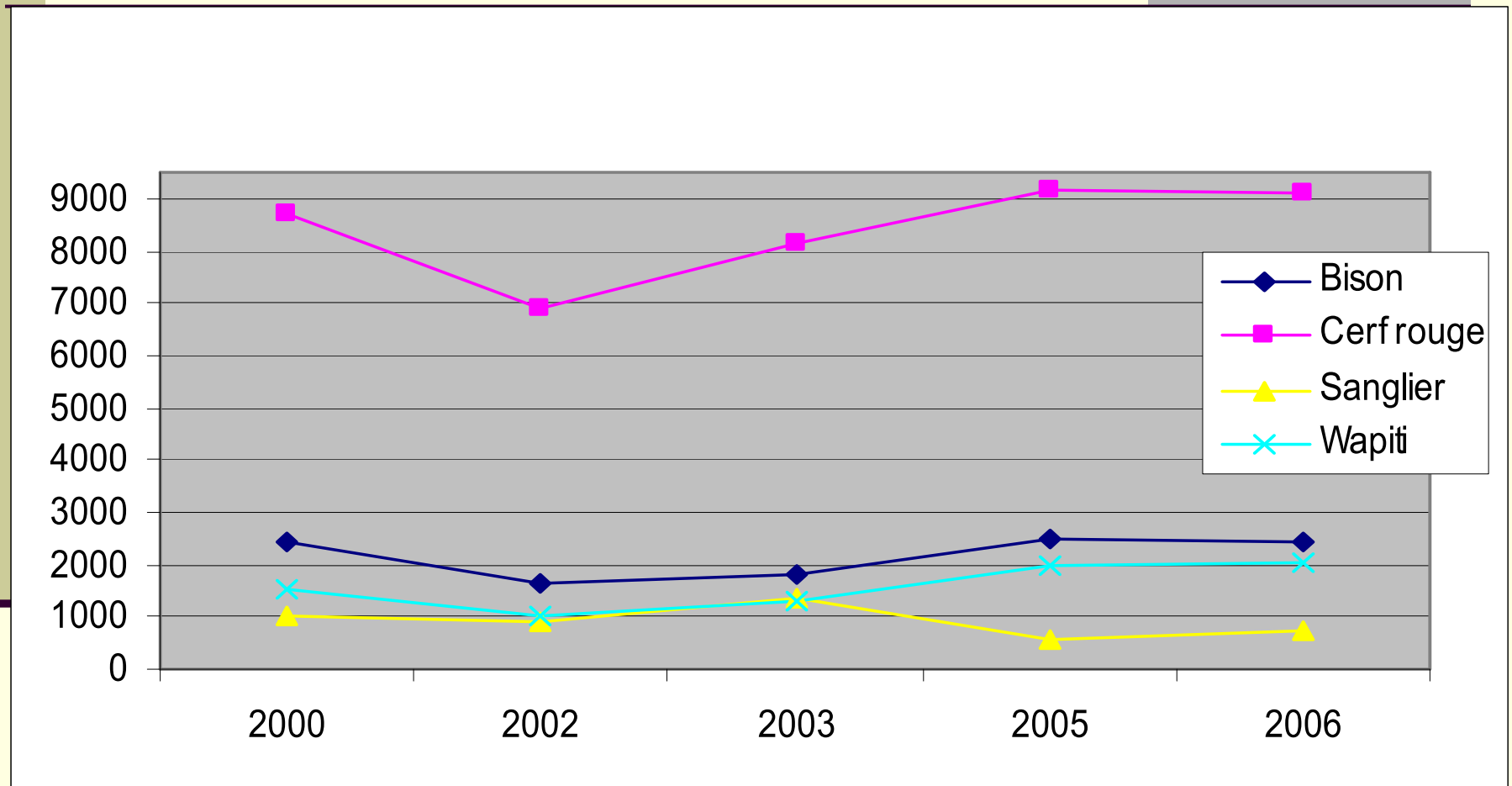
Préparé par : Marco Lavoie, DIST, juin 2006

Évolution du nombre de lieux d'élevage



Source: Fichier d'enregistrement du MAPAQ

Évolution du nombre de femelles



Source: Fichier d'enregistrement du MAPAQ

Résultats de l'enquête auprès des producteurs

- Octobre 2005
- Échantillon de départ: 292
- Échantillon corrigé: 229
- Enquête téléphonique
- Taux de réponse: **68 %**

