

volume 17, numéro 3, été 2017

# ovinquébec

Bulletin d'information des Éleveurs d'ovins du Québec et de ses partenaires



CEPOQ  
Centre d'expertise en production  
ovine du Québec



AGENCE DE VENTE DES  
**AGNEAUX  
LOURDS**

## 10 ANS

DOSSIER SPÉCIAL : PAGE 19

PIQUE-NIQUE OVIN PROVINCIAL

## DU CEPOQ

PAGE 17

PLAN STRATÉGIQUE

DU SECTEUR OVIN

## 2017-2022

PAGE 06

# SOMMAIRE

été 2017, volume 17, numéro 3

- 03 **Mot du président** | 10 ans d'action et de détermination
- 05 **Agence de vente** | Changements à la Convention
- 06 **Planification stratégique sectorielle** | 2017-2022 : un plan stratégique bien ficelé
- 09 **Agence de vente** | Calendrier de juillet à octobre 2017
- 10 **Actualités** | bêtes nouvelles
- 12 **Marché** | BILAN 2016 : Québec - St-Hyacinthe - Ontario / Canada / Marchés internationaux
- 14 **SEMRPQ** | Nouvelles de la SEMRPQ
- 16 **CEPOQ** | Déjà 20 ans pour votre CEPOQ !
- 17 **CEPOQ** | Pique-nique ovin provincial

## 19 DOSSIER SPÉCIAL 10 ANS

AGENCE DE VENTE DES  
**AGNEAUX  
LOURDS**

- 35 **Chronique du berger** | Salubrité, biosécurité, traçabilité et santé et bien-être des animaux : Un programme \$ à découvrir
- 37 **Programme québécois d'assainissement** | Tableau Maedi visna
- 38 **Santé** | Gestion intégrée de la résistance et du parasitisme gastro-intestinal chez les ovins sur pâturages
- 42 **Génétique** | Améliorer l'industrie grâce à un meilleur cheptel : évolution du progrès génétique et de ses outils
- 45 **Recherche** | Où se situe la qualité de l'agneau du Québec par rapport à ses concurrents ? Enfin une réponses !
- 48 **Recherche** | Enfin un projet de recherche sur la santé du pis !

---

Les opinions émises dans la revue n'engagent que leurs auteurs. LEOQ se réserve le droit de refuser toute insertion (article, publicité, etc.) sans avoir à le justifier.

---

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :

Les Éleveurs d'ovins du Québec

Maison de l'UPA

555 boulevard Roland-Therrien, bureau 545

Longueuil QC J4H 4E7

Téléphone : 450 679-0530 ■ Télécopieur : 450 674-4415

Courriel : info@agneauduquebec.com

CONVENTION DE LA POST-PUBLICATION  
NO° 40049100



### Éditeur

Les Éleveurs d'ovins du Québec (LEOQ)

Tél. : 450 679-0540 p. 8484

www.agneauduquebec.com

### Partenaires

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

Tél. : 418 856-1200

info@cepoq.com ■ www.cepoq.com

Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec (SEMRPQ)

Téléphone : 418 359-3832

semrpq@cepoq.com ■ www.semrpq.net

### ABONNEMENT OU ANNONCEURS:

Marion Dallaire , mdallaire@upa.qc.ca ou  
450-679-0540 Poste 8332

### En page couverture :

Photographie : LEOQ

### Rédacteurs

Amina Baba-Khelil

Sylvain Blanchette

Raphaël Chevalier

Catherine Element-Boulianne

Frédéric Fortin

Marion Dallaire

Rock Eric Hounhouigan

Yves Langlois

Hélène Méthot

Cathy Michaud

Éric Pouliot

Cahty Michaud

Gaston Rioux

Amélie St-Pierre

Léda Villeneuve

## MOT DU PRÉSIDENT

# 10 ANS D'ACTION ET DE DÉTERMINATION

YVES LANGLOIS, PRÉSIDENT, LEOQ



*L'Agence de vente a dix ans. Le temps qui vient de s'écouler ne pourra se résumer en quelques mots, en quelques faits ni en quelques chiffres. Avant d'arriver à sa mise en place, ce fut un long processus de consultation, de dialogues musclés, de concertation. Plusieurs prouesses et essais ont été tentés avant de trouver la solution qui nous convenait.*

**A**u moment de rédiger ce mot, je voudrais vous associer tous à cet anniversaire. Souligner l'existence de l'Agence de vente ne signifie pas juste fêter ses 10 ans, mais plutôt marquer l'action, le dynamisme et le courage dans le mouvement de tous ceux et celles qui y ont cru. C'est de faire valoir l'engagement et les compétences des personnes qui ont œuvré au cours de ces années.

Je ne désire pas revenir en détail sur le parcours complet de la mise en place de l'agence, car ce numéro fera place au bilan et aux réalisations. Je voudrais plutôt rendre hommage à notre action et au travail accompli. Pour illustrer ce travail, je retiens au moins trois axes :

- ▶ 10 ans au service des producteurs afin de défendre et sauvegarder leurs intérêts;
- ▶ 10 ans de progrès de nos connaissances sur le marché afin d'améliorer nos conditions de négociation;
- ▶ 10 ans de liens professionnels avec nos partenaires d'industrie (acheteurs et autres

organismes au Québec et à l'extérieur) afin de faire évoluer le secteur.

Il y a dix ans, c'était hier, nous étions dépendants du bon vouloir du marché. Il y a 10 ans, nous étions à la recherche de garanties de paiement, de prix, d'approvisionnement, d'équité et tous nos règlements et conventions étaient en devenir. Aujourd'hui, nous sommes une référence pour nos voisins proches. Cette performance, pour un organisme qui fête ses 10 ans, est tout un exploit !

Avec cette occasion, je voudrais aussi appréhender le futur. Il ne faut pas se reposer sur nos lauriers. Nous le savons tous, rien n'est plus précaire qu'un marché qui peut être là aujourd'hui, ailleurs demain.

Année après année, le volume des agneaux lourds transigés par le biais de l'Agence a connu une augmentation. Le pic a été obtenu en 2014 avec plus de 73 000 agneaux. Ce chiffre est révélateur de l'intérêt suscité, mais ces dernières années connaissent un repli en dépit d'une très bonne demande. Je m'empresse alors à dire qu'en 10 ans, l'Agence a

évolué, elle a grandi, mais faire juste comme les années passées n'est pas suffisant. Depuis près de deux ans, nous avons lancé une campagne de sensibilisation auprès des consommateurs pour l'agneau du Québec, il faut alors être au rendez-vous, être à la hauteur de nos promesses.

Réussir demain, c'est anticiper une évolution de notre secteur plus rapide que par le passé. Réussir demain, c'est prendre la pleine mesure de ce qui se joue aujourd'hui pour y répondre. Ce qui se joue, ce ne sont pas seulement des mouvements, mais des révolutions. Révolution en termes de défis d'innovation auxquels sont confrontées nos entreprises. Révolution du métier d'agriculteur en général. Révolution de l'information à l'ère du numérique. Révolution en lien avec l'objet du produit qui est commercial, mais qui a besoin de plus en plus d'aspect éducatif auprès du consommateur. Nous devons aujourd'hui nous adapter à ces défis si l'on ne veut pas qu'un jour il faille le faire, mais cette fois dans l'urgence.

*Bonne lecture et bon été !*



Ferme La Bergère	(418) 798-8272
Ferme Manasan	(819) 839-3350
Ferme Panie	(418) 498-3727
Les Bergeries Marovine (MH)	(450) 584-3997
Ferme Jean-Christophe D'Amours	(418) 551-9077

### POURQUOI CHOISIR UN BÉLIER HAMPSHIRE ?

- Agneaux vigoureux à la naissance \*
- Croissance rapide
- Carcasse musclée et maigre
- **LA** race affichant le meilleur progrès génétique pour les mesures de longe de la dernière décennie

## Ferme RIDO senc.

Sonia Rioux et Luc Martin DeRoy

### Éleveur Arcott Rideau et Suffolk SUJETS DISPONIBLES POUR VOTRE ÉLEVAGE

**POUR UN PRIX ÉGAL AU MARCHÉ QUÉBÉCOIS :**

- ➔ Béliers et agnelles RR ou QR

**SANTÉ ET GÉNÉTIQUE SUPÉRIEURES :**

- ➔ Statut OR pour le Maedi visna pour les 2 races



Pour voir la vidéo de l'entreprise, consultez le [www.fermerido.com](http://www.fermerido.com)

130, 3<sup>e</sup> Rang Est

Sainte-Anne-de-la-Pocatière (Québec) GOR 1Z0

[www.fermerido.com](http://www.fermerido.com) | 418 856-5140 | [rido@videotron.ca](mailto:rido@videotron.ca)

# GRANDIR ENSEMBLE

Donnez à vos agneaux toute la qualité qu'ils méritent. Notre gamme de lait de remplacement et de colostrum pour agneaux de Grober Nutrition vous permettra de leur donner ce qu'il y a de meilleur dès le départ.

Grober Nutrition, c'est beaucoup plus que du lait de remplacement. Grober Nutrition c'est aussi une qualité supérieure, des aliments équilibrés, de la recherche de produits et un partenaire de choix en qui vous pouvez avoir confiance.

# CHANGEMENTS À LA CONVENTION

*Au cours de la dernière année, Les Éleveurs d'ovins du Québec (LEOQ) se sont penchés sur les améliorations à apporter à la Convention de mise en marché des agneaux lourds, et ce, de concert avec les acheteurs lors de la dénonciation de celle-ci. Les parties se sont entendues sur quelques changements. La nouvelle Convention a été envoyée à la Régie des marchés agricoles pour homologation mais elle est en vigueur depuis le 10 mai dernier, date à laquelle elle a été signée par toutes les parties. Le résumé des principales modifications est comme suit.*

**Pénalité lot trop gras à 18 mm.** La réduction de 15 % du prix s'applique sur les agneaux de 18 mm de gras dorsal et plus d'un lot d'au moins 5 agneaux dont plus de 50 % des agneaux fait 18 mm et plus. Le seuil avait été abaissé à 16 mm depuis janvier 2016. (Art. 3.03).

**Élimination de la pénalité pour lot trop petit.** Même si plus de 50 % d'un lot a un poids inférieur à la catégorie demandée, aucune réduction du prix n'est appliquée. (Art. 3.03).

**Redistribution d'un volume en engagement annuel abandonné par un acheteur.** Un acheteur qui renonce à son engagement annuel en tout ou en partie ne peut plus redemander son volume lors de l'appel d'offres aux autres acheteurs. (Art. 3.17).

**Cas de force majeure.** Un acheteur ne peut justifier un manquement à son engagement annuel par un changement des conditions du marché (Art. 3.18).

**Contrats de développement de marché.** Un acheteur peut conclure une entente avec LEOQ pour approvisionner un nouveau marché pour une période déterminée. Les agneaux faisant partie de l'entente sont payés au prix de l'engagement annuel (Art. 3.37).

**Responsabilité en cas de mort à l'étable.** L'acheteur n'est pas responsable des agneaux morts dans l'aire de réception, sauf si la mortalité découle d'une erreur ou d'une omission causée par son personnel (Art. 6.02).

**Baisse de la garantie d'approvisionnement.** Le volume garanti aux acheteurs est de 800 agneaux par semaine, plutôt que 1 100 (Annexe 10). ■

Pour plus de détails, consulter la  
Convention : [www.agneauquebec.com](http://www.agneauquebec.com)

## Avec l'Arcott Rideau, plus d'agneaux et plus de kg

### Membres

Agronovie senc	Granby	450 379-5298	chris.beau@sympatico.ca
Ferme La petite bergère	Les Éboulements	418 635-1329	petite.bergere@hotmail.com
Ferme Mica	St-Eusèbe	418 899-6907	mica_21@hotmail.ca
Ferme MK et fils senc	St-Nazaire d'Acton	450 278-6766	fermemk@hotmail.com
Ferme Ovimax senc	St-Philippe-de-Néri	418 498-9989	fermeovimax@videotron.ca
Ferme RIDO senc	La Pocatière	418 856-5140	rido@videotron.ca

Pour plus d'information : visitez le [www.semprq.net](http://www.semprq.net) section Éleveurs

- **Performez grâce à des sujets adaptés à nos systèmes de production intensifs**
- **Le meilleur choix pour ceux qui recherchent une brebis prolifique, maternelle et laitière**
- **Production 2.44 agneaux sevrés/brebis/an et 58.6 kg agneaux produits à 50 jr/brebis/an (donnée Génovis 2015)**

## PLANIFICATION STRATÉGIQUE SECTORIELLE

# 2017-2022 : UN PLAN STRATÉGIQUE BIEN FICELÉ

MARION DALLAIRE, CHARGÉE DE COMMUNICATION, LEOQ

*Au début 2016, la table filière ovine confiait à la firme Forest Lavoie le mandat de mettre en place un nouveau plan stratégique sectoriel pour 2017-2022. Ce projet a permis de réaliser un diagnostic du secteur de la viande ovine et de mettre en exergue les orientations stratégiques, les objectifs et les actions prioritaires afin d'assurer un développement concerté entre les acteurs de la filière autour de la chaîne de valeur en lien avec les besoins du marché. Dans le cadre de cet exercice, la Table filière ovine a pu identifier sa mission et s'est dotée d'une vision pour le secteur.*

### **Analyse de l'environnement du secteur ovin québécois**

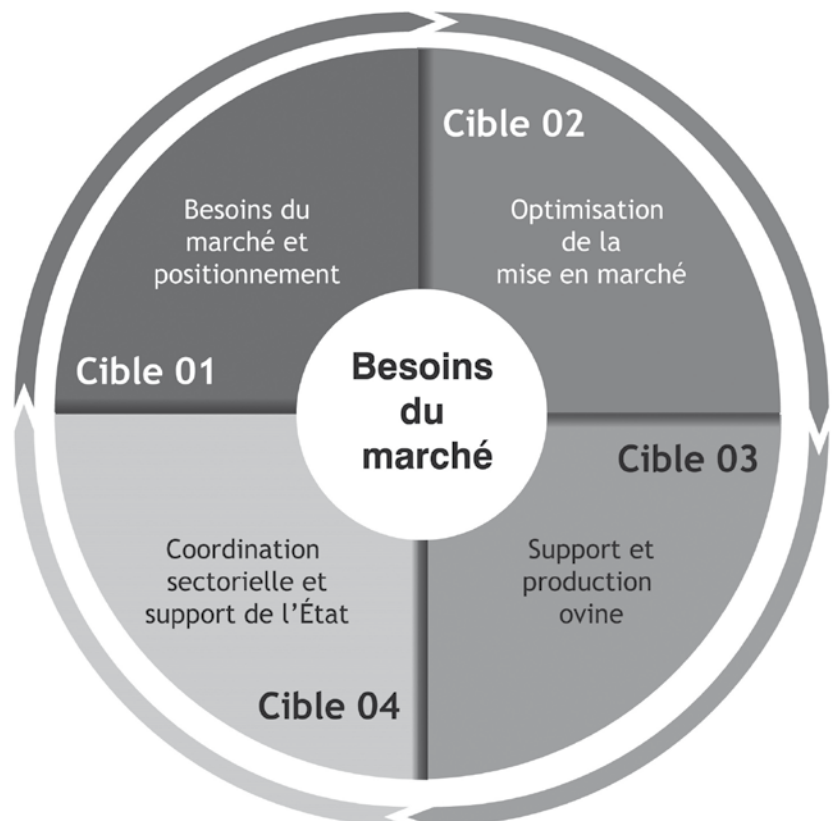
Dans un premier temps, la firme s'est penchée sur l'analyse de l'environnement interne et externe dans lequel évolue le secteur ovin québécois en consultant les divers intervenants de l'industrie. De cette analyse, les forces, faiblesses, menaces et opportunités ont été identifiées.