Répondants	Non rejoints	Refus	Total
156 (68%)	26	47	229

Résultats de l'enquête auprès des producteurs

■ Profil des répondants à l'enquête

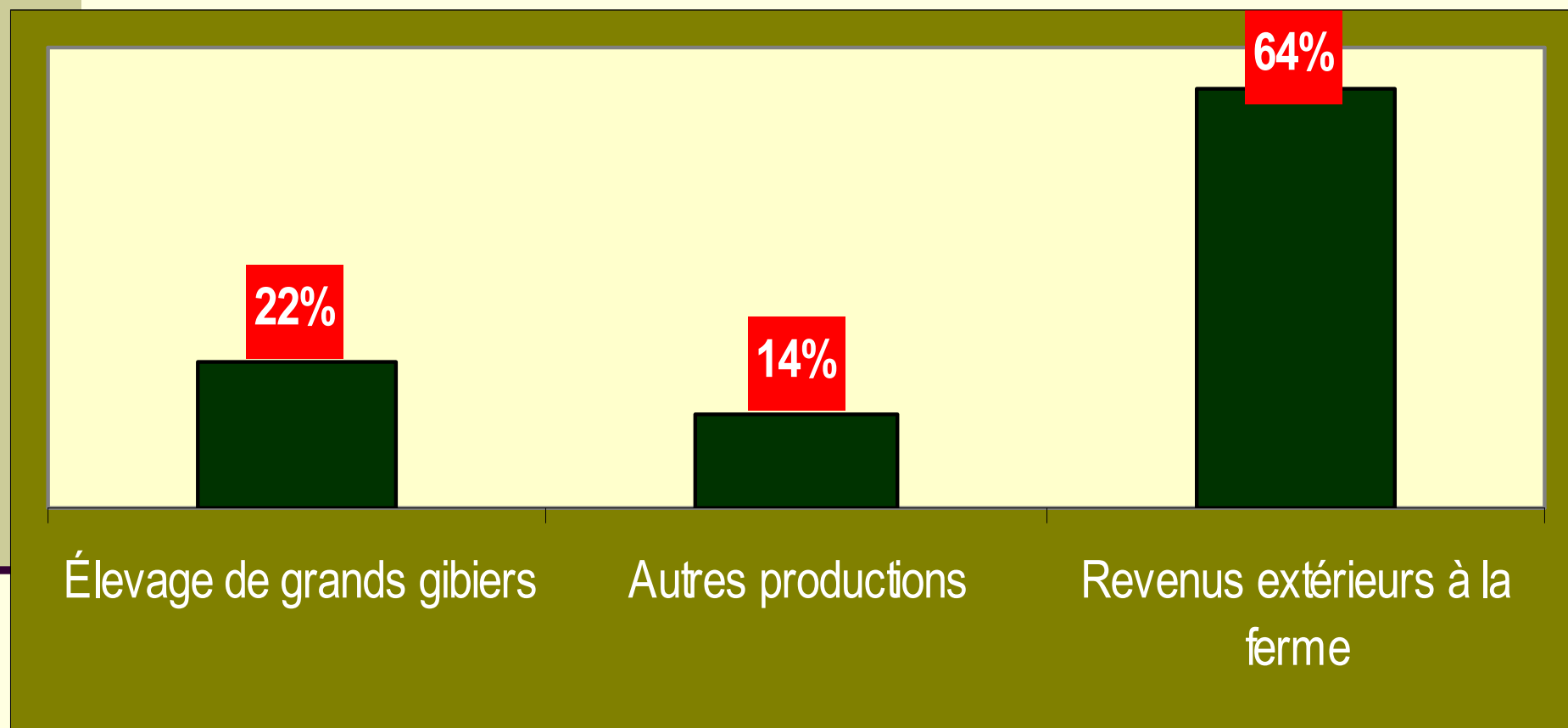
Espèce	Nombre de répondants	Volume du cheptel	
		50 têtes et - (%)	100 têtes et - (%)
Bison	40	70	85
Cerf rouge	61	32	56
Sanglier	18	61	72
Wapiti	37	54	76
Total	156		

Statut de producteur agricole

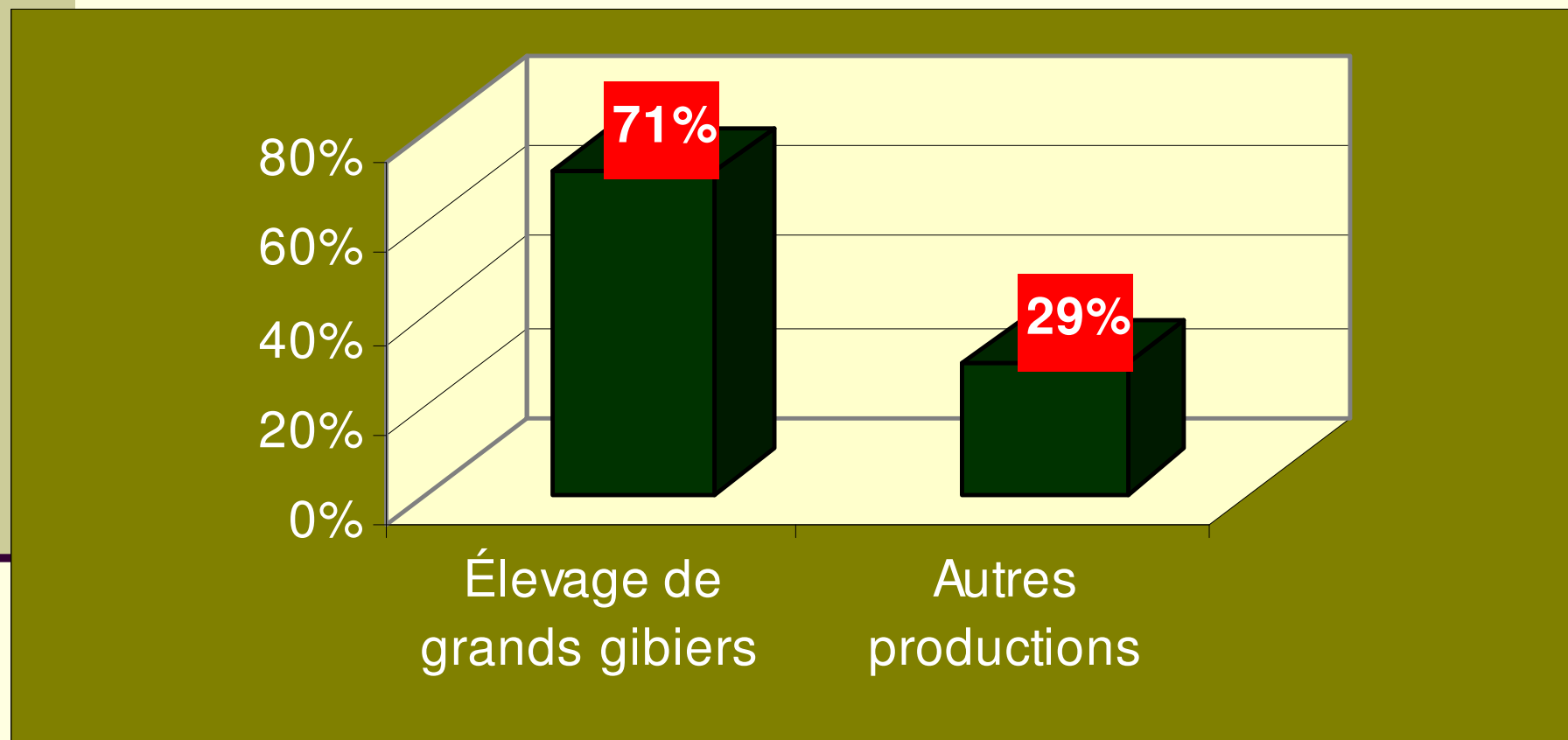
Parmi les 156 répondants au sondage :

- **91 %** ont le **statut de producteur agricole** reconnu au sens de la Loi sur les producteurs agricoles.

Principale source du revenu familial

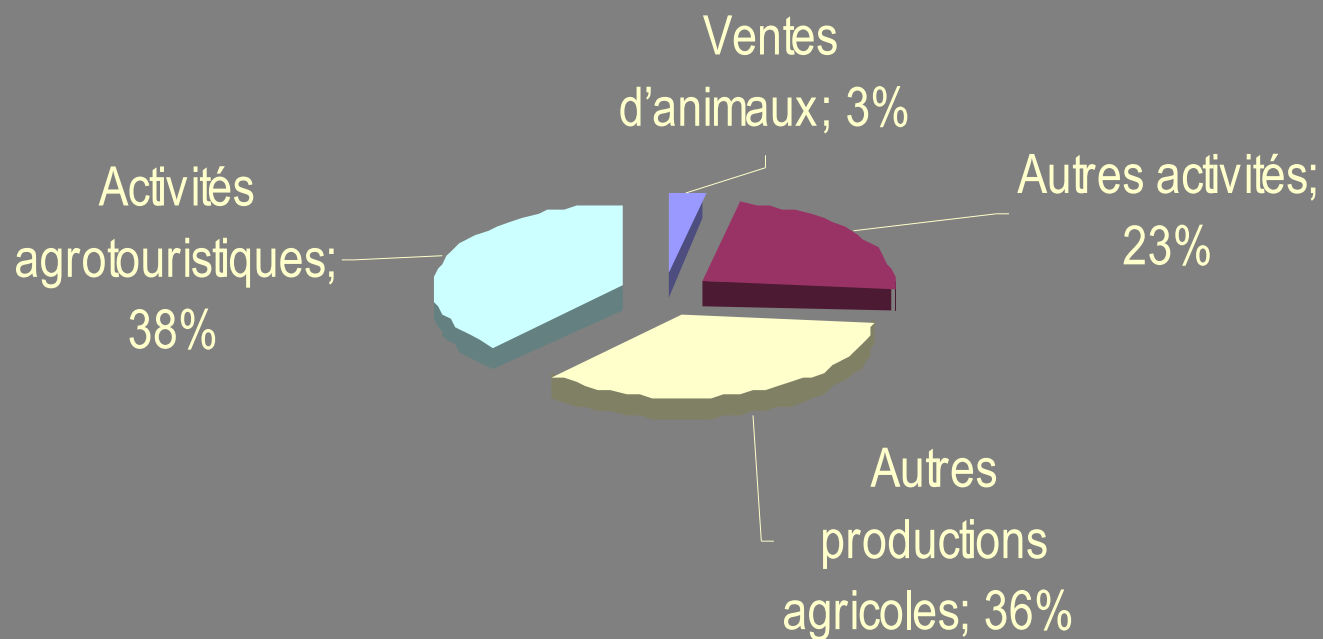


Principale source de revenu agricole



Activités à la ferme

- Parmi les 156 répondants au sondage, 59% ont d'autres activités commerciales sur leur ferme.

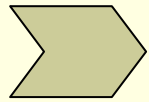


Situation économique des fermes

- Bref, les éleveurs de grands gibiers :
 - diversifient leurs activités à la ferme;
 - comptent sur un autre revenu (agricole ou familial) pour faire vivre la famille.
- **1 ferme sur 5 vit de l'élevage des grands gibiers.**

Abattage

- Les éleveurs font affaires avec:



29 abattoirs différents, répartis dans
12 régions du Québec.

Abattage

- Installations des abattoirs:
 - Adéquates pour 84 % des répondants.
 - Ce sont principalement des éleveurs de **wapitis** qui affirment que les installations sont inadéquates.