### **Approche stratégique**

Dans un contexte où la compétition des produits d'agneaux s'est accrue au cours des dernières années, notamment auprès des chaînes d'alimentation, une convergence de l'approche stratégique visant à consolider tous les efforts de la filière vers les besoins du marché est essentielle. La coordination sectorielle doit donc axer ses efforts sur le support de la production et la mise en marché optimisée pour répondre aux besoins du marché.

### **Approche stratégique pour répondre au besoin du marché : les cibles**

Afin de répondre adéquatement à l'approche stratégique, quatre (4) grandes cibles ont été établies.



## Mission

La filière ovine québécoise favorise la synergie entre ses membres et partenaires. Elle coordonne et appuie le développement et le rayonnement de l'industrie ovine du Québec au bénéfice des acteurs de tous les maillons et du consommateur. Le secteur accroît sa capacité concurrentielle en s'appuyant sur l'élaboration de stratégies concertées, en positionnant avantageusement ses produits et en répondant efficacement aux besoins du marché.

## Vision

Grâce à son dynamisme, la filière ovine québécoise rayonne et se démarque par une offre croissante de produits de qualité et attrayants, en phase avec les attentes des consommateurs et de la société tout en assurant la compétitivité des entreprises de la filière.

### CIBLE 01 : BESOINS DU MARCHÉ ET POSITIONNEMENT

**Orientation stratégique :** Se doter d'une stratégie concertée de positionnement et de développement de l'agneau du Québec en vue d'accroître les parts de marché

#### Enjeu :

- La consolidation des parts de marché de l'agneau du Québec

#### Défis :

- Répondre aux besoins du marché (consommateurs, chaînes, etc.)
- Accroître l'accessibilité des produits d'agneaux
- Diversifier l'offre de produits d'agneaux (découpes et produits transformés)
- Distinguer les produits d'agneaux du Québec sur le marché
- Obtenir l'appui des acteurs du détail pour la promotion de l'agneau du Québec

#### Axes d'intervention Objectifs

<b>A. Besoins du marché</b>	→ Partager et maintenir une connaissance des besoins du marché et des consommateurs
<b>B. Capacité de réponse aux besoins du marché et aux attentes de la société</b>	→ Améliorer la réponse aux besoins du marché et aux attentes de la société (ex. volume, qualité, bien-être animal, etc.) - en lien avec les cibles 1 à 3
<b>C. Promotion/valorisation de l'agneau du Québec</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Mettre en place la stratégie de promotion sectorielle</li><li>→ S'assurer de l'arrimage de l'offre pour répondre aux efforts marketing et aux besoins des fêtes (en lien avec les cibles 2 et 3)</li><li>→ Encourager l'identification de la provenance des produits ovins pour permettre aux consommateurs, acteurs du détail et du HRI d'identifier les produits ovins du Québec</li></ul>

### CIBLE 02 : OPTIMISATION DE LA MISE EN MARCHÉ

**Orientation stratégique :** Optimiser les outils de mise en marché et accroître la concertation des éleveurs et acheteurs en vue d'augmenter les parts de marché de l'agneau du Québec

#### Enjeux :

- Une mise en marché optimisée et harmonisée
- La capacité de réponse aux besoins du marché
- Le maintien des parts de marché de l'agneau du Québec

#### Défis :

- Améliorer la capacité de réponse aux besoins du marché
- Atténuer les effets de distorsion de la mise en marché des catégories d'agneaux
- Améliorer la prévisibilité et l'arrimage de l'offre et de la demande
- Améliorer la concertation des producteurs et acheteurs
- Améliorer la gestion des fêtes
- Accroître l'offre de découpes et de produits transformés qui répondent aux besoins des consommateurs
- Maintenir un réseau d'abattage et de transport performants pour assurer le développement sectoriel

#### Axes d'intervention Objectifs

<b>A. Compétitivité</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Assurer une veille continue des marchés et des stratégies mises en œuvre par les régions productrices d'agneaux hors Québec</li><li>→ Accroître la compétitivité et consolider les avantages de la filière québécoise</li></ul>
<b>B. Optimisation de la mise en marché</b>	→ Entamer une réflexion sur le modèle de mise en marché en place dans l'agneau afin de répondre efficacement aux besoins du marché
<b>C. Qualité</b>	→ Améliorer l'homogénéité et l'adéquation de la qualité produite en fonction des besoins du marché

## CIBLE 03 : SUPPORT ET PRODUCTION OVINE

**Orientation stratégique :** Accroître l'efficacité du modèle de production afin de pérenniser les entreprises ovines et d'optimiser l'adéquation de la production avec les besoins du marché

### Enjeux :

- La pérennité des entreprises ovines québécoises
- La capacité de répondre aux besoins du marché

### Défis :

- Assurer l'adéquation de la recherche, de la génétique, du conseil et de la production pour répondre aux besoins du marché
- Optimiser l'efficacité du modèle de production et la performance des troupeaux
- Assurer la rentabilité des entreprises de production
- Accélérer la professionnalisation des entreprises
- Attirer la relève sectorielle (production et acteurs de soutien)
- Améliorer l'homogénéité et la prévisibilité de l'offre

Axes d'intervention	Objectifs
<b>A. Productivité et rentabilité des entreprises ovines</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Entamer une réflexion sur la modernisation du principal modèle de production d'agneaux au Québec afin d'accroître :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ l'efficacité de la production d'agneaux</li><li>▪ l'accroissement du nombre d'agneaux produits</li><li>▪ le potentiel et l'utilité des races et l'amélioration génétique</li><li>▪ l'intérêt de la relève</li></ul></li><li>→ Mettre en œuvre des actions permettant d'améliorer la santé des troupeaux</li></ul>
<b>B. Communication et accompagnement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication pour informer les éleveurs du déroulement du plan stratégique et de ses résultats</li><li>→ Assurer l'adéquation de la R&amp;D, de l'offre de services-conseils ainsi que des modes de formation et de diffusion de l'information permettant d'accroître la professionnalisation des entreprises ovines</li></ul>
<b>C. Relève</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Favoriser l'attrait du secteur ovin auprès de la relève (production et acteurs de soutien)</li></ul>

## CIBLE 04 : COORDINATION SECTORIELLE

### ET SUPPORT DE L'ÉTAT

**Orientation stratégique :** Améliorer la coordination, la cohésion et la communication sectorielles et obtenir l'appui de l'État afin de permettre un développement sectoriel coordonné

### Enjeu :

- Un développement sectoriel coordonné permettant l'accroissement des parts de marché

### Défis :

- Coordonner la mise en œuvre du plan stratégique sectoriel
- Améliorer la cohésion et la communication sectorielles
- Obtenir un support adapté de l'État
- Identifier des leviers ou modes de financement sectoriels

Axes d'intervention	Objectifs
<b>A. Cohésion sectorielle</b>	→ Assurer la cohésion sectorielle et la communication entre les maillons et acteurs de la filière
<b>B. Financement</b>	→ Assurer le financement des projets sectoriels
<b>C. Support de l'État</b>	→ Mener des représentations sectorielles sur l'adaptation des programmes et réglementations

## Conclusion

Plusieurs actions pour répondre aux axes d'intervention pour les quatre cibles ont déjà débuté. Le bilan sera fait à mi-parcours de la date d'échéance et des ajustements seront faits selon les besoins. ■

Ce projet a été réalisé grâce à l'appui financier du MAPAQ dans le cadre du Volet 1 du Programme de développement sectoriel mis en œuvre en vertu de l'Entente Canada-Québec concernant Cultivons l'avenir 2.

# CALENDRIER

## DE JUILLET À OCTOBRE 2017

Légende : SEM : numéro de la semaine | P2 : période de deux semaines | P3 : période de trois semaines

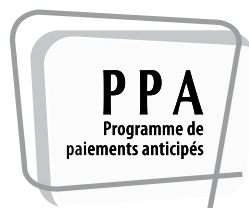
JUILLET 2017									
P2	P3	SEM	D	L	M	M	J	V	S
13	9	26							1
14	9	27	2	3	4	5	6	7	8
14	10	28	9	10	11	12	13	14	15
15	10	29	16	17	18	19	20	21	22
15	10	30	23	24	25	26	27	28	29
16	11	31	30	31					

AOÛT 2017									
P2	P3	SEM	D	L	M	M	J	V	S
16	11	31			1	2	3	4	5
16	11	32	6	7	8	9	10	11	12
17	11	33	13	14	15	16	17	18	19
17	12	34	20	21	22	23	24	25	26
18	12	35	27	28	29	30	31		

SEPTEMBRE 2017									
P2	P3	SEM	D	L	M	M	J	V	S
18	12	35						1	2
18	12	36	3	4	5	6	7	8	9
19	13	37	10	11	12	13	14	15	16
19	13	38	17	18	19	20	21	22	23
20	13	39	24	25	26	27	28	29	30

OCTOBRE 2017									
P2	P3	SEM	D	L	M	M	J	V	S
20	14	40	1	2	3	4	5	6	7
21	14	41	8	9	10	11	12	13	14
21	14	42	15	16	17	18	19	20	21
22	15	43	22	23	24	25	26	27	28
22	15	44	29	30	31				

Le calendrier est également disponible sur le site Internet [www.agneauduquebec.com/FPAMQ](http://www.agneauduquebec.com/FPAMQ) sous l'onglet *Agence*.



Chaque jour des producteurs ovins profitent du PPA. Pourquoi pas vous ?

LE PPA

C'EST RENTABLE...

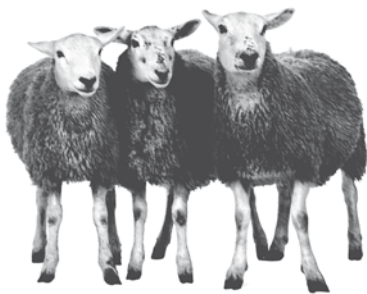
Jusqu'à 100 000 \$ sans intérêt et 300 000 \$ au taux de base moins 0,25 %

Programme d'aide financière d'AAC administré par LEOQ



Visitez [agneauduquebec.com](http://agneauduquebec.com) ou composez le 450 679-0540 poste 8993 ou 8994





### Prix | **Ovita : des efforts récompensés**

Des étudiants en Gestion et Technologies d'entreprise agricole de l'Institut de technologie agroalimentaire à La Pocatière ont axé leur travail sur la production ovine. Ils avaient intitulé leur projet OVITA. Les fruits de leurs efforts viennent d'être récompensés et ont reçu le prix de Gestionnaire en herbe de la Fondation de l'ITA.

*Félicitations aux étudiants !*

Un reportage a d'ailleurs été publié dans l'édition automne 2016 de la revue Ovin Québec qui portait sur le travail de ces étudiants. ■

### WEB | **Agrométéo Québec : la météo taillée sur mesure pour l'agriculture !**

Saviez-vous que le site Web Agrométéo Québec est accessible à l'ensemble des entreprises et intervenants agricoles ? Il suffit de visiter le [www.agrometeo.org](http://www.agrometeo.org) pour avoir accès à un éventail de renseignements de nature agroclimatique adaptés à vos besoins. L'application mobile d'Agrométéo peut aussi être téléchargée dans l'App Store ou dans Google Play.

Agrométéo Québec est un outil essentiel pour vous appuyer dans vos prises de décision au quotidien, que ce soit pour renforcer la lutte contre les ennemis des cultures ou pour effectuer une meilleure utilisation des pesticides, pour optimiser l'emploi de l'eau et des fertilisants, pour améliorer la productivité et les activités de mise en marché de l'entreprise ou pour composer avec la variabilité climatique.

Soulignons que le déploiement de l'outil Agrométéo Québec est soutenu financièrement par l'entremise des Initiatives Agri-risques, programme établi en vertu de l'entente Canada-Québec *Cultivons l'avenir 2*. ■



### ATQ | **Subventions pour l'achat d'outils automatisés de traçabilité**

L'initiative fédérale, provinciale et territoriale *Cultivons l'avenir 2* se poursuit jusqu'au 31 mars 2018. Cette entente comporte un ensemble de programmes destinés à soutenir le secteur agricole et agroalimentaire canadien. Ainsi, dans le cadre du programme d'appui à l'implantation de systèmes, les producteurs ont jusqu'au 8 janvier 2018 pour présenter une demande leur permettant de profiter de subventions applicables pour l'achat de lecteurs RFID, d'appareils mobiles de type « PDA » et de logiciels de traçabilité.

Les demandeurs respectant les conditions d'admissibilité **peuvent obtenir une aide financière allant jusqu'à 70 % du coût d'achat d'équipement ou d'installation de traçabilité.**

Les entreprises agricoles désirant soumettre une demande de subvention sont invitées à communiquer directement avec un agent du Service d'automatisation d'Agri-Traçabilité Québec au :

**1 866 270-4319 # 3 ou [automatisation@atq.qc.ca](mailto:automatisation@atq.qc.ca)**

Les demandeurs pourront ainsi obtenir de l'assistance pour compléter le formulaire d'inscription et pour l'acheminer au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

Visitez-nous au <https://www.atq.qc.ca/fr/lecteurs-rfid> pour obtenir des détails sur les modalités d'obtention des subventions. ■



## SANTÉ | **Médicament**

Le vaccin Glanvac 6 [*Clostridium Chauvoei-Novyi* Type B-Perfringens Type D-Septicum-Tetani-Corynebacterium Pseudotuberculosis (Ovis) Bacterin-Toxoid] est maintenant approuvé au Canada pour les ovins. ■

## CEPOQ | **Webinaires...**

Le CEPOQ vous offrira des webinaires en SANTÉ, GÉNÉTIQUE ET ALIMENTATION tout au long de l'année 2017-2018 ! Inscrivez-vous à notre bulletin électronique pour recevoir tous les détails à [www.cepoq.com](http://www.cepoq.com). ■

## RECHERCHE | **Un logiciel pour reconnaître les moutons malheureux**

Un programme informatique permettant de déterminer si les moutons souffrent ou sont

malheureux a été mis au point par l'Université de Cambridge au Royaume-Uni dans le but d'améliorer leur bien-être. Les scientifiques se sont appuyés sur près de 500 photos de moutons collectées par des vétérinaires pour élaborer un algorithme qui détecte certaines expressions sur la tête des ovins. Ils peuvent ainsi déterminer la souffrance de l'animal.

En installant des caméras sur des abreuvoirs ou dans des granges pour numériser le visage des bêtes, les scientifiques pensent pouvoir permettre aux fermiers de détecter plus rapidement les maladies et/ou les blessures de leur bétail, et accélérer la mise en place des traitements. ■

Source : Agence France-Presse

## AGNEAU QUÉBEC | **Matériel promotionnel**

Avec sa nouvelle image pour l'agneau du Québec, LEOQ a fait imprimer des étiquettes et livrets-recettes. Actuellement, des étiquettes autocollantes rondes (en roulette de 500), des étiquettes carrées pour les portes et les vitrines, et des recettes pour le barbecue sont disponibles. *Hâtez-vous, les quantités sont limitées !* Contactez LEOQ au 450 679-0540, poste 8484 ■



## **Symposium ovin laitier 2017**

*Une occasion pour rassembler les producteurs de lait de brebis, les artisans fromagers et les représentants de l'industrie d'un bout à l'autre de l'Amérique du Nord*

**Le symposium ovin de l'association Dairy Sheep Association of North America se tiendra au Québec cette année du 30 novembre au 3 décembre 2017**

au Estrimont Suites & Spa à Orford, Qc.

[www.estrimont.ca](http://www.estrimont.ca)

### **À mettre à votre agenda**

*À l'horaire :*

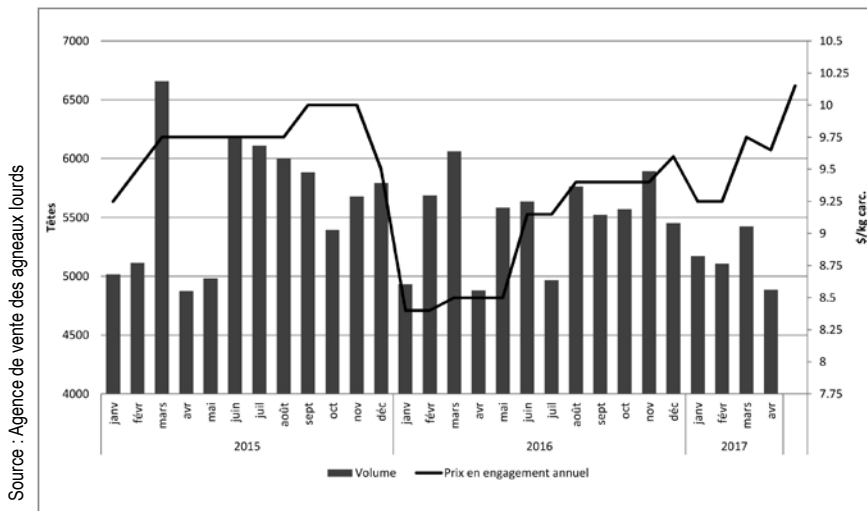
conférences, banquet, visites en bergeries laitières et ateliers de fabrication fromagère

*Du 30 novembre au 3 décembre :*

- ▶ les 30 novembre et 1<sup>er</sup> décembre : conférences
- ▶ 2 décembre : visite en bergeries laitières
- ▶ 3 décembre (optionnel) : ateliers de fabrication fromagère (donnés par Fromagerie Nouvelle-France).

[www.dsana.org](http://www.dsana.org)

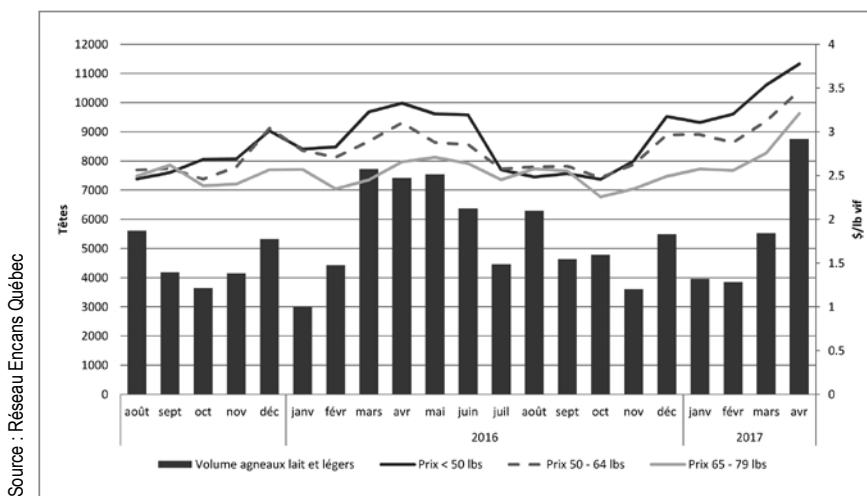
## Ventes des agneaux **lourds au Québec**



Un total de 20 583 têtes d'agneaux lourds a été mis en marché entre janvier et avril 2017. Ce volume représente une baisse de 4,5 % par rapport à la même période en 2016.

Le prix négocié de l'agneau lourd en engagement annuel pour le premier quartile 2017 a augmenté de 1,03 \$/kg carcasse en moyenne par rapport au prix en cours à l'hiver 2016, soit une hausse de 12 %. La tendance était toujours haussière au mois de mai et juin avec un prix de l'agneau lourd établi à 10,50 \$/kg jusqu'à la mi-août. Ces fluctuations suivent la tendance des divers marchés de l'agneau en Amérique du Nord. À l'opposé de l'hiver 2016 où on vivait une saturation des marchés nord-américains (USA, Ouest canadien et Ontario), les volumes d'agneaux offerts sont bas tandis que la demande est forte pour la catégorie. ■

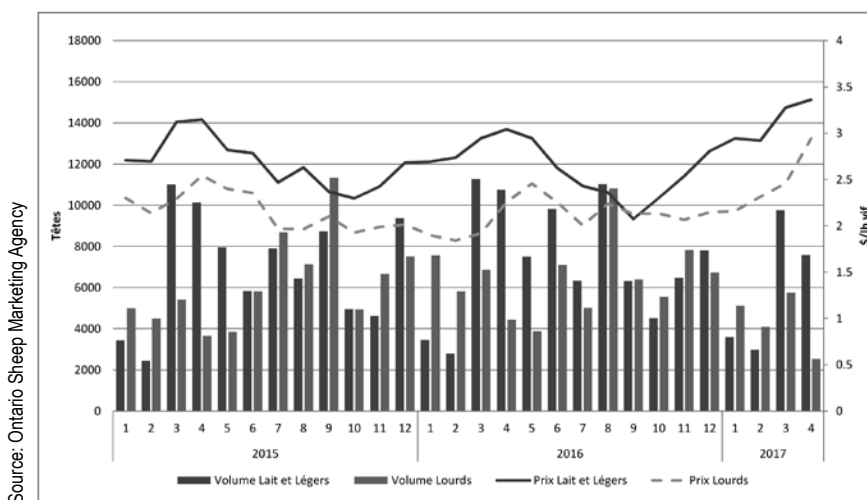
## Ventes des agneaux **de lait et légers à l'encan de St-Hyacinthe**



Du début 2017 à avril, le prix moyen pour les catégories lait-légers s'établit à 3,10 \$/lb, soit une hausse de 10,3 % (0,23 \$/lb) par rapport à 2016 pour la même période. Les volumes vendus dans ces catégories ont diminué de 2,2 % (490 têtes) pour les mois de janvier à avril 2017 par rapport à 2016.

Les prix haussiers révèlent une demande forte pour ces catégories. Si la tendance des dernières années se maintenait, le maximum atteint de 3,93 \$/lb pour les agneaux de lait et un sommet moyen de 3,50 \$/lb pour les agneaux légers (50 à 79 lb), pendant les semaines de Pâques, devraient être les prix moyens plafond 2017 pour ces catégories. ■

## Ventes des agneaux **en Ontario**



Depuis le début 2017, les prix moyens des catégories d'agneaux légers et lourds transigés dans les encans en Ontario ont connu des hausses respectives de 10 % et 25 % par rapport à l'année précédente. Les prix ont atteint des sommets historiques en mars, avril et mai.

Pour ce qui est du volume, le total d'agneaux des catégories lait et légers vendus de janvier à avril 2017 a diminué de 16 % tandis que celui des agneaux lourds a chuté de 29 % par rapport à la même période en 2016. Des volumes importants d'agneaux lourds de l'Ouest canadien avaient été mis aux enchères en Ontario au début de 2016, faisant augmenter les volumes et baisser les prix. Ceci étant dit, les volumes 2017 pour les 4 premiers mois de l'année n'ont pas été aussi bas depuis 2010, ce qui confirme le resserrement de l'offre actuelle par rapport à la demande. ■

## Au Canada

Le dernier recensement de Statistique Canada nous apprend qu'en janvier 2015, il y avait :

- 844 300 moutons et agneaux, représentant une baisse de 3,5 % depuis 2014, recensés sur environ 10 111 exploitations agricoles canadiennes.
- La production ovine canadienne se retrouve principalement en Ontario, au Québec et en Alberta (72 %).
- Les recettes monétaires agricoles associées à la production ovine ont atteint 159,4 millions de dollars en 2014, soit 0,3 % des recettes agricoles totales.

## Marchés internationaux

En **Australie**, l'industrie a été influencée par une forte intention des producteurs de garder les agnelles et brebis pour la reconstruction des troupeaux pour la viande et la laine. Cette attitude a généré une diminution des abatages et de la production d'agneaux plus importante que ce qui était prévu initialement pour l'année 2017. À ce jour, cela représente le deuxième plus bas record jamais enregistré par l'industrie. Le prix élevé de la laine ainsi qu'une baisse de production équivalente de 2,7 millions agneaux et moutons suggèrent que le prix sur les marchés australiens atteindrait des sommets jamais inégalés.

La **Nouvelle-Zélande** devrait connaître un recul de la production pour la campagne 2016-2017 s'expliquant par une hausse du taux de réforme (problèmes sanitaires), de la concurrence des viandes bovines, mais aussi de la sécheresse dans certaines régions. Un repli de 4 % des exportations vers l'Europe est attendu par rapport à l'année précédente dû au double effet de la baisse de la production et de l'appréciation du dollar néozélandais face à l'euro. Les importations chinoises devraient toutefois se maintenir stable.

D'après les dernières prévisions publiées par *AHDB-Beef & Lamb*, les **exportations britanniques** devraient progresser de 6 % en 2017 par rapport en 2016, la France étant la première destination de viande ovine britannique (52 % en 2016).

Du côté de la **France**, on apprécie la viande ovine, mais plus encore sous sa version Bio, une nouvelle tendance de consommation dans laquelle la filière ovine peine à répondre à la demande du marché. La raison est qu'il existerait un temps de conversion qui peut prendre jusqu'à deux ans. De plus, les éleveurs bio ne peuvent désaisonner artificiellement leurs troupeaux. En France, même si le prix du bio reste un frein pour certains consommateurs, en l'occurrence pour les moins de 35 ans, 59 % des consommateurs confirment leur choix de consommation. Le marché de la viande bio a donc le vent en poupe de l'autre côté de l'Atlantique. ■







**OPÉRATION  
BANDES RIVERAINES**



*JE protège mon cours d'eau  
J'Y gagne sur toute la ligne*

- JE garde mes sols dans mes champs
- J'investis dans la biodiversité
- J'améliore la qualité de l'eau

[www.bandesriveraines.quebec](http://www.bandesriveraines.quebec)







SEMRPQ

# NOUVELLES DE LA SEMRPQ

CATHY MICHAUD, DIRECTRICE GÉNÉRALE, SEMRPQ

C'est sous une formule renouvelée que la SEMRPQ tenait son Assemblée générale annuelle le 6 mai dernier. La formule avec des conférences ciblées en génétique et en reproduction a su retenir l'attention des éleveurs et participants qui étaient présents en grand nombre.

## PRÉLEVÉ PROVINCIAL

### Mise en situation

En 2015, la SEMRPQ a fait face à la perte de son financement principal (Fonds casino). Dorénavant, le financement de l'organisation doit compter sur les revenus provenant de l'adhésion de ses membres, de projets structurants pour nos membres et pour l'industrie, ainsi que de toutes les autres sources de revenus potentielles.

Une politique de financement similaire à celle appliquée par d'autres associations provinciales de moutons de race pure au Canada a été présentée aux membres lors de la dernière

assemblée générale annuelle de la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec le 6 mai dernier. En effet, plusieurs associations provinciales prélèvent un montant additionnel lors de l'enregistrement et/ou du transfert des sujets de race pure des éleveurs de leur province (voir tableau).

### Voici la composition du conseil d'administration 2017-2018:

- *Meggie Parent, présidente*
- *Dominique Brisson, Vice-présidente*
- *Johanne Cameron, secrétaire & trésorière*
- *David Mastine, administrateur*
- *Trenholm Nelson, administrateur*
- *Amélie Fluet, administratrice*

Une résolution a été adoptée à la majorité par les membres à

	Enregistrements (animal < 18 mois d'âge)	Transferts (<6 mois suivants la vente) <small>**de ou dans la province</small>
<b>Québec</b>	11\$ ➔ 12 \$ incl. le prélevé	11\$ ➔ 12 \$ incl. le prélevé
<b>Saskatchewan</b>	12 \$ (1 \$ prélevé provincial)	11 \$
<b>Colombie-Britannique</b>	12 \$ (1 \$ prélevé provincial)	12 \$ (1 \$ prélevé provincial)
<b>Alberta</b>	13 \$ (2 \$ prélevé provincial)	11 \$
<b>Ontario</b>	11 \$	12,80\$ (1,80 \$ prélevé provincial)



l'assemblée générale annuelle à l'effet de mettre en place un prélevé de 1 \$ sur les enregistrements et de 1 \$ sur les transferts applicables à l'ensemble des transactions effectuées de ou dans la province qui sera applicable à partir du 1<sup>er</sup> juin pour l'année 2017. Les modalités de ce prélevé seront remises à l'étude lors de la prochaine assemblée générale des membres de la SEMRPQ.

À la suite de l'analyse d'un récent sondage auprès de nos membres, la Société rédige présentement un plan d'action visant à nous projeter vers l'avant pour les prochaines années. De ce fait, la mise en place de ce prélevé permettra, entre autres, à la SEMRPQ d'investir dans la promotion de la race pure (publicité, tenue d'encan, présentation, articles), puisque la promotion représente une activité pour laquelle nous n'avons plus de financement disponible. Elle permettra de maintenir les services actuels et en développer d'autres à faibles coûts.

## PROGRAMME DE VOLUME

### D'ENREGISTREMENT/TRANSFERT DE LA SCÉM

Le conseil d'administration de la SCEM a mis sur pied un programme visant à encourager un plus grand nombre d'enregistrements et de transferts de sujets de race pure au Canada. Ainsi, les producteurs membres de la SCEM qui effectuent plus de 24 transactions durant une année (enregistrements et transferts) bénéficient d'un crédit qui est variable en fonction du nombre de têtes enregistrées ou transférées durant une année complète :

- 25-49 enregistrements et transferts/année = 1 \$ rabais
- 50-74 enregistrements et transferts/année = 1,50 \$ rabais
- >75 enregistrements et transferts/année = 2 \$ de rabais).

À la fin de l'année, la Société canadienne d'enregistrement des animaux compile la totalité des transactions réalisées par un producteur et émet un crédit au

compte de ce membre. Le producteur membre peut donc utiliser ce crédit pour réduire les frais de ses transactions durant l'année suivante. Les premiers crédits ont été remis aux producteurs membres de la SCEM en janvier 2017. Ces crédits sont basés sur le nombre d'enregistrements et de transferts réalisés en 2016 pour chaque membre admissible (première année du programme).

**Qu'est-ce que ça veut dire pour le Québec en 2017 ?** 51 éleveurs du Québec ont fait plus de 25 transactions (enregistrement et transfert) ce qui totalise 8 728,50 \$ en retour sous forme de rabais pour les prochains enregistrements des éleveurs. Le Québec est une province très active dans le secteur de la race pure. Nos éleveurs bénéficient donc largement de ce nouveau programme. ■

Encans 2017

### Encan de Rimouski

Dimanche, 6 août 2017 à 15 h

Terrain de l'exposition Rimouski

### Encan de Richmond

Dimanche, 20 août 2017 à 14 h

Terrain de l'exposition Richmond

**Vente à l'encan de béliers et de femelles de race pure tous contrôlés au programme d'évaluation génétique GenOvis et génotypés.**

Environ 30 lots dans chaque vente.

Voir le site [WWW.SEMRPQ.NET](http://WWW.SEMRPQ.NET) pour plus de détails.

Catalogue de vente disponible vers la mi-juillet.

*Soyez de la partie, on vous y attend en grand nombre !*





## RÉUNION GÉNÉRALE ANNUELLE DU CEPOQ

# DÉJÀ 20 ANS POUR VOTRE CEPOQ !

HÉLÈNE MÉTHOT, AGR., M.SC., DIRECTRICE GÉNÉRALE, CEPOQ

*F*ière des 20 ans d'existence de l'organisation, l'équipe du Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ) a reçu plus de 60 personnes à sa Réunion générale annuelle (RGA) le 21 avril dernier. À cette occasion, conférences et ateliers se sont succédé, et un rapport annuel soulignant l'anniversaire du Centre a été remis aux participants. De plus, le président des Éleveurs d'ovins du Québec, M. Yves Langlois, et la présidente de la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec, Mme Meggie Parent, ont chacun pris la parole pour souligner l'apport important du CEPOQ au sein de l'industrie au fil du temps.