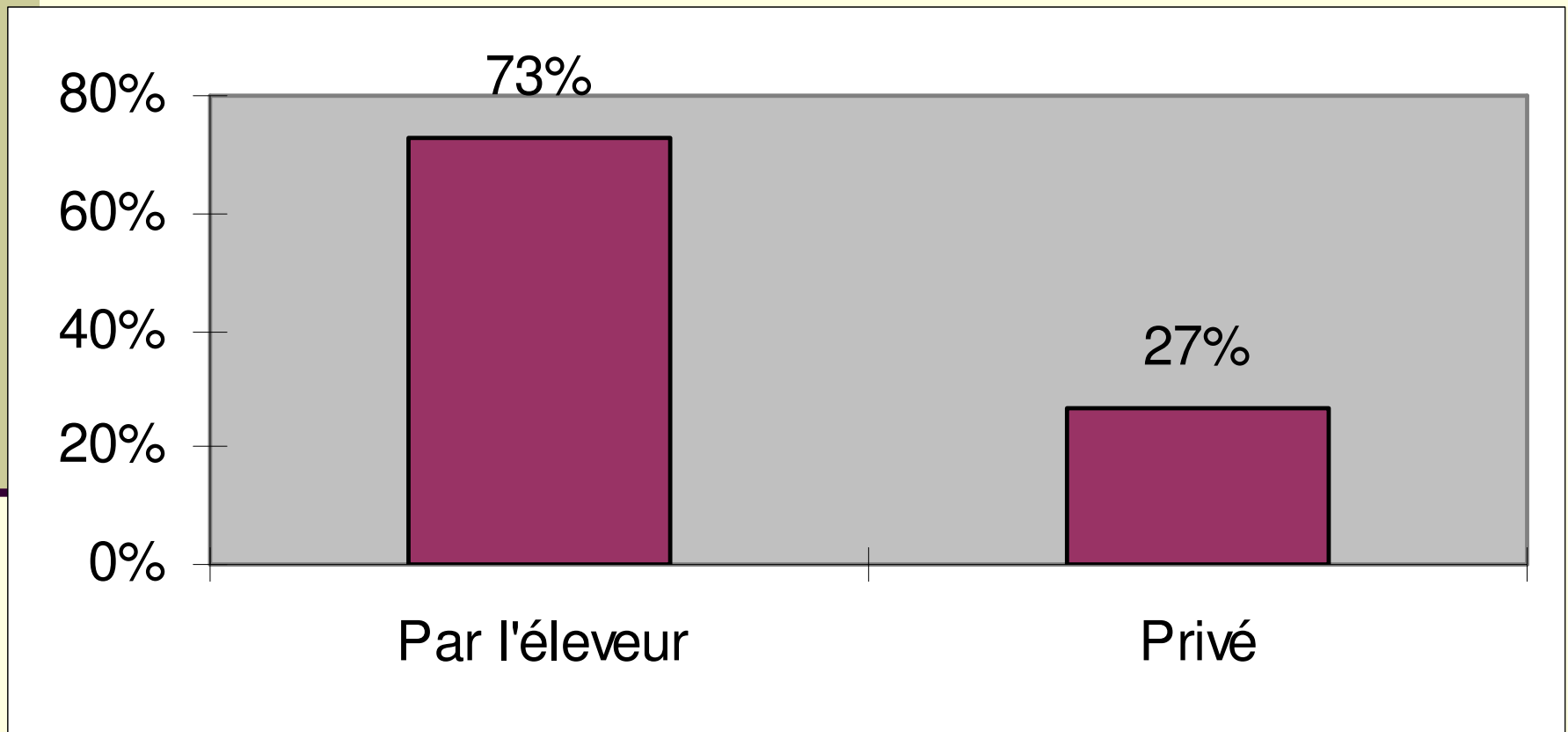
Abattage

Prix payé par abattage selon l'espèce

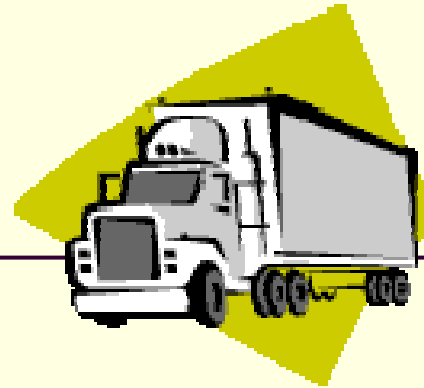
	Min. (\$)	Max. (\$)	Écart (\$)	Prix moyen (\$)
Bison	75	200	125	102
Cerf rouge	25	125	100	68
Sanglier	25	75	59	33
Wapiti	50	150	100	90

Transport

- Assumer majoritairement par les producteurs.

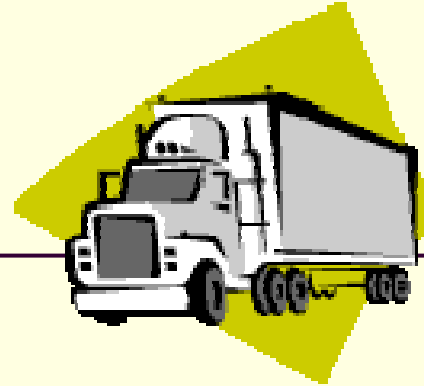


Transport



- Pour les éleveurs qui ont recours au service privé de transport des animaux (27%) :
 - Utilisent **une panoplie de transporteurs**;
 - Forme de tarification :
 - Au km (14 %)
 - Par bête (24 %)
 - **Par voyage (62 %)**