### **Des conférences diversifiées et un témoignage de producteurs**

Face à un progrès génétique marqué par plusieurs caractères d'importance économique, et ce, pour de nombreuses races ovines, le généticien du CEPOQ, Frédéric Fortin, en a dressé un bref portrait. Pour sa part, Éric Pouliot, anciennement spécialiste en qualité de la viande au CEPOQ (maintenant à l'emploi d'Olymel), a dévoilé les très attendus résultats du projet qui a permis de caractériser la qualité de l'agneau du Québec par rapport à ses concurrents. En fin de journée, en lien avec l'anniversaire du Centre, Frédéric Clerson-Guicherd de l'Université Laval a raconté l'histoire de l'agriculture au Québec depuis la colonisation jusqu'aux plus récents événements. Finalement, les propriétaires de l'entreprise Les Bergeries du Village inc, Yannick et Marc-André Côté, ont accueilli le CEPOQ dans leur ferme pour le tournage d'une capsule vidéo portant sur la santé du troupeau. Des clins d'œil ont aussi été faits du côté de la Ferme-école Mont-Joli-Mitis (Roberto Parent) et de Ferme Laurébois (Roxane Boily et François St-Laurent). Yannick Côté et Roberto Parent étaient égale-

ment présents pour échanger avec les participants, un moment toujours très apprécié par ceux-ci. Cette capsule est maintenant disponible sur le site Internet, la page Facebook et la chaîne vidéo Youtube du CEPOQ.

### **Des ateliers productifs**

Afin de mettre la table pour les ateliers « Vulgarisation & accompagnement de 2<sup>e</sup> ligne » et « Recherche & développement et Santé », Jean-François Doyon, propriétaire de l'entreprise Le Miel D'Émilie, a offert une conférence portant sur l'agriculture à valeur ajoutée et l'importance de maintenir une image de marque. Par la suite, les participants du côté R&D-Santé ont poursuivi le travail quant à l'élaboration d'une reconnaissance des efforts en santé et bien-être animal en production ovine. Du côté de la Vulgarisation, les participants ont été invités à échanger sur l'image du CEPOQ et à proposer des idées pour développer davantage le sentiment d'appartenance des producteurs envers l'organisation. Finalement, de son côté, l'atelier Génétique a traité des récents changements au programme d'amélioration génétique GenOvis, mais aussi des suites à venir.

La formule revampée des ateliers plait aux participants au point où plusieurs ont proposé d'étirer la plage horaire pour cette partie de l'événement. Cette suggestion sera assurément tenue en compte lors de l'édition 2018 !

### **Une fête à venir !**

Afin de souligner plus officiellement les 20 ans du Centre, toute personne intéressée à la production ovine est invitée au Pique-nique ovin provincial. Celui-ci se tiendra le 15 juillet prochain dès 10 h 00 à la ferme de recherche à La Pocatière, anciennement du CEPOQ et maintenant sous la responsabilité du Centre de développement bioalimentaire du Québec (CDBQ). Il s'agit d'une activité familiale regroupant des ateliers à la ferme et au champ, la visite du complexe ovin, des kiosques sous le chapiteau et des jeux gonflables. La journée se terminera par un méchoui, évidemment d'agneau ! Surveillez les publicités à ce sujet.

Le CEPOQ tient à remercier le Réseau Agriconseils de Chaudière-Appalaches pour son soutien financier pour la tenue de cet événement.

# PIQUE-NIQUE OVIN PROVINCIAL 15 JUILLET 2017

**ENTRÉE GRATUITE**  
Beau temps, mauvais temps!



## Programmation

10h00 Accueil

10h15 Présentation de la ferme hôte du CDBQ

### ATELIERS EN SIMULTANÉ

11h00 et 14h45 ► LES ACTUALITÉS FOURRAGÈRES / Coop Fédérée

11h00 et 13h45 ► RÉGIE À ADOPTER DANS UNE INFIRMIERIE OVINE / CEPOQ

11h45 et 14h45 ► GESTION DU PARASITISME : TANINS, RÉSISTANCE ET VIGILANCE! / CDBQ-CEPOQ

11h45 et 14h45 ► SÉLECTION POUR UNE CONFORMATION FONCTIONNELLE & RENTABLE / SEMRPQ

13h45 et 15h45 ► SÉLECTION DES BÉLIERS COMMERCIAUX ET ASTUCES GENOVIS / CEPOQ

16h30 Cocktail des présidents d'honneur

17h30 Méchoui 20<sup>e</sup> anniversaire du CEPOQ sous le chapiteau VALMETAL

### CAUSERIES EN CONTINU

- NOUVEAUX PLANS-TYPE D'AMÉNAGEMENTS BIOSÉCURITAIRES
- ESSAI DES DIFFÉRENTS OUTILS ÉLECTRONIQUES SUR LE MARCHÉ
- STRATÉGIE D'ALIMENTATION DU TROUPEAU OVIN

**Services de CANTINE et de BAR  
disponibles sur place!**

**MÉCHOUI** / Sur réservation jusqu'au 3 juillet 2017. ☎ 418 856-1200, poste 225

28 \$/Adulte; 14 \$/7-11 ans; gratuit/0-6 ans. Inclut une consommation (taxes incluses).

[WWW.CEPOQ.COM](http://WWW.CEPOQ.COM)

**À LA FERME DE RECHERCHE  
OVINE DU CDBQ**



Centre de Développement  
Bioalimentaire du Québec

117, route Ste-Anne  
Ste-Anne-de-la-Pocatière  
418 856-1200



**STOP / BIOSÉCURITÉ**

Avant votre arrivée, nous vous demandons de ne pas être en contact avec des animaux de sites différents de la ferme hôte (douche au préalable) et de porter des vêtements et chaussures propres.

**ATELIERS EN BERGERIE ET AU CHAMP / CAUSERIES  
KIOSQUES SOUS LE CHAPITEAU VALMETAL  
VISITE DE LA FERME / CAPSULES VIDÉO  
MÉCHOUI / JEUX GONFLABLES**

# NOS PARTENAIRES DE L'ÉVÈNEMENT!



Association des  
**Médecins Vétérinaires  
Praticiens du Québec**



**Norbert Morin**  
Député Côte-du-Sud



SYNDICAT DES  
PRODUCTEURS D'OVINS  
DU BAS ST-LAURENT



## Partenaires des espaces & matériels

- ▶ AgroEnviroLab
- ▶ JMP CONSULTANTS
- ▶ Aon Assurances
- ▶ Bureau vétérinaire L'Islet
- ▶ Location JC Hudon
- ▶ Réseau Agriconseils BSL
- ▶ F. Gérard Pelletier inc.
- ▶ Les Services Kopilab

## NOTRE PARTENAIRE PLATINE

# VALMETAL

valmetal.com



# 10 ANS

L'Agence de vente démarrait ses opérations en juin 2007. Dix ans plus tard, qu'en est-il de la situation



**Les objectifs de l'Agence de vente des agneaux lourds sont d'ordonner et améliorer les conditions de mise en marché des producteurs, en misant sur des valeurs communes telles que :**

- **Le développement et l'accessibilité aux marchés pour tous les producteurs**
- **L'équité entre les producteurs**
- **La transparence**
- **La garantie de paiement aux producteurs**



mot de la directrice générale

## Sur les traces de l'histoire pour ordonner la mise en marché de l'agneau

Amina Baba-Khelil, agr. M.Sc., directrice générale, LEOQ

*Ce matin, en arrivant au travail, mes yeux fixaient la plaque d'immatriculation du véhicule que je suivais. Les mots s'imprimaient dans mon esprit comme pour m'imposer un exercice de mémoire « Je me souviens ».*

*L'Agence de vente a eu 10 ans au mois de juin. Pour les plus anciens, c'est une convocation aux souvenirs ou émotions. Pour les nouveaux, l'intérêt ou la curiosité trouveront leur compte dans les tours et détours qui ont amené à la naissance de l'Agence.*

**A**u tout début de cette histoire, certains d'entre nous étions absents. Aujourd'hui, nous sommes dans le présent pour l'écrire et la poursuivre dans le futur. L'objectif de cet article n'est pas de ressusciter le passé ni de le faire revivre mais plutôt de montrer la signification qu'avaient les faits pour ses adeptes.

L'Agence de vente d'aujourd'hui est l'œuvre d'une réflexion, d'une volonté, d'une passion. Ce propos se veut une revue pour mieux comprendre les causes et les origines qui ont amené à sa mise en place. L'Agence de vente a évolué dans le temps, ce n'est pas une



momie mais un organisme vivant, fait par et pour les producteurs. Ce propos est aussi destiné pour s'interroger sur la place qu'occupe cet outil dans l'environnement d'aujourd'hui et celle qu'on veut lui attribuer demain.

Avant la mise en place de l'Agence de vente, plusieurs événements se sont succédés, à travers l'histoire que nous avons pu recomposer et voici la chronologique de quelques-uns d'entre eux.

Après s'être dotés d'un plan conjoint en **1982**, les producteurs d'ovins font le constat que la « liberté commerciale » n'est pas le Klondike. Plusieurs questions revenaient sur le tapis, laissant entendre un certain désarroi dès **1987**. *Que signifie la liberté sans information fiable sur le marché ? Est-ce être libre lorsqu'on fait face à l'isolement pour négocier son prix ? Est-ce tous les producteurs, dans toutes les régions qui bénéficient d'un prix décent ?*

Le génie de l'homme est d'imaginer des solutions devant un problème et c'est ce qu'ont fait les producteurs dès lors.

*Ils ont dit... septembre 1988*

*« Sans argent, pas d'information, sans information, pas de mise en marché ordonnée, sans mise en marché ordonnée, pas de revenus stables. Car actuellement, la « liberté commerciale » de chaque producteur se traduit par des prix fluctuants, une concurrence néfaste entre producteurs d'une même région ou entre différentes régions »*

*Moutonnier et Chevrier du Québec, septembre 1987*

Ils n'ont pas dessiné un mouton pour un petit prince mais songé en groupe à un système pour organiser leur mise en marché ordonnée. Le défi était immense mais le jeu en valait la chandelle.

Il faut se souvenir qu'au **milieu des années 80, le degré d'autosuffisance pour l'agneau du Québec est seulement de 16 %**. Le reste est importé des États-Unis, de la Nouvelle-Zélande et d'Australie. Il y avait de quoi faire, l'horizon était loin d'être bouché. Il fallait agir !

---

## *Ils ont dit... printemps 1988*

*« Les difficultés que connaît la mise en marché de l'agneau ne tiennent pas à un surplus de produits, mais plutôt à un trop grand nombre d'acheteurs. Ceux-ci s'accaparent d'un certain volume d'agneaux en achetant directement à la ferme. Ils peuvent donc se permettre de lever le nez lors des encans et d'offrir un prix plus bas que le taux réel du marché. Et bien sûr, les prix qu'ils offriront ensuite à la ferme seront basés sur le dernier prix payé à l'encan »*

*Moutonnier et Chevrier du Québec, printemps 1988*

---

1988, c'est l'année de la consultation auprès d'autres fédérations spécialisées, de la concertation avec les producteurs en région pour la création d'un canal unique de mise en marché de l'agneau.

À l'été 1988, la Fédération annonce le démarrage du projet d'agence de vente obligatoire par voies d'enchères électroniques et le produit visé est réservé obligatoirement à l'abattage. Les objectifs sont nombreux mais la question centrale est autour de l'auto-discipline (livraison des agneaux selon des normes établies), l'optimisation de l'approvisionnement en qualité et en volume (avec classement et identification), l'amélioration de la circulation de l'information (entre les producteurs et les acheteurs), l'obtention d'un prix avant livraison, le maintien du dynamisme régional à travers les services d'abattage. À bien observer, il s'agissait bien de l'ancêtre de l'agence de vente actuelle.

---

## *Ils ont dit... été 1988*

*« Les acheteurs souhaitent également un système de mise en marché qui permette d'assurer l'auto-discipline des producteurs, de régulariser l'approvisionnement et de rehausser la qualité »*

*Moutonnier et Chevrier du Québec,  
Été 1988*

---

Un mois après le démarrage de l'agence de vente par enchère électronique, le

constat est consternant. Les articles font appel à la solidarité des producteurs. Les statistiques rapportent que seulement 21 % des agneaux abattus sur une période de trois semaines ont été transigés par le biais de l'enchère électronique.

Pendant ce temps, l'offensive est lancée du côté de l'Océanie. Le volume de vente vers le Canada est augmenté, le budget de publicité est multiplié, les coupes disponibles sont diversifiées, même le marché du frais est envahi grâce à un procédé d'emballage sous vide jusqu'à six semaines après l'abattage. Qui dit mieux ? « Les Néozélandais et les Australiens n'ont pas volé le marché québécois qu'ils dominent à outrance : ils l'ont tout simplement accaparé » pouvions-nous lire dans le Moutonnier et Chevrier du Québec de 1989. Il y a des lectures qui nous font méditer, le temps et l'histoire sont-ils linéaires ou cycliques ?

Nous sommes en 1990. Environ huit mois d'opérations après le début,



l'agence de vente est abandonnée. La nature a horreur du vide, dit Aristote. Des regroupements régionaux se développent alors pour commercialiser des agneaux directement aux épiceries. Ils sont au moins cinq regroupements répartis à travers le Québec sous forme de coopératives ou de compagnies (Saguenay-Lac-St-Jean, Bas-St-Laurent, Estrie, Outaouais). Le but est louable car il vise de diversifier le produit, contrôler la qualité, cibler des marchés stables et assurer un prix constant. Toutefois, sans coordination ni mise en marché ordonnée, le système présente des failles.

---

## *Ils ont dit... avril 1992*

*« Il n'y a pas de place pour la concurrence entre nous face à un marché très dur qui ne nous fait pas de cadeau et qui a d'autres moyens que les nôtres pour nous compétitionner. Il est bon de répéter encore et encore que ce n'est que dans la concertation et dans le cadre d'une mise en marché ordonnée, disciplinée, avec des règles contraignantes de fonctionnement et une qualité et un approvisionnement constant que nous nous en sortirons. » message du président Marc Cavalier.*

*Le Bulletin d'info, Avril 1992*

---

En 1994, la Fédération réalise une session de réflexion et d'orientation. L'organisation de la mise en marché doit passer par l'agneau lourd en premier. Des pressions sont signifiées par la Financière pour organiser une mise en marché ordonnée dans l'agneau. L'UPA lors de son congrès spécial sur la crise des revenus, donne son appui à la Fédération pour le projet. Tout se met en place pour que les travaux avancent et le projet est alors relancé en 1996.

2002

En **septembre 2002**, la Fédération tient une assemblée spéciale et le feu vert est donné pour l'adoption de la mise en place de l'Agence de vente. Les producteurs viennent de vivre un épisode de faible prix durant l'été. Un autre type de travail se met en branle à ce moment-là pour préciser le règlement sur la mise en vente, négocier la convention avec les acheteurs, encadrer la classification des agneaux, appliquer le règlement sur l'identification des ovins, mettre en place le règlement sur les responsabilités financières, finaliser les outils informatiques. Les pronostics de l'époque pour le démarrage des opérations étaient pour avril 2003. Dans la réalité, le projet est adopté en 2006 par la Régie des marchés agricoles et c'est en juin 2007 que les opérations de mise en marché de l'agneau lourd par le biais de l'Agence de vente débutent.

**Autant le dire, c'est un travail de longue haleine qui a suscité des débats houleux et passionnés mais surtout qui a nécessité une grande ténacité.**

Il y a 10 ans, l'Agence de vente voyait le jour mais sa conception remonte à beaucoup plus loin. C'est simple, sa gestation a duré au moins 20 ans. Ce constat corrobore le fait qu'une décision n'est jamais simple à prendre, elle ne fait pas toujours l'unanimité, elle a besoin d'un temps propice et d'une conjoncture favorable.

À travers ce regard sur le passé, ce qui nous paraît intéressant à relever, ce sont les déterminants qui ont amené cette prise de décision. Il s'agit en premier lieu du déséquilibre dans les rapports commerciaux entre acheteurs et vendeurs qui prévalaient à l'époque.

D'ailleurs, cette question était soulevée car sur la trame de fond se profilaient les crises sur le revenu que les producteurs vivaient de façon récurrente. En second lieu, le besoin du marché qui a évolué puisque les acheteurs eux-mêmes demandent d'avoir accès à un produit classé et à une garantie d'approvisionnement et d'informer les producteurs sur le type d'agneaux recherchés. En troisième lieu, le manque de coordination entre les regroupements régionaux pour la commercialisation qui a provoqué une concurrence entre les divers joueurs et de façon inéluctable une guerre de prix et une instabilité de l'offre. **L'idée de mettre en place un outil de mise en marché venait d'un besoin qui se faisait sentir autant par les producteurs que par les acheteurs.**

Ce retour en arrière, bien que synthétique ne nous fait pas réfléchir à notre passé tant à notre futur. La machine avec l'outil que nous avons est certes huilée et bien rodée, a-t-elle besoin d'être améliorée ? Certainement, car l'humain est perfectible et se définit par le progrès. Le couple producteurs/acheteurs est rendu aujourd'hui mûre, de sorte qu'ils réfléchissent ensemble sur ce qui les rallie. Dans un contexte de forte déréglementation au niveau des politiques agricoles, de formation des marchés, d'instabilité des prix et de concentration de la concurrence, il est urgent de se positionner avec nos partenaires.

**Notre objectif est de répondre à ce que le consommateur attend de nous. Nous sommes dans l'ère où la personne qui pousse le chariot dans une épicerie passe avant le chariot. Elle a des exigences et veut les faire entendre. Alors, à nous tous de les entendre si on veut faire encore partie de la recette comme dirait le slogan !** ♦



Agence de vente des agneaux lourds

## Un outil qui nous unit depuis une décennie

Raphaël Chevalier, M. Sc., coordonnateur des activités de mise en marché, LEOQ

*Fruit d'une longue gestation, le 4 juin 2007 marquait le début des opérations hebdomadaires de l'Agence de vente des agneaux lourds du Québec. L'Agence est un outil collectif mûri par les producteurs, pour les producteurs. Il est temps d'en souligner ses forces.*

Cet outil de commercialisation permet au producteur, qu'il ait un agneau lourd ou 100 à vendre, qu'il habite notre terroir à un ou 1 000 km de l'abattoir, d'obtenir le prix du marché pour le fruit de ses efforts d'élevage. Cet accès au marché est maintenant un acquis. La mise en marché collective, en plus de faciliter la vie au « producteur qui aime produire, mais qui n'aime pas commercer », laisse des options de commercialisation à ceux qui recherchent la valeur ajoutée et le contact avec le client : vente à la ferme, kiosque dans un marché public, vente à des restaurateurs, épiceries, boucheries ou distributeurs en tant que producteur-acheteur, demain vente en ligne au bout d'un clic, les possibilités sont plurielles.

Au démarrage de l'Agence, il y avait bien sûr des petits irritants causés par le nouveau mode de fonctionnement. Les employés tentent de fournir, dans la mesure du possible, un service qui tient compte des habitudes des producteurs et des acheteurs. La nouveauté demande une adaptation et de la bonne volonté de la part de tous. L'existence d'un Règlement et d'une Convention peut sembler bien lourde et quelque peu rigide, mais ces ententes donnent une structure à la mise en marché collective et permettent des **règles claires, appliquées avec équité.**

Après 10 ans, nous avons atteint une certaine **stabilité dans le fonctionnement des opérations.** Nous travaillons dans un esprit d'optimisation pour donner un **meilleur service** et une

meilleure satisfaction. Autrefois embourbé dans la saisie manuelle des mémoires d'abattage ou des résultats de classification, le personnel de l'Agence se consacre plus aujourd'hui au suivi des demandes et interrogations des producteurs.

En parlant de stabilité, l'Agence est aussi une **stabilité de revenu** pour le producteur. Les pics et creux du marché sont tempérés, le producteur n'a pas non plus à courir après son argent. C'est bien vrai qu'au départ, la garantie de paiement ne rimait pas avec garantie d'être payé le jeudi ! Les paiements sont maintenant réguliers. Bien sûr, on souhaite toujours que le prix obtenu soit juste et assure une bonne rentabilité.

Le poids de l'offre collective permet d'avoir plus de poids à la table de négociation. Et c'est en toute connaissance de cause que nous pouvons mieux **négo-cier selon les conditions du marché.** Une vigie des marchés nord-américains, les missions chez nos voisins et les relations avec des producteurs hors Québec permettent de mieux comprendre les fluctuations de prix. Une formule de référence de prix permet aussi plus d'objectivité dans les négociations.





---

### *Le prix Jean-Paul-Raymond*

*En 2007, la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec a remporté le Prix Jean-Paul-Raymond pour son projet d'envergure provinciale « l'Agence de vente des agneaux lourds ».*

*Rappelons que le Prix Jean-Paul-Raymond vise à récompenser et à mettre en valeur une équipe d'agricultrices et d'agriculteurs ayant mené à bien une action collective en vie syndicale.*

---

Le système d'engagements annuels offre aux acheteurs une sécurité d'approvisionnement. Pour l'acheteur, c'est le pilier fondamental de son entente avec Les Éleveurs d'ovins. Dès le début de l'Agence, le volume était au rendez-vous avec déjà 1 200 agneaux par semaine après quelques semaines d'opérations. La prévisibilité de l'approvisionnement au-delà de l'engagement annuel reste toutefois à améliorer pour assurer aux acheteurs ce qu'ils demandent et les sécuriser par rapport à leurs efforts de développement.

Notre relation avec les acheteurs s'est construite au fil du temps, elle nous procure aujourd'hui un bon *feed-back* sur les exigences du marché en termes de qualité des agneaux livrés. Le **service de classification** est, encore davantage pour le producteur, un retour sur la qualité produite. Depuis la création de l'Agence, ce service s'est amélioré et a été élargi à de plus en plus d'abattoirs. Connaître ses résultats de classification permet au producteur d'adapter la qualité produite. L'industrie de l'agneau lourd doit constamment veiller à ne pas être jugée comme une viande trop grasse dans un contexte où le consommateur scrute son assiette.

Les volumes importants transigés en cumulant les offres présentent aussi un levier pour diminuer les coûts de transport. Le travail de **coordination du transport** grâce à la mise en marché collective permet d'assurer un volume adéquat pour les transporteurs et permettre aux frais de diminuer auprès des utilisateurs.

La mise en marché collective permet aussi d'investir les ressources qui permettent de **résoudre les problèmes et d'engager l'expertise nécessaire pour trouver ou mettre en place des solutions**, que ce soit au niveau agronomique, économique, marketing, juridique ou informatique. L'Agence peut réaliser des projets ou être partenaire de projets du CEPOQ ou de l'Université Laval. Elle peut réaliser

des missions pour mieux connaître les marchés et les concurrents, et surtout rendre disponibles ces informations pour les producteurs.

Depuis juin 2007, un total de 937 entreprises ont livré des agneaux lourds, et plus de 100 entreprises avec un engagement annuel situées dans toutes les régions du Québec livrent périodiquement des agneaux à une dizaine d'abattoirs. L'industrie de l'agneau lourd permet à ces entreprises de vivre de la production ovine. **Les répercussions de leur activité économique sont importantes pour les régions, pour l'occupation du territoire, et pour l'industrie agroalimentaire de la transformation et de la vente au détail.**



## **Cent fois sur le métier...**

Transiger dans un système avec ses réglementations et exigences administratives peut sembler un fardeau et augmenter la perception d'être de plus en plus un producteur de « paperasse ». P3, P4, P6, parfois aussi A3, A4, et P7 quand cela ne va pas, c'est en effet plus d'heures de bureau pour ordonner le tout. Cette situation est un fait qui prévaut à tous les niveaux mais avec l'amélioration des technologies, certaines tâches sont maintenant moins laborieuses. L'Agence est soucieuse de réduire la charge administrative à la ferme et a toujours tenté de s'adapter au niveau technologique de chacun de ses utilisateurs. L'Agence qui envoyait sur demande les classifications aux producteurs offrira au producteur dans un horizon pas si lointain la possibilité de consulter son dossier, classifications, offres, livraisons et paiements, en ligne.

La mise en marché collective n'a pas non plus solutionné tous les problèmes du jour au lendemain. L'Agence est aussi tributaire des faiblesses de l'industrie : attrait difficile pour la relève, baisse de l'appui et de l'engagement financier de l'État, les coûts de production élevés et la rentabilité difficile. L'industrie de l'agneau lourd a connu plusieurs cycles d'inadéquation entre l'offre et la demande, de surplus à pénurie, un ping-pong qui se joue quasiment d'une année à l'autre. Le manque de volume pour combler la demande des différentes fêtes religieuses est un défi non négligeable qu'il faudra relever. Depuis quelques années, le volume d'agneaux lourds produits diminue et la situation est préoccupante car la demande et les pronostics futurs vont vers une augmentation des besoins du marché, qui se combleront aisément à l'aide de produits importés. Améliorer les prévisions de production est un défi tout à fait réalisable si l'industrie y mettrait l'effort nécessaire.

Bien sûr, toute action collective peut aussi sembler bien lourde aux pionniers bénéficiant d'une situation géographique ou commerciale favorable. L'Agence de vente peut sembler un frein à la liberté, certains ont même l'impression de payer pour les autres. Il est toutefois, important de se rappeler que :

**«seul, on va plus vite,  
ensemble, on va plus loin.»**

## **Et si on regardait un peu plus loin...**

**Qu'arrivera-t-il à l'Agence de vente dans les 10 prochaines années?**

- Un changement informatique en élaboration permettra la valorisation des données à la ferme grâce à un accès en ligne améliorée.
- Un travail de valorisation globale des données de classification sera entamé.
- La qualité du produit ira encore en s'améliorant pour répondre aux diverses demandes des consommateurs.
- Les fruits d'une réflexion sur l'approvisionnement pour répondre à la forte demande auront motivé les Éleveurs à se donner des cibles de croissance mesurables et aideront à trouver des moyens pour les atteindre.
- Le travail de sensibilisation et de promotion auprès des consommateurs portera ses fruits, et l'industrie tiendra ses promesses.
- Même si la consommation de viande diminue, le consommateur adopte le «moins, mais mieux» et il choisira l'agneau du Québec pour ses qualités.
- Nous continuerons de travailler en collaboration avec la recherche, et l'innovation nous permettra de faire face à nos prochains défis.
- L'industrie aura développé des outils pour mieux intégrer la re-



lève et les nouvelles fermes, qui seront les piliers et leaders de l'industrie de demain.

- Les besoins en agneau du Québec seront comblés à plus de 55 % par la production alors qu'ils ne sont qu'à 46 % aujourd'hui. Pourquoi pas? Car pour réaliser ce qui est grand, il faut voir grand!

*Célébrer les 10 ans d'opération de l'Agence de vente des producteurs, c'est célébrer sa propre fierté. L'Agence a été mise sur pied par les producteurs, pour les producteurs. Comme un outil de travail au champs, c'est à chaque éleveur d'agneau lourd que revient la responsabilité de l'utiliser de son mieux, d'offrir des solutions quand des éléments deviennent moins optimaux, pour mieux la faire évoluer et voir croître notre industrie. L'Agence, c'est notre outil collectif. ♦*

10 ans d'activités à l'Agence de vente des agneaux lourds

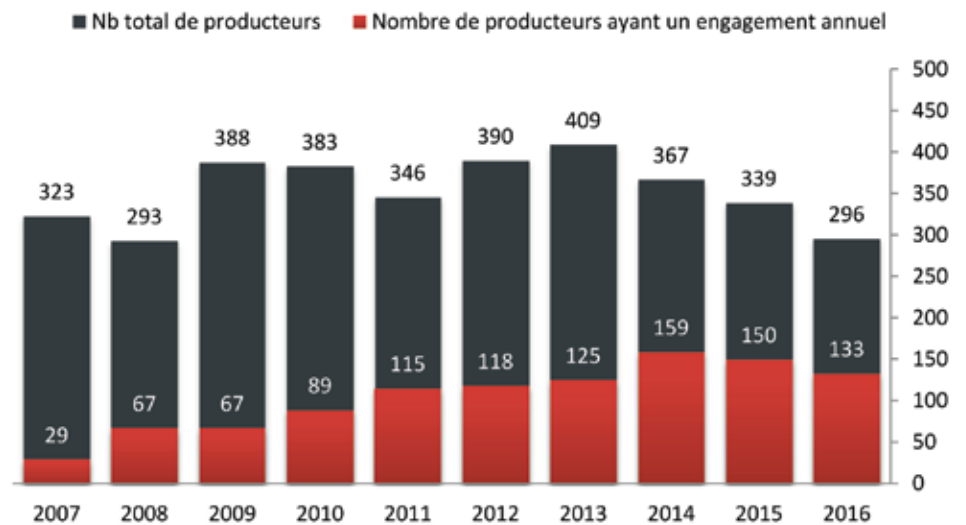
## Portrait statistique

Rock Éric Hounhougan, M.Sc., Agent de mise en marché, LEOQ

Les premières activités de l'Agence de vente ont débuté au courant du mois de juin 2007. Après dix années d'opération, il sera judicieux de dresser un portrait global et chronologique de ces activités. Le présent article a pour but de répondre à cet objectif. Les données présentées dans ce cadre couvrent la période allant de juin 2007 à décembre 2016. Les données pour l'année 2017 n'étant que partielles, elles n'ont donc pas été intégrées dans ce portrait.

Depuis la création de l'Agence de vente, le nombre total de producteurs ayant transigé des agneaux lourds par l'Agence de vente s'élève à 937. En 2008, on comptait au total 293 producteurs inscrits à l'Agence avec 23 % d'entre eux qui possédaient un engagement annuel. En 2016, avec un total de 296 producteurs, 45 % d'entre eux avaient un engagement annuel.

Quant aux volumes écoulés en engagements annuels par rapport aux ventes hebdomadaires, on remarque une nette évolution au cours du temps. En 2008, 35 % du volume total était transigé en engagement annuel tandis qu'en 2016, ce volume a atteint 80 % du volume total transigé.



Graphique 1. Évolution du nombre de producteurs engagés avec l'agence de vente depuis sa création



## Marché des agneaux lourds réguliers 2007-2016

Un volume de plus de 630 000 agneaux lourds réguliers<sup>1</sup> a été mis en marché depuis la création de l'Agence de vente pour un chiffre d'affaires total avoisinant 119 millions \$. Entre 2008 et 2016, une augmentation de 10 % des agneaux mis en marché a été enregistrée. Le prix moyen de l'agneau en 2007 était de 7,18 \$/kg carcasse et a évolué au fil du temps. Les prix avaient atteint leur niveau le plus élevé au courant de l'année 2015 avec 9,47 \$/kg carc.

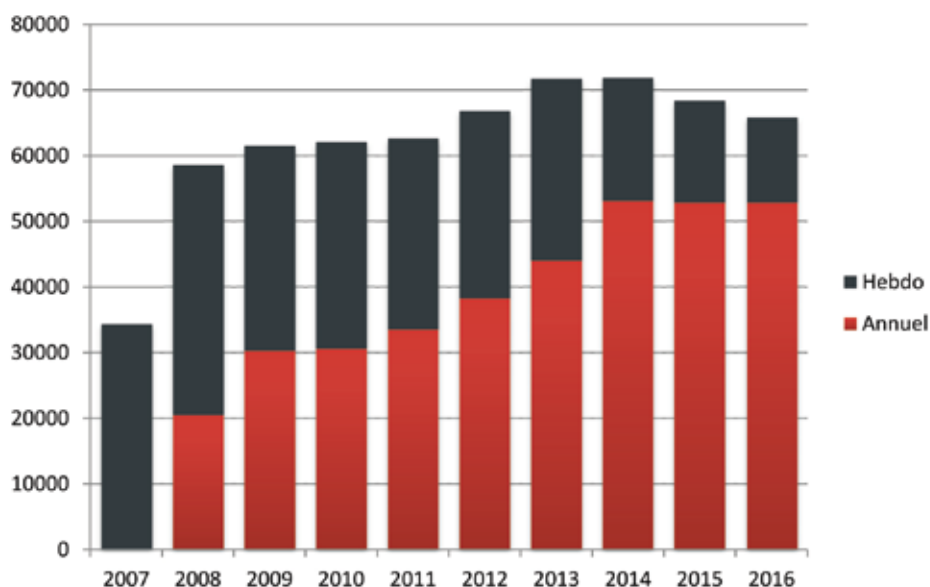
De 2007 à 2016, un volume total de près de 11 000 agneaux spécifiques (nourris aux algues et biologiques) a été mis en marché par l'Agence de vente. Le volume d'agneaux spécifiques représente environ 2 % du volume d'agneau total mis en marché par l'Agence de vente entre 2007 et 2016.