Transport

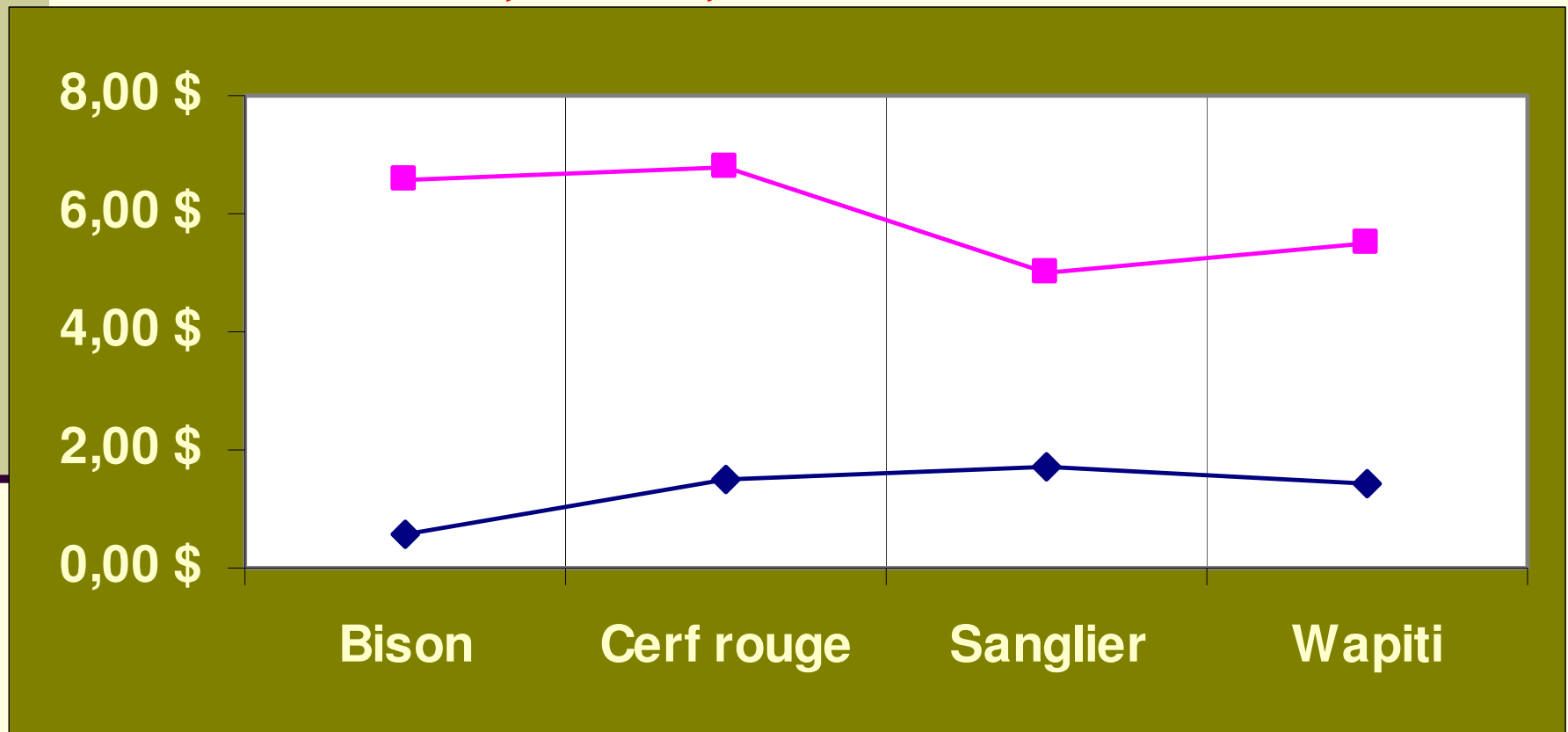


- Le coût varie beaucoup.
- Difficile d'établir une moyenne, la tendance :
 - 1\$ / kmou
 - 25 ou 50 \$ / bêteou
 - **100 ou 150\$ / transport**

Le prix sur le marché des grands gibiers

Prix obtenu :

■ Varie de **0,60 \$** à **6,80 \$** la livre carcasse



Le prix sur le marché des grands gibiers

Prix obtenu selon l'espèce :

	Bison (%)	Cerf rouge (%)	Sanglier (%)	Wapiti (%)
- de 2,50 \$	48	21	21	19
2,51 à 3,50 \$	39	28	36	37
3,51 à 4,00 \$	4	25,5	29	28
4,01 \$ et +	9	25,5	14	16
Total	100	100	100	100

Le prix sur le marché des grands gibiers

Prix obtenu : Ne correspond pas aux attentes de **67 %** des répondants.

	Prix moyen obtenu (\$)	Coût moyen de production* (\$)	Écart (\$)
Bison	2,74	3,83	-1,09
Cerf rouge	3,62	5,24	-1,62
Sanglier	3,39	<i>Inconnu</i>	<i>0,00</i>
Wapiti	3,45	7,74	-4,29

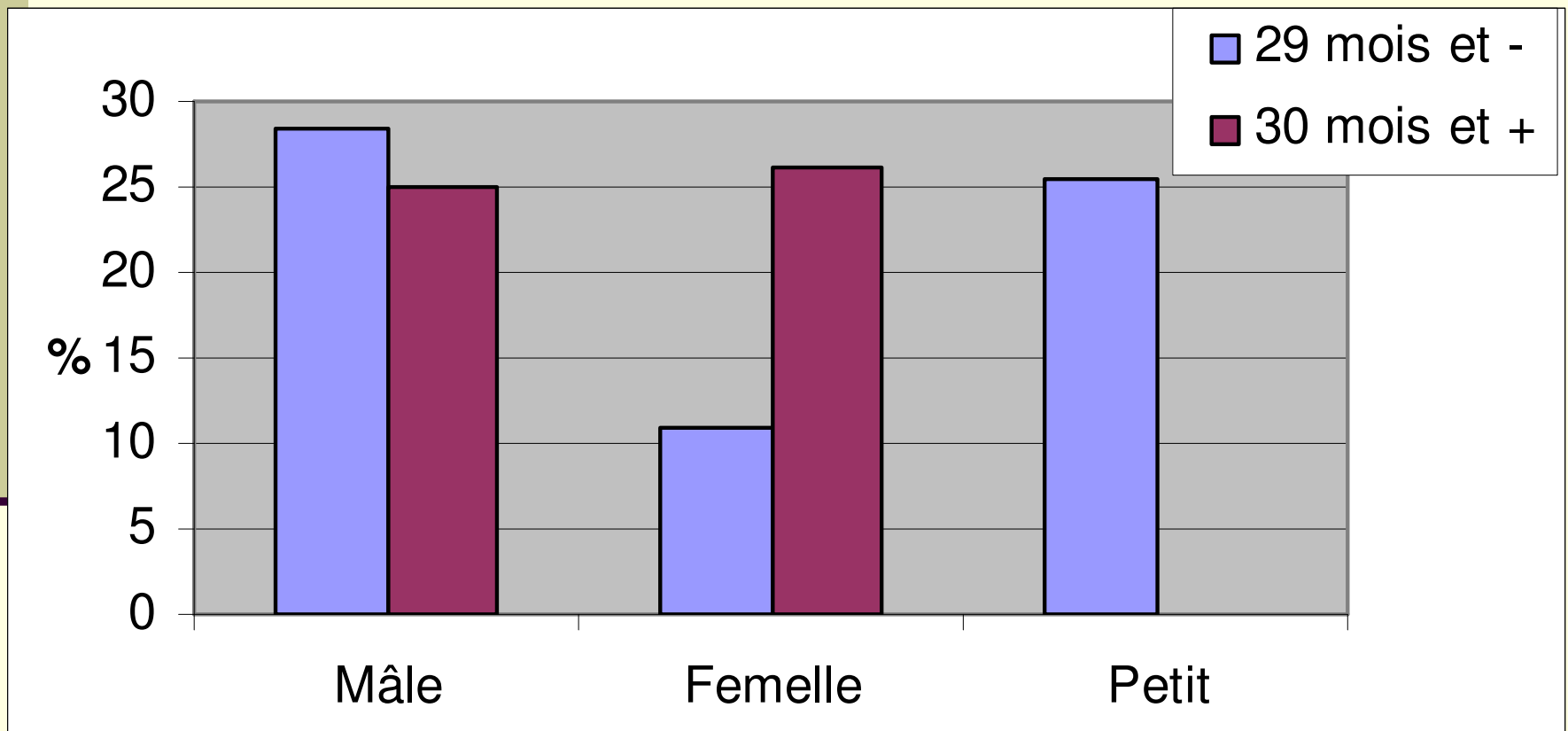
* Enquête du MAPAQ en 2003

Offre de grands gibiers (octobre 2005)

- Selon les répondants :
 - sur un cheptel total de **18 363** têtes :
 - **6 826** (37,2 %) sujets étaient **à vendre**.