## Classification des agneaux lourds

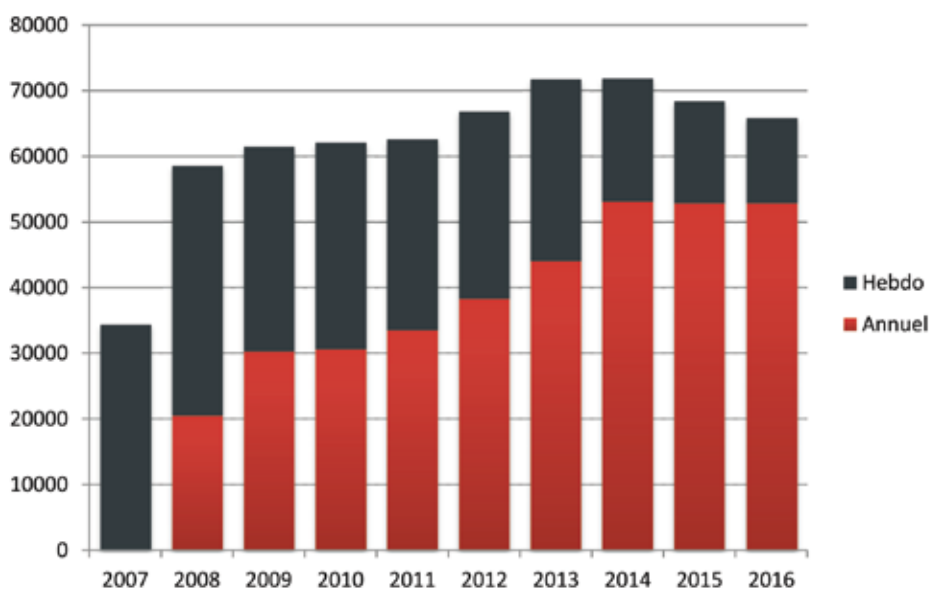
### Gras dorsal

L'amélioration de la qualité des carcasses demeure un défi pour la mise en marché car les agneaux se situant dans la cible recherchée<sup>2</sup> sont plus faciles à écouler. Cependant, il n'en demeure pas moins qu'environ 17 % du volume, soit plus de 100 000 agneaux, ont été transigés avec une mesure de gras dorsal supérieure ou égale à 16 mm. L'incidence sur le paiement n'est pas moindre car l'indice de prix est négativement affecté par une mesure de gras trop élevé. À partir de 16 mm de gras, l'indice varie en moyenne entre 70-93 % du prix négocié.

Le tableau suivant résume les statistiques relatives aux strates de poids et de gras enregistrées entre 2007 et 2016. Les données montrent que l'objectif de poids recherché (20-24 kg) a été atteint à 57 % tandis que l'objectif de gras (7 à 11 mm) est de 44 %. Cependant, lorsque les deux critères sont considérés conjointement, seulement un quart du volume total transigé par l'Agence de vente a été livré avec les critères correspondant aux attentes du marché.



Graphique 2. Évolution des volumes écoulés en engagements annuels par rapport aux ventes en hebdomadaires depuis la création de l'agence de vente.



Graphique 3. Prix moyen \$/kg car et volume d'agneaux lourds réguliers transigés par l'agence de vente depuis sa création.

Tableau 1. Statistiques descriptives de la qualité des carcasses d'agneaux lourds transigés par l'agence de vente depuis sa création.

Strates de poids	Strate de gras				Total général
	0-6 mm	7-11 mm	12-15 mm	16 mm et +	
0-16,39 kg	0,40 %	0,30 %	0,10 %	0,21 %	1,01 %
16,4-19,99 kg	2,90 %	7,60 %	2,90 %	0,54 %	13,94 %
20-24 kg	3,39 %	26,50 %	18,30 %	8,90 %	57,09 %
24,01 kg et +	0,46 %	9,90 %	10,20 %	7,40 %	27,96 %
Total général	7,15 %	44,30 %	31,50 %	17,05 %	100,00 %

<sup>1</sup>Agneaux n'étant soumis à aucun cahier des charges développé et certifié

<sup>2</sup>La cible recherchée est une carcasse ayant un poids se situant entre 20-24 kg avec un gras mesuré de 7 à 11 mm

Le graphique 4 résume pour sa part, la situation qui a prévalu en 2016. Nous pouvons retrouver seulement un quart du volume qui a été transigé dans la cible se situant entre 20 et 24 kg et ayant une mesure de gras entre 7 et 11 mm. Par rapport à ces critères, l'année 2016 représente quasiment la même image que la période étudiée (2007-2016).

### Poids des agneaux

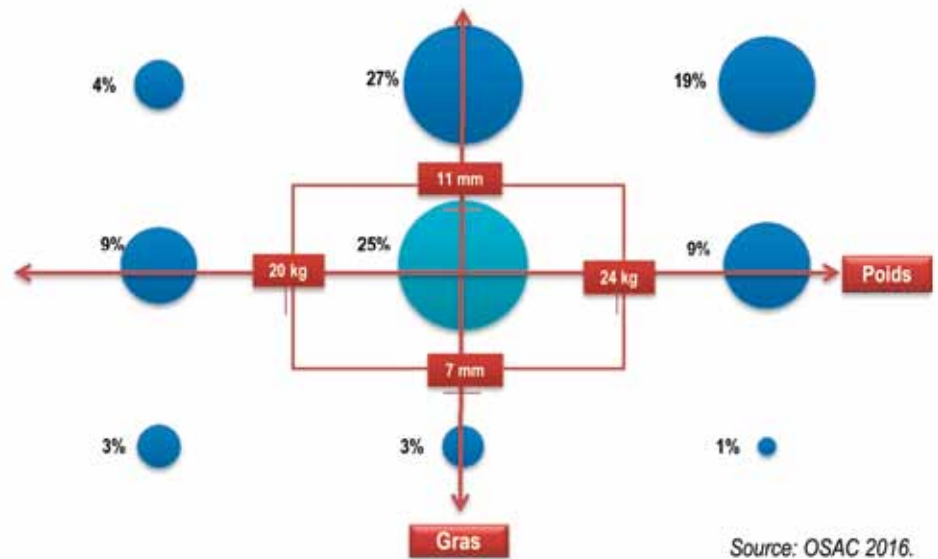
Quant à la répartition des agneaux lourds en termes de poids carcasse, elle est restée stable entre 2007 et 2016. En moyenne, 57 % des agneaux mis en marché au cours des 10 années précédentes se situent dans les catégories de poids demandées entre 20 et 24 kg. Les agneaux de plus de 26 kg carcasse représentent 10 % du volume total des agneaux transigés par l'Agence de vente entre 2007-2016. Il est important de préciser que les agneaux de plus de 26 kg carcasse représentent une problématique pour de nombreux acheteurs. Les données montrent une légère tendance à produire des agneaux plus pesants à partir de 2012. En moyenne, 3 000 agneaux supplémentaires/année ont été produits entre 2012 et 2016 avec un poids supérieur à 26 kg comparativement aux agneaux produits entre 2007 et 2011.

### Indices

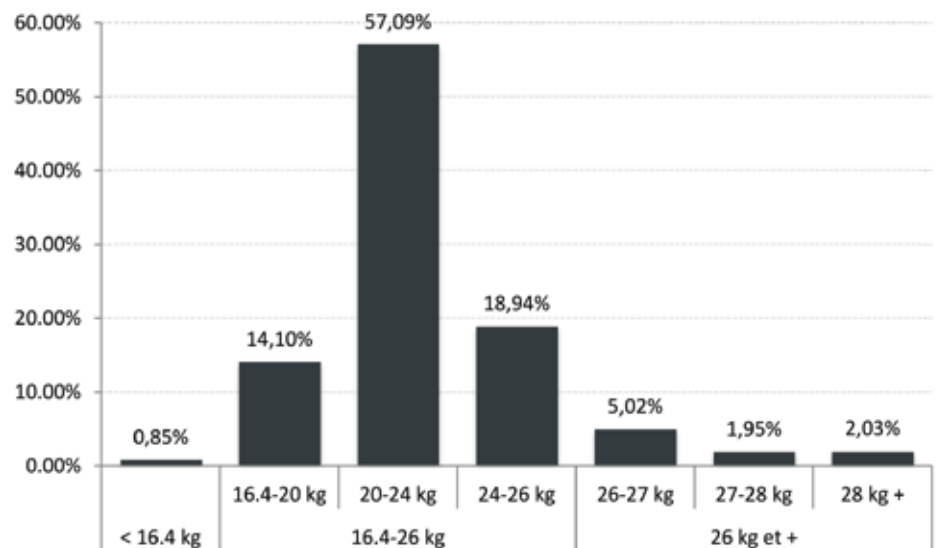
Étant donné que la qualité des carcasses peut aussi être appréciée par l'indice obtenu après la classification, il convient d'examiner l'évolution des moyennes d'indices au cours des 10 années écoulées. Sur une échelle de 76 à 106, l'indice moyen est passé de 98,78 en 2007 à 98,99 en 2016 pour les femelles et de 100,66 en 2007 à 102,21 en 2016 pour les mâles. La comparaison des moyennes d'indices entre les mâles et les femelles montre que les mâles obtiennent en général un meilleur indice que les femelles.

### Âge des agneaux

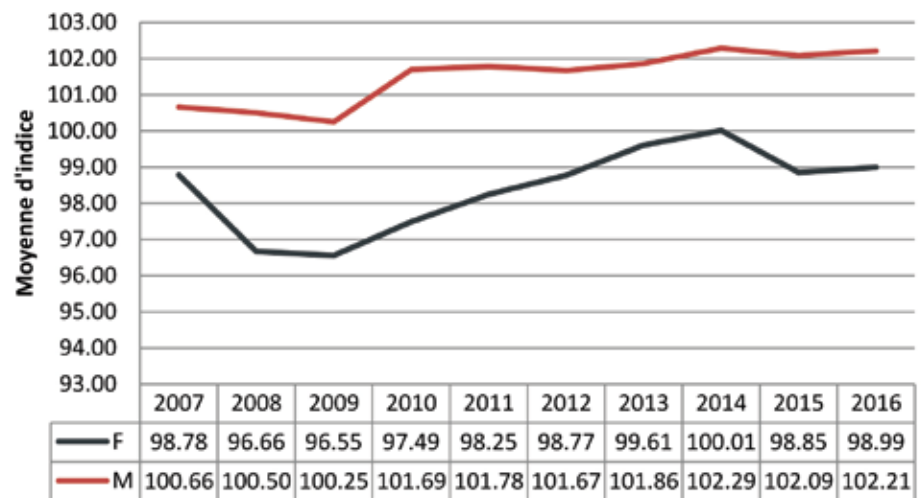
L'âge moyen des agneaux transigés par l'agence de vente entre 2007 et 2016 est passé de 165 jours en moyenne en 2007 à 171 jours en 2016. Cette information est basée sur les déclarations faites par les producteurs lors de l'enregistrement des boucles chez ATQ. Toutefois, il est



Graphique 4. Répartition des agneaux lourds en fonction du poids et du gras dorsal en 2016.



Graphique 5 Répartition des agneaux lourds entre 2007-2016 par poids carcasse.



Graphique 6. Évolution de l'indice des agneaux lourds entre 2007-2017 par sexe.

important de préciser qu'en moyenne 14 % des déclarations de l'âge des agneaux présentent des anomalies, par exemple, il est possible de trouver des déclarations d'agneaux ayant été abattus avec un jour d'âge. Ces données doivent donc être traitées avec prudence.

## Autres marchés des agneaux lourds 2007-2016

### Ventes directes aux consommateurs & encans spécialisés

Depuis 2009, un volume total de 51 204 agneaux a été déclaré en ventes directes aux consommateurs. Ce volume a évolué de façon constante depuis 2010 et a connu son niveau le plus élevé en 2013 avec plus de 8 000 agneaux. Le nombre de fermes étant impliquées dans les ventes directes au consommateur a lui aussi suivi une évolution constante de 2010 à 2013 avant de connaître une légère baisse à partir de 2014. La stabilité du volume des ventes pourrait démontrer une certaine constance dans la demande des consommateurs par le biais de ce mode de commercialisation, mais la diminution du nombre de fermes impliquées pourrait signifier une perte d'intérêt pour ce type de vente au profit d'autres modes de commercialisation. Le nombre moyen d'agneaux vendus par ferme en 2016 était de 41 agneaux, soit près du double du volume transigé par ferme en 2009.

Les données statistiques disponibles entre 2010 et 2016 montrent qu'un volume de 17 750 agneaux a été écoulé lors des encans spécialisés pour l'Aïd. Depuis 2010, le volume des ventes aux encans spécialisés fluctue selon les résultats financiers de l'année précédente.

Tableau 2. Statistiques descriptives des ventes à la ferme 2009-2016

Année	Volume d'agneaux vendus	Nombre de fermes impliquées	Nombre moyen d'agneaux vendu/ferme
2009	819	39	21
2010	6 564	216	30
2011	7 193	214	34
2012	7 075	211	34
2013	8 086	213	38
2014	7 483	198	38
2015	6 840	171	40
2016	6 565	162	41

Tableau 3. Statistiques descriptives d'encans spécialisés entre 2010-2016

Année	Volume d'agneaux vendus	Nombre de fermes impliquées	Nombre moyen d'agneaux vendu/ferme	eaux vendu/ferme
2010	3 222	154	48	67
2011	2 623	79	42	62
2012	3 153	113	31	102
2013	1 636	72	28	58
2014	2 252	88	32	70
2015	3 749	105	38	99
2016	1 115	28	29	38

Pour le secteur ovin, les ventes des sujets reproducteurs sont admissibles au programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) sous certaines conditions. Ces ventes se font directement par les producteurs, elles sont toutefois enregistrées par le biais du système informatique de l'Agence de vente. Il s'agit ainsi d'opérations connexes. Entre 2009 et 2016, ces ventes ont totalisé un volume de plus de 43 000 agneaux. Les quantités vendues par année ont été stables depuis 2010 avec un volume moyen annuel de 6 100 sujets reproducteurs vendus par année.

En somme, l'Agence de vente a fait de grandes avancées à travers l'analyse

des différents indicateurs de performances dont les statistiques qui ont été présentées dans le présent article. Cependant, face à un marché en perpétuelle évolution, l'Agence de vente des agneaux lourds fait face à divers défis tels que l'approvisionnement en volume et en qualité afin de répondre aux besoins du marché. Pour ce qui est des opérations, celles-ci ont connu des développements en continu au cours des dernières années. Il est question dans le futur de mettre en place des outils de valorisation de données, plus accessibles et plus interactifs afin de permettre aux producteurs de se positionner sur le marché avec comme force principale, la qualité des agneaux produits et élevés au Québec. ♦



# Un système bien en place

Marion Dallaire, chargée de communication, LEOQ

*Déjà 10 années se sont écoulées depuis le jour 1 de l'Agence de vente. Espérée par les producteurs ovins depuis plusieurs années, la mise en place de ce système de commercialisation a demandé un travail colossal. Les Éleveurs d'ovins du Québec (LEOQ) ont rencontré des producteurs ainsi que le président qui était à la tête de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ) au moment de démarrer l'Agence de vente pour témoigner de leur expérience.*

## Président de 1999 à 2016

Monsieur Langis Croft était à la présidence de la Fédération depuis plusieurs années au moment du démarrage de l'Agence de vente. Il nous rappelle la conjoncture des années précédant le début de l'Agence et les premières années qui ont suivi.

L'Agence de vente est le résultat d'une démarche des producteurs qui a duré 20 ans. « Lors de mon arrivée à la présidence en 1999, les démarches pour une mise en marché collective étaient déjà entamées par les présidents précédents, madame Desneiges Pépin et monsieur Marie-Antoine Roy. Il faut souligner que lors du mandat de ce dernier, un encan par enchère électronique qui n'a pas donné les résultats escomptés avait été mis en place » rappelle monsieur Croft. « Avant la mise en place de l'Agence, plu-

*« L'accès à une mise en marché ordonnée permet l'accessibilité, l'équité et un paiement assuré pour tous les producteurs. »*

*Langis Croft, président de la FPAMQ, 1999 à 2016*

sieurs organismes régionaux s'étaient formés pour fournir leur marché 12 mois par année et assurer une certaine régularité de l'offre. Toutefois, les organismes régionaux n'étaient pas accessibles à tous les producteurs de la province alors que ces derniers voulaient avoir accès à ce type de mise en marché. De plus, les prix différaient entre les divers organismes et les producteurs étaient à la merci des différents acheteurs qui pouvaient faire baisser les prix » mentionne monsieur Croft. Certains producteurs ont également connu des problèmes de paiement.

Suite à plusieurs consultations, la mise en marché sous forme d'Agence de vente a été adoptée. Les organismes régionaux avaient des réticences face à la mise en place d'une Agence et par respect pour leur travail, ils ont été intégrés dans les débats et traités au même titre que les acheteurs d'agneaux lourds. Cette Agence n'aurait pas vu le jour si la Fédération n'avait pas permis à ces organismes et aux producteurs qui réalisaient leur propre commercialisation d'avoir leur place au sein de l'Agence.

En 2002, le feu vert à la mise en place de l'Agence de vente des agneaux lourds a été donné en assemblée générale annuelle. Les délais entre le vote en 2002 et le départ de l'Agence en 2007 ont été longs autant pour les diverses consultations que pour les décisions qui devaient être rendus par la Régie des marchés agricoles mais cela a permis d'améliorer le système de classification, de traçabilité et de régler plusieurs détails. Cette période a donc été bénéfique pour l'organisation.

Monsieur Croft ajoute, « l'aide obtenue par l'Union des producteurs agricoles (UPA) a été importante. Cette aide, autant au niveau des ressources humaines que financière a permis à l'Agence de vente de voir le jour. La FPAMQ a pu profiter de l'expertise des ressources d'autres secteurs afin d'éviter de faire les erreurs qui ont pu arriver par le passé dans un contexte similaire. Sans l'apport financier de l'UPA, la FPAMQ n'aurait pas eu les moyens de démarrer l'Agence, on peut citer en exemple, les fonds pour les conseillers juridiques. »

Le développement de l'Agence de vente depuis son démarrage s'est fait dans l'harmonie avec tous les partenaires que ce soit l'UPA, le MAPAQ, la FADQ ou les acheteurs. L'harmonie, le respect et la rigueur restent les clés du succès au bon déroulement de la mise en place de l'Agence selon M. Croft.

En abordant la question de sa vision d'avenir, M. Croft mentionne : « L'Agence aura comme défi de consolider la production ovine pour la développer et éviter que les catégories lait-légers viennent compromettre l'agneau lourd. L'harmonisation au niveau canadien, soit les trois principales provinces productrices d'agneau est également importante ».

### **Gestion Nissard : répondre aux besoins du marché ...**

L'entreprise Gestion Nissard à Saint-Benoit-Labre, propriété de madame Véronique Boulet et monsieur Roland Lessard, transige des agneaux lourds depuis les débuts de l'Agence de vente. En production depuis 2000, l'entreprise familiale qui avait débuté avec 16 brebis, en possède aujourd'hui 850. Production axée principalement sur l'agneau de marché, ils produisent une partie des brebis de remplacement. De plus, l'alimentation des animaux est en grande partie produite sur la ferme. Les propriétaires peuvent compter sur l'appui de leurs enfants.

Aujourd'hui, Gestion Nissard ne produit que l'agneau lourd. Avec un contrat de 90 agneaux sur une période de 3 semaines, en plus des agneaux offerts en vente hebdomadaire, ils sont à l'aise avec les opérations de l'Agence. Pour madame Boulet, l'Agence de vente diminue le travail du



Gestion Nissard, une entreprise familiale



producteur par rapport aux démarches de mise en marché. L'Agence de vente assure également une régularité de paiement et motive le producteur à améliorer la qualité et le rendement de chacun des agneaux.



Pour répondre au besoin du marché et diminuer les interventions humaines, les propriétaires de l'entreprise investissent dans l'automatisation. Les tâches automatisées sont reliées à l'alimentation, la ventilation, l'éclairage et depuis mars 2016, une balance triage automatique a été installée dans le parc d'engraissement. « Depuis que nous utilisons la balance, le poids des agneaux est toujours juste et notre indice s'est beaucoup amélioré » mentionne madame Boulet. « Cette installation a demandé du travail, entres autres, pour la relier avec le logiciel Bergère que nous utilisons, mais ce qu'on gagne aujourd'hui en valait la peine. Le tri des agneaux est grandement facilité et selon leur poids et leur âge, tout est ajusté afin d'avoir un rendement maximum pour chacun des agneaux » ajoute-t-elle. Depuis 2014, de nouveaux bâtiments ont été construits. Cela a permis au couple d'augmenter le cheptel et de produire sous photopériode afin de transiger l'agneau lourd tout au long de l'année.

Le fonctionnement global de l'Agence est allégé pour les propriétaires de l'entreprise « Comme tout est informatisé, cela facilite le fonctionnement » dit madame Boulet. « Les délais peuvent être parfois courts et il est possible pour nous d'oublier d'annoncer les agneaux, mais le personnel de l'Agence est toujours disponible pour nous aider. » Pour l'avenir... « Une Agence de vente toujours en place, elle ne doit pas partir ! »

## La Ferme Bélisle, race pure, F1 et agneaux lourds

Situé à Saint-André-Avellin, la Ferme Bélisle, propriété de madame Sylvie Lefebvre et monsieur Jean Bélisle est en production ovine depuis près de 15 ans. Cette entreprise est spécialisée pour produire des animaux de race pure Romanov, des F1 et des agneaux lourds. Une partie du fourrage est de plus produit par l'entreprise. Possédant un troupeau de 125 brebis, monsieur Bélisle travaille également à temps partiel à l'extérieur.

Le Ferme Bélisle possède un engagement annuel jumelé de quatre agneaux aux deux semaines. « *Au départ, notre production ne nous permettait pas d'avoir un contrat annuel individuel par rapport aux exigences de l'Agence de vente. Aujourd'hui, nous pourrions avoir un contrat seul, mais nous apprécions notre situation actuelle. Nous préférons la conserver* » mentionne le couple. En effet, madame Lefebvre ajoute les avantages d'entraide qu'amène le contrat jumelé concernant le transport des agneaux et la complémentarité : « *nous avons déjà dépanné l'entreprise conjointe afin qu'il n'y ait pas de manquement dans le contrat et eux transporte nos agneaux. Nous travaillons toujours en vue de ne pas avoir de manquement à l'Agence ; nous avons pris un plus pe-*

*tit contrat, ce qui nous permet d'avoir du jeu. Lorsque nous avons besoin, nous vendons les agneaux supplémentaires en vente hebdomadaire* ».

Pour répondre à la demande régulière que requiert un engagement annuel, nous avons ajusté nos méthodes de travail. Depuis cette année, nous produisons sous photopériode. « *La marge de profit n'est pas assez grande pour produire seulement une partie de l'année, même si nos animaux sont produits naturellement en contre-saison, cela ne suffisait pas* », mentionne monsieur Bélisle.

Pour répondre aux exigences de qualité par rapport à la classification, les producteurs ont également ajusté la régie alimentaire « *aucun des agneaux que j'envoie ne déclasse* » mentionne madame Lefebvre. La régie d'élevage a également été ajustée pour répondre à l'engagement annuel : un agnelage à tous les deux mois. « *La régularité demande du travail, mais cela nous apporte également la régularité dans les paiements et la stabilité* » insiste monsieur Bélisle.

De plus, madame Lefebvre mentionne la facilité du fonctionnement de l'Agence de vente : « *je fais tout par courriel, c'est très facile et le personnel de l'Agence est tellement gentil. Ça va numéro un !* »

« *Avant l'Agence, à l'encan on était à la merci des acheteurs qui se présentaient; une mauvaise journée pouvait être difficile* » note monsieur Bélisle. « *Je ne retournerais pas en arrière. Sans l'Agence, nous ne continuerions pas* » renchérit madame Lefebvre.

« *Et il faut souligner que la stabilité des prix que procure l'Agence, donne une assurance au gouvernement lorsqu'il est question de l'ASRA.* »

## Conclusion

10 ans après le début des activités de l'Agence de vente et après avoir pris le pouls des producteurs, on constate que les années investies pour la mise en place de l'Agence a permis d'établir une structure solide et bien adaptée aux besoins des producteurs, intervenants et acheteurs. La stabilité des paiements et l'intérêt des producteurs à produire un agneau de qualité pour répondre aux besoins du marché sont des enjeux toujours importants pour les producteurs ovins. ♦



Ferme Bélisle, « Des petits frileux »

# Concours de photographie des Éleveurs d'ovins du Québec

Édition spéciale Agneaux lourds

## Les gagnants recevront :

**1<sup>er</sup> prix :** 150 \$ et la parution de la photographie d'agneau(x) lourd(s) sur la page couverture d'*Ovin Québec* de janvier 2018

**2<sup>e</sup> prix :** prix : 75 \$ pour tout autre photographie d'ovins

Les noms des gagnants seront dévoilés lors de l'assemblée générale annuelle 2017

---

Faire parvenir vos photographies, au plus tard le 27 octobre 2017, à :  
LEOQ a/s Marion Dallaire, mdallaire@upa.qc.ca ou  
555, boul. Roland-Therrien, bureau 545, Longueuil, Québec J4H 4E7

---

## Règlements

- La photographie doit contenir des ovins avec des boucles autorisées (à l'exception des agneaux très jeunes)
- Dans la catégorie *Agneaux lourds*, uniquement les photosgraphies d'agneaux lourds seront acceptés.
- Un participant peut soumettre autant de photographies qu'il le désire.
- La photographie doit être signée à l'endos afin de céder les droits d'auteur à LEOQ et elle ne sera pas retournée.
- La photographie originale doit être envoyée par la poste ou par courriel.
- Toute photographie soumise au concours doit être identifiée au verso avec les informations suivantes :

- le nom du photographe;
- le numéro de téléphone du photographe;
- l'adresse complète du photographe;

- le lieu où la photographie a été prise;
- le titre de la photo (facultatif);
- la signature de l'auteur.



# SALUBRITÉ, BIOSÉCURITÉ, TRAÇABILITÉ ET SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX : UN PROGRAMME \$ À DÉCOUVRIR

SYLVAIN BLANCHETTE,

AVISEUR TECHNIQUE, CEPOQ

*Financé par les fonds de Cultivons l'avenir 2, ce programme est en quelque sorte la suite de Cultivons l'avenir 1 que certains d'entre vous ont déjà utilisé. Il a pour but de favoriser l'implantation de systèmes de salubrité alimentaire, traçabilité, santé et bien-être des animaux. Trois axes d'activités y sont regroupés et l'axe 2 est celui qui est adapté aux activités des entreprises agricoles<sup>1</sup>.*

*Pour participer, rien de plus simple; il suffit de posséder une entreprise agricole enregistrée au MAPAQ avec un NIM valide et de faire une demande. Attention cependant, certaines restrictions s'appliquent si vous avez bénéficié d'une aide financière sous le programme précédent. Référez-vous au guide pour valider votre admissibilité. L'aide financière couvre 70 % des coûts jusqu'à un maximum de 5 000 \$ pour la durée du programme qui se termine le 31 janvier 2018.*

Concrètement, on devine assez facilement que ça peut aider à l'acquisition d'outils en lien avec la traçabilité (lecteur RFID), mais qu'en est-il des autres possibilités ? La salubrité alimentaire et la santé et bien-être des animaux sont des éléments qui peuvent paraître très abstraits dans une bergerie. Dans un premier temps, je vous invite à consulter la liste des équipements admissibles<sup>2</sup> de l'axe 2. Vous aurez ainsi un aperçu de ce qu'il est possible de faire. Voici quelques exemples d'achats qui ont été réalisés dans les différents dossiers :

## Traçabilité :

- ▶ Lecteurs de boucles électroniques disponibles chez ATQ et les autres fournisseurs. Certains modèles de lecteurs ne sont pas disponibles par l'entremise d'ATQ, entre autres, ceux de la compagnie Tru-Test et le petit modèle LPR d'Allflex (photos 1 et 2).

- ▶ Panneaux de lecture de boucles électroniques. Ils sont techniquement admissibles, mais vous devez faire la preuve que c'est justifié sur votre entreprise.
- ▶ Logiciels et licences d'utilisation (1 an). Ex. : logiciel BerGère.



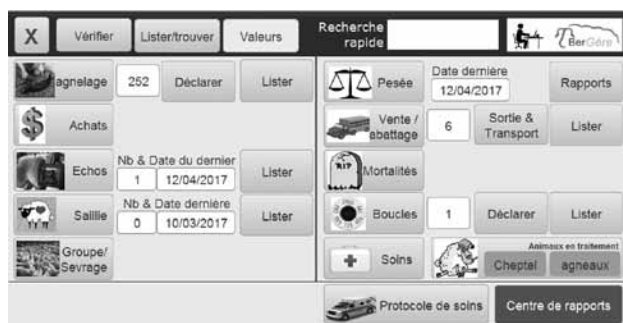
Photos 1 et 2 : Tru-Test et LPR d'Allflex

<sup>1</sup><http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Productions/md/programmesliste/santeanimale/Pages/appuiimplementationdessystemesdesalubritealimentaire.aspx>

<sup>2</sup>[http://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Formulaires/Axe2\\_Listeequipements.pdf](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Formulaires/Axe2_Listeequipements.pdf)

## Salubrité :

- ▶ Logiciels ou équipements permettant le monitoring des médicaments vétérinaires. Ex. : Logiciel BerGère, indicateurs électroniques Tru-Test XR5000, Gallagher TSI 2. Il est important que les équipements servent à établir un dosage de médicament en fonction du poids de l'animal et qu'ils indiquent les périodes de retrait de médicament suite à un traitement.



- ▶ Contenant permettant la disposition d'animaux morts (sauf réfrigérateur et congélateur).
- ▶ Médicamenteur automatique pour l'eau, la nourriture, le savon et les désinfectants.

## Santé et bien-être des animaux :

- ▶ Appareils d'insensibilisation ou d'euthanasie tels qu'un percuteur.



- ▶ Infirmerie. Aménagement d'une section pour l'isolement des animaux malades, les matériaux de recouvrement plastique et les barrières en métal galvanisé ou plastique pour faciliter le lavage et la désinfection.

- ▶ Cage de contention. Pour les interventions en lien avec la pesée, l'administration de traitements, la taille d'onglons et la tonte. Ex. : cage Satene, Venostall, Marweld.