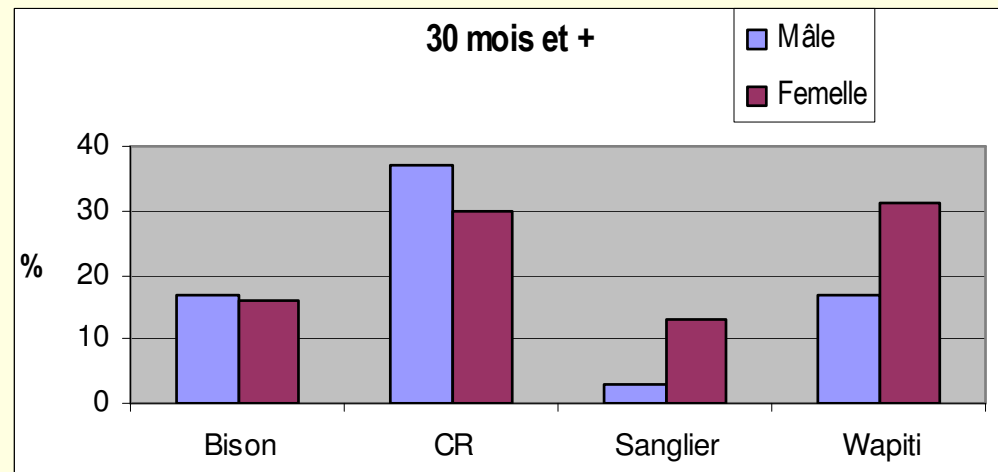
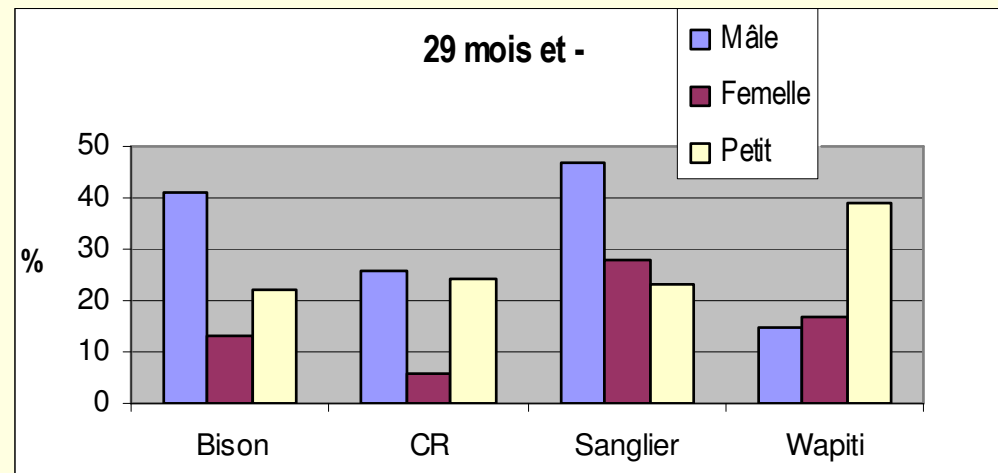
Offre de grands gibiers (octobre 2005)

■ Animaux à vendre selon le sexe et l'âge.



Offre de grands gibiers (octobre 2005)

Animaux à vendre selon le sexe, l'âge et l'espèce.

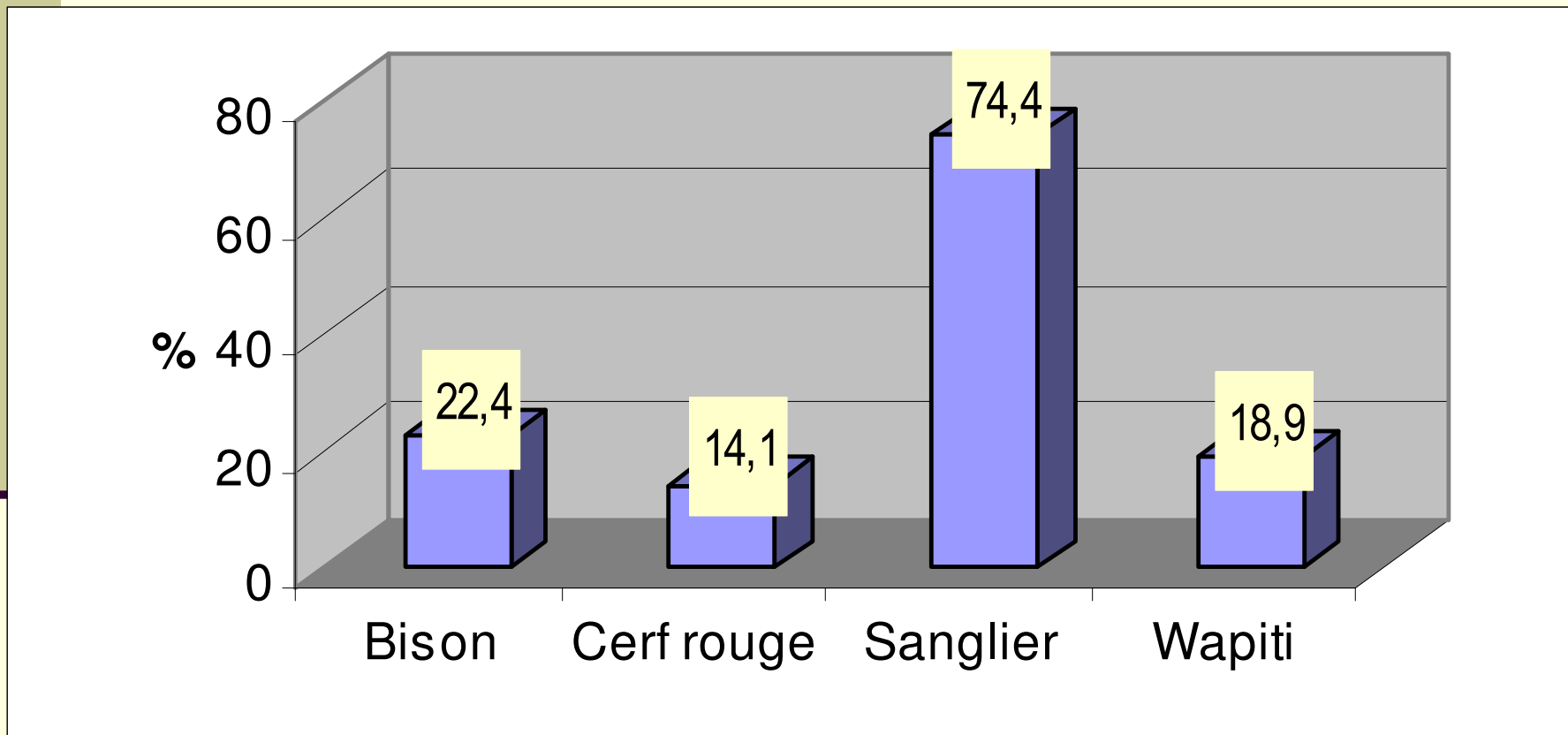


Évaluation de la demande selon les producteurs (1^{er} octobre 2005 au 31 décembre 2005)

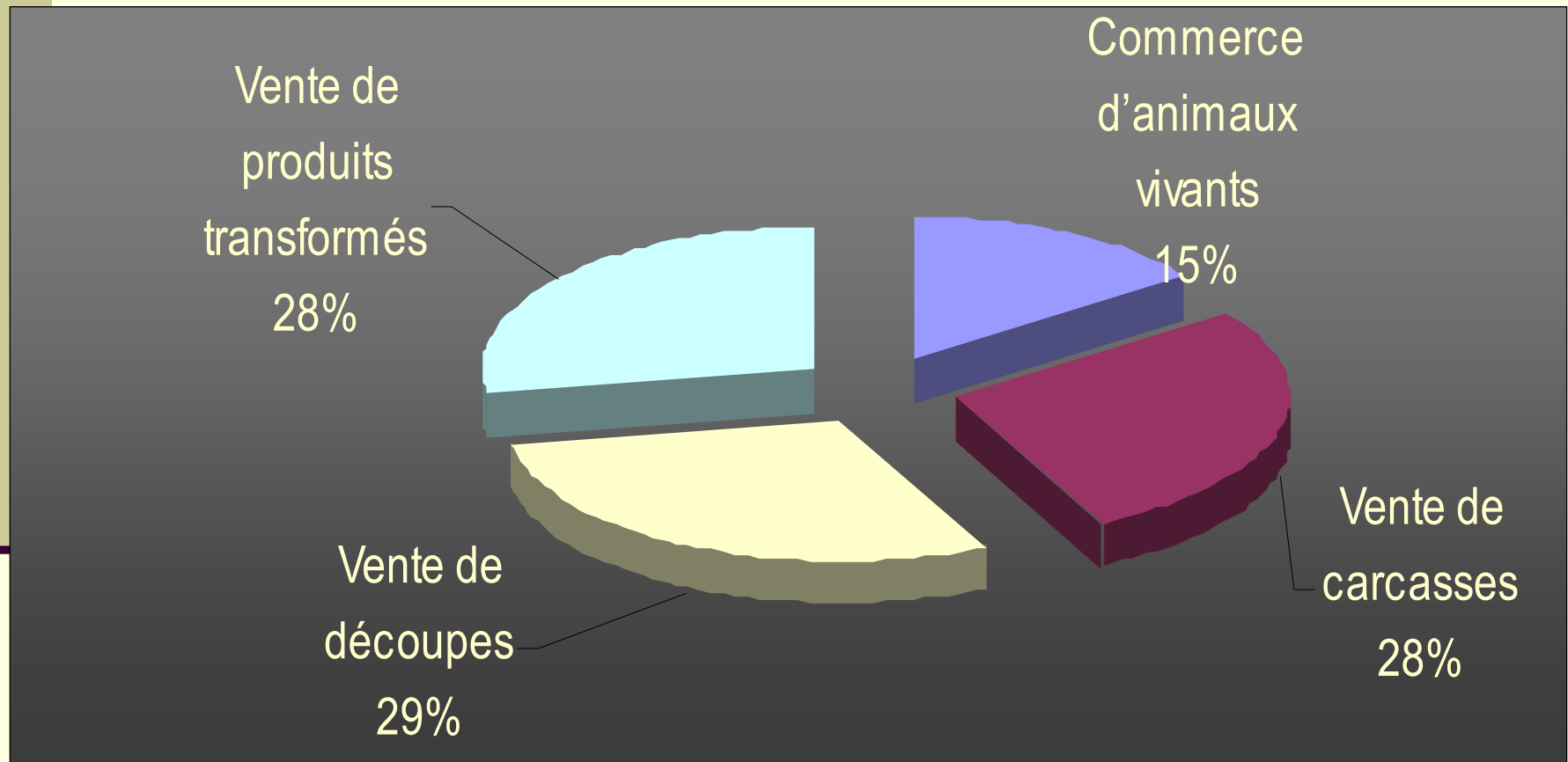
- Des **6 826** animaux à vendre, les producteurs ont dit avoir un acheteur pour :
 - **1 537** animaux (**22,5 %**).
- Pour **77,5 %** des animaux, un marché doit être trouvé :
 - ➔ Prendre notre part de marché.
 - ➔ Développer le marché.

Évaluation de la demande selon les producteurs (1^{er} octobre 2005 au 31 décembre 2005)

- Sommaire des animaux vendus par espèces :



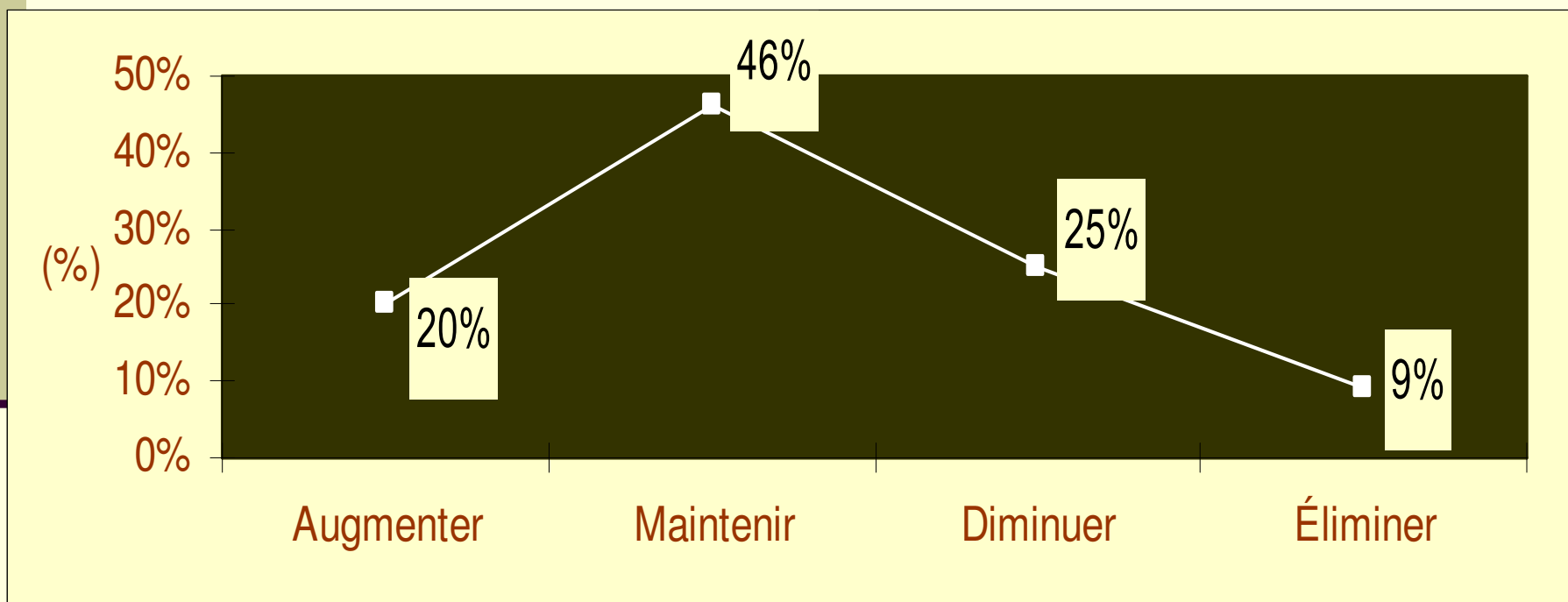
Provenance des revenus des fermes de grands gibiers



Provenance du revenu	Clientèle 1	Clientèle 2
Découpes (43/156)	• Consommateur (16%)	• Hôtellerie, restauration (7,1%)
Carcasse (41/156)	• Consommateur (14,1%)	• Boucherie locale (5,1%) • Distributeur-transformateur (4,6%)
Produits transformés (41/156)	• Consommateur (10,9%)	• Boucherie locale (2,6%) • Épicerie locale (2,6%)
Animaux vivants (22/156)	• Ferme cynégétique (5,7%)	• Reproducteur (3,2%) • Distributeur-transformateur (2,6%)

Intentions des producteurs

- Dans les conditions actuelles de mise en marché, les producteurs ...leur troupeau.



L'avenir

- À partir de ces constats, la FEGGQ a adopté:
 - Vision d'avenir:
 - **Plan de développement stratégique en 6 axes de développement**

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 1 : Planter la certification « Grands gibiers du Québec certifiés^{MD} » dans les fermes

- 5 fermes certifiées
- 25 autres fermes qui se sont procurées le programme de certification
- 2 demandes d'audit
- Appui de de la FADQ

Plan de développement stratégique

Axe 1: Certification

■ Objectifs de certification

	2006	2007	2008
Fermes certifiées	25	55	85
Transformateurs certifiés	1	3	5
Restaurateurs agréés	10	20	30
Détaillants agréés	10	20	30

Vision adoptée

Certification des produits de grands gibiers

Les marchés sont occupés par la concurrence

Certification
« Grands gibiers
du Québec certifiés »



- Différenciation du produit
- Accès au marché

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 2 : Développer une expertise et des services conseils

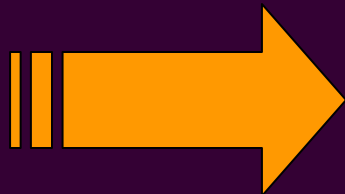
- Travail en cours avec la FEGGQ, l'UPA et le MAPAQ.
- Démarrage probable au printemps 2007

Vision adoptée

Développer la production

Pour augmenter les revenus nets à la ferme :

- Efficace
- Diminuer les coûts de production
- Adapter les pratiques d'élevage à la certification (normes cahier des charges)



Services-conseils

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 3 : Accès et développement des marchés :

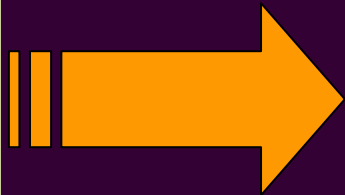
- Outils collectifs de mise en marché
- Classification carcasses
- Faciliter accès marchés, abattage, transformation, etc.

Réalisé en partie, le travail se poursuit

Vision adoptée

Commercialisation

Pour augmenter les revenus nets à la ferme



Structurer la mise en marché :

- Mise en marché collective
- Classification des carcasses
- Promotion des viandes certifiées
- Garantir les approvisionnements
- Etc.

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 4 : Ouvrir le marché des bois de velours

- Par exemple : implantation de la traçabilité

À venir

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 5 : Évaluer pertinence Loi sur les appellations réservées et termes valorisants pour la marque de certification « Grands gibiers du Québec certifiés^{MD} »

Détails de la Loi connus à
l'automne 2006

Plan de développement stratégique (2006-2008)

Axe 6 : Agrotourisme

- Identifier le potentiel
- Conditions à mettre en place

À venir

Plan de développement stratégique (2006-2008)

**Les producteurs s'engagent à garder le cap
sur ce plan.**

C'est leur vision de l'avenir !