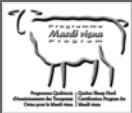
## Biosécurité :

- ▶ Équipements, matériaux et honoraires d'un ouvrier pour la mise en place d'aires de transition, entre autres, pour une entrée danoise, aire de chargement et aire de quarantaine.
- ▶ Pour l'entrée danoise, allez visionner la capsule vidéo du CEPOQ réalisée au CFP de Mont-Joli (disponible au [www.cepoq.com](http://www.cepoq.com) dans la section **vidéo**).
- ▶ Pour l'aire de chargement, utilisez des matériaux de recouvrement plastique et des barrières en plastique ou en métal galvanisé pour faciliter le lavage et la désinfection. Les portes d'accès sont admissibles.
- ▶ La quarantaine peut être aménagée selon le même principe.

Le CEPOQ aura très bientôt des plans types pour les entrées danoises, une aire de chargement et une quarantaine pour vous inspirer.

Pour obtenir cette aide financière, il est important de suivre la procédure indiquée dans le guide du demandeur. Pour les améliorations sur les bâtiments, il est important de fournir un plan de la section qui sera aménagée en plus du détail des coûts en lien avec les travaux. Les dépenses ne peuvent être réalisées avant d'avoir obtenu l'autorisation de l'agent du MAPAQ. ■

*Vous pouvez obtenir de l'information en contactant vos représentants du MAPAQ dans les bureaux régionaux ou sinon en me contactant au CEPOQ avec les coordonnées suivantes : [sylvain.blanchette@cepoq.com](mailto:sylvain.blanchette@cepoq.com) ou 418-856-1200 poste 227.*



# Programme Québécois d'Assainissement pour le *Maedi visna*



Ferme	Nom de l'éleveur	Municipalité	Téléphone	Race(s)	Statut accordé
<b>Alain Marcoux et Sylvie Bradette</b>	Sylvie Bradette	Ste-Sophie-d-Halifax	819-362-3997	Romanov	
<b>Bergerie Alexandre Murray</b>	Alexandre Murray	St-Luc de Matane	418 562-4290	Romanov, F1	Diamant (juin 2014)
<b>Bergerie de l'Estrie</b>	Andrée Houle	Coaticook	819 849-3221	Romanov	Diamant (mars 2008)
<b>Bergerie Innovin</b>	Pascale Maheu	St-Joseph de Beauce	418 397-6168	F1	Or (juin 2014)
<b>Bergerie laitière SARGY</b>	Sophie Roy-Goyette	Beaulac	581 228-4507	East Friesian, Lacaune	Or (août 2015)
<b>Bergerie Les Moutaines</b>	Benoît Laprise	Hébertville	418 344-9026	Dorper	Or (mars 2015)
<b>Bergerie Les Roses</b>	Zoé Coulombe	St-Rosaire	819 740-8151	East Friesian, Lacaune	Or (août 2014)
<b>Bergerie Marie du Sud</b>	Rémi Garon	St-Gilles	418 888-3135	Romanov	Or (nov. 2011)
<b>Bergerie Ovigène</b>	René Gagné	Ste-Hénédiène	418 935-3701	Romanov	Diamant (juin 2009)
<b>Canneberges Schneider</b>	Juerg Schneider	Lavaltrie	450 586-4928	Rouge de l'Ouest	
<b>CDBQ</b>	CDBQ	La Pocatière	418 856-3141	Dorset, Romanov, F1	Diamant (avril 2004)
<b>Élevage PIOUS inc.</b>	Pierre Lemire	Baie-du-Febvre	450-783-6545	Dorper, Romanov, F1	Argent (Oct.2016)
<b>Elmshade Suffolks</b>	Larry Mastine	Danville	819 839-1720	Suffolk	Diamant (sept. 2010)
<b>Ferme Agronovie</b>	Marie-France Bouffard	Granby	450 379-5298	Arcott-Rideau, Polypay	Diamant (juin 2009)
<b>Ferme Amki</b>	Gary Jack	Québec	418 842-2637	Arcott-Rideau	Diamant (oct. 2003)
<b>Ferme André Toulouse</b>	André Toulouse	St-Alfred	418 774-9592	Arcott-Rideau	Or (août 2012)
<b>Ferme Beausoleil</b>	Michel Viens	St-Joseph-de-Kamouraska	418 493-2310	Dorset	Diamant (fév. 2015)
<b>Ferme Bernier Campbell Inc.</b>	Maryse Bernier	Roxton Pond	450 361-9502	Dorper	Diamant (oct.2014)
<b>Ferme Charmax</b>	Frédéric Berthiaume	St-Patrice de Beauvage	418 596-3465	Romanov	Diamant (déc. 2013)
<b>Ferme Côté Fleurie</b>	Peter Cumyn	Havelock	450-826-3290	Suffolk	Diamant (fév. 2016)
<b>Ferme Desjardins Surprenant</b>	Laurie-Lee Surprenant	St-Cyprien de Napierville	514 830-5287	Dorper	Or (juil. 2016)
<b>Ferme des Petits Moutons</b>	John William Faille	Franklin Centre	450 827-2456	Polypay	Or (juil. 2014)
<b>Ferme-École LAPOKITA</b>	Serge Fournier	La Pocatière	418 856-1110	Dorset, F1 DPXSU	Or (juin 2011)
<b>Ferme Fée et Fougère</b>	Anne Mareschal et Harold Wubbotts	Ripon	819-428-1499	Icelandic	Diamant (nov. 2016)
<b>Ferme Génération B</b>	Sandra Grothé	St-Liboire	450-793-2644	Dorper	Or (janv.2017)
<b>Ferme La Petite Bergère</b>	Paul-André Tremblay	Les Éboulements	418 635-1329	Arcott-Rideau	Or (mars 2010)
<b>Ferme MK et Fils SENC</b>	Kelly-Ann Moreau Beaudry	St-Nazaire d'Acton	450 278-6766	Arcott-Rideau	OR (fév. 2017)
<b>Ferme Noble Hills</b>	Simon Verge et Daniel Farreau	Richmond	819 823-5037	Dorper, Suffolk, Texel, Rouge de l'Ouest et Charollais	Diamant (oct. 2015)
<b>Ferme Ovimax</b>	Josée Couture	St-Philippe-de-Néri	418 498-9989	Arcott-Rideau	Diamant (mai 2006)
<b>Ovinas SENC</b>	Andrée Langevin	Thurso	819 986-3757	F1	Or (nov. 2016)
<b>Ferme RIDO</b>	Sonia Rioux	La Pocatière	418 856-5140	Arcott-Rideau, Suffolk	Or (avr. 2004)
<b>Jean Bélisle</b>	Jean Bélisle	St-André-Avellin	819 983-4206	Romanov	Diamant (déc. 2014)
<b>Jean-Marc Gilbert</b>	Jean-Marc Gilbert	Cookshire	819 822-7806	Finnoise	Or (janv. 2004)
<b>Le Biscornu</b>	Natalie Chartier	Rimouski	418-735-5018	Icelandic	Diamant (déc. 2015)
<b>Les Bergeries Marovine (MH)</b>	Johanne Cameron Martin Brodeur-Choquette	St-Charles-sur-Richelieu	450 584-3997	Hampshire, Leicester, Romanov, F1	
<b>Les brebis du Beauvage SENC</b>	Andrey Boulet et Olivier Beauvage	Lévis	418-261-6498	East Friesian	OR (fév. 2017)
<b>Les Fermes Solidar</b>	Harold Leroux	Saguenay	418 696-3218	East-Friesian, Lacaune	Diamant (sept. 2014)
<b>RGBG inc. Ferme Dorper de Charlevoix</b>	Régnald Gravel	Baie-St-Paul	418 435-3577	Dorper	
<b>Stéphane Beaulieu</b>	Stéphane Beaulieu	Gaspé	481 829-0190	Dorper - Katahdin	Or (juil. 2015)
<b>9228-0379 Québec inc.</b>	Pavla Minarcikova	Pontiac	819 282-8822	Rouge de l'Ouest	
<b>Samuel Rioux</b>	Samuel Rioux	St-Alexandre	418-970-0586	Dorset/Arcott Rideau	Diamant (mars 2017)
<b>Lait Brebis du Nord / Maison d'Affinage Maurice Dufour</b>	Tommy Lavoie	Baie-St-Paul	418-435-5692 #229	East Friesian, Lacaune	
<b>Bergerie Les Fous du Mouton</b>	Julie Leblanc	St-Anicet	450-264-6174	East Friesian, British Milkshopeep	

Cette liste correspond à tous les éleveurs de troupeaux participant activement au programme et ayant accepté que leurs coordonnées soient rendues publiques. D'autres éleveurs préfèrent garder leur participation confidentielle. Le statut Argent reconnaît que tous les animaux de plus de 6 mois ont obtenu un résultat négatif à l'analyse sérologique pour le Maedi visna et que le troupeau respecte les règles de biosécurité prescrites. Le statut Or reconnaît que, à 2 reprises dans un intervalle de 4 à 8 mois, les analyses sérologiques de tous les animaux de plus de 6 mois ont conduit à des résultats négatifs et que le troupeau respecte les règles de biosécurité prescrites. Les troupeaux n'ayant pas encore de statut sont en processus d'assainissement et tentent de respecter les règles de biosécurité recommandées. Certains sont très près de l'atteinte du statut et peuvent être considérés à faible risque. Le vétérinaire responsable du programme est Dr Gaston Rioux du CEPOQ. Pour information, consulter le site web ([www.cepoq.com](http://www.cepoq.com)) ou contacter Martine Jean au 418-866-1200 poste 225 ou [martine.jean@cepoq.com](mailto:martine.jean@cepoq.com).

SANTÉ

# GESTION INTÉGRÉE DE LA RÉSISTANCE ET DU PARASITISME GASTRO-INTESTINAL CHEZ LES OVINS SUR PÂTURAGES

DR GASTON RIOUX, MV

COORDONNATEUR DE LA SANTÉ, CEPOQ



*Résumé du projet : Le projet a été mis en place afin de favoriser des pratiques durables pour le contrôle des parasites gastro-intestinaux chez les ovins à l'herbe au Québec. Il vise à perfectionner si possible des tests génétiques de détection de la résistance de ces parasites aux vermifuges de la famille des benzimidazoles (Fenbendazole) et des ivermectins (Ivomec). Parallèlement, l'ampleur du phénomène de résistance aux antiparasitaires est évaluée. Comme le projet se termine en 2018, nous n'avons pas entre les mains tous les résultats, ni toutes les conclusions, mais nous avons suffisamment de données recueillies pour être en mesure d'accompagner les éleveurs et les médecins vétérinaires pour la saison de pâturage 2017 et de sensibiliser l'industrie à l'ampleur du phénomène. Aussi, dans cet article, nous n'élaborerons pas sur les tests génétiques ni sur les résultats obtenus à ce niveau, car cette partie appartient aux chercheurs de l'Université McGill et il leur reviendra de transmettre et de vulgariser leurs résultats quand ils auront complété les analyses.*

## FAITS SAILLANTS CONCERNANT LE

### PROJET DE RECHERCHE...

- ➔ Deux familles de vermifuges sont principalement utilisées au Québec : les benzimidazoles (ex. Fenbendazole, Safeguard, Panacur et Valbazen) et les ivermectins (ex. Ivomec, Noromectin).
- ➔ Dans la grande majorité des troupeaux étudiés, les parasites gastro-intestinaux ont de la résistance à l'ivermectin et au fenbendazole.
- ➔ Cette situation est démontrée sur l'ensemble du territoire québécois.

## État de la situation

- ➔ Environ 100 troupeaux ovins ont été répertoriés comme faisant du pâturage au Québec. On voit donc qu'il ne s'agit pas de la majorité des éleveurs qui intègrent cette pratique dans leur élevage.
- ➔ 40 producteurs ont accepté de participer à la phase 1 du projet qui consistait à trouver de 20 à 25 troupeaux dont les animaux présentaient déjà un compte d'œufs de parasites suffisant pour prévoir une infestation parasitaire importante au pâturage.
- ➔ 24 éleveurs furent sélectionnés pour la phase 2, avec des brebis au pâturage. Trois groupes de 15 brebis ont été sélectionnés avec des coprologies avant et après traitement (14 jours d'intervalle entre les 2 tests) soit un groupe traité au fenbendazole, un groupe à l'ivermectin

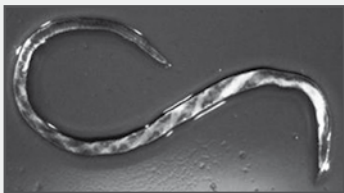


et un groupe témoin, soit sans traitement. La différence du comptage des œufs entre les résultats prétraitement et post-traitement nous permet de juger si le traitement a été efficace, et donc si le vermifuge est efficace ou non, démontrant ainsi de la résistance ou non.

- Donc, après une analyse poussée de tous les résultats de cette phase, le constat global est qu'**une résistance des parasites aux vermifuges utilisés dans le cadre du projet est présente à divers degrés dans la grande majorité des troupeaux** ayant participé dans cette phase du projet. Les résultats démontrent aussi clairement la **prépondérance d'*Haemonchus contortus*** parmi les parasites présents dans les élevages ovins.

### **Haemonchus contortus :**

Nématode hautement pathogène qui se nourrit du sang de l'hôte et peut causer la mort en aussi peu de temps qu'une semaine.



- **C'est une situation fort préoccupante qui risque d'avoir des répercussions importantes, voire graves, dans plusieurs troupeaux lors de la présente saison de pâturage.**
- La dernière année du projet qui se terminera en mars 2018 permettra à l'équipe de recherche d'élaborer des outils adaptés à la réalité québécoise pour faciliter la gestion intégrée du parasitisme des ovins au pâturage.
- Par contre, devant l'ampleur du problème, il nous apparaît important d'apporter certaines recommandations qui pourront être utiles dès cette année. Le développement de la résistance est inévitable avec tous les produits anthelminthiques : même si présentement vous pensez qu'elle n'est pas présente dans votre entreprise, ce n'est qu'une question de temps. Il faut donc agir pour ralentir ce phénomène!
- Chaque troupeau présente une situation différente et évolutive. Il en résulte une stratégie de contrôle et de prévention différente pour chaque élevage.

### **MISE EN GARDE**

En 2017, la vermifugation systématique n'est plus de mise. On ne doit donc plus prévoir systématiquement une vermifugation à des périodes prédéterminées de l'année **et on ne doit jamais vermifuger systématiquement tous les animaux du troupeau.**



## Voici quelques points de vigilance pour

## aider à mieux gérer le parasitisme

### 1- Avant la mise au pâturage :

- Se méfier du « *spring rise* » ou du pic de ponte printanier qui a généralement lieu en avril et mai chez les brebis qui n'ont pas été traitées l'automne précédent ou chez qui le traitement n'a pas été efficace (ex : parasites résistants, problème avec le dosage, larves en hypobiose,...); ce pic de ponte peut aussi s'observer en période de stress comme la période péri-agnelage.
- Surveiller aussi la possible présence d'anémie et de « *bottle jaw* » ou signe de la bouteille chez les brebis dont les parasites sont en « *spring rise* ».
- Envisager des coprologies (analyses de fèces) pour déterminer le niveau d'infestation parasitaire actuel. Si une vermifugation doit être envisagée avant la mise au pâturage (voir avec votre vétérinaire), opter pour un traitement sélectif des brebis pour éviter que le pâturage ne soit contaminé uniquement par des parasites résistants (concept de « refuge »). **Vermifuger en priorité les brebis suivantes** (parmi celles qui sont allées au pâturage l'année précédente) :
  - › Celles qui présentent des signes cliniques (fèces molles, mauvais état de chair, « *bottle jaw* », anémie)
  - › Celles qui allaitent une portée multiple (plus de 2 agneaux)
  - › Celles qui composent mal avec les parasites (données historiques)

### 2- En début de saison de pâturage :

- Établir, avec votre vétérinaire, une stratégie pour le monitoring des parasites (rythme, méthode d'échantillonnage et d'analyse) selon l'historique du troupeau et en fonction des groupes visés et de l'utilisation antérieure des pâturages. Prendre en compte les facteurs de risque/de protection suivants :

- › Contamination des pâturages (utilisation antérieure ou non de la parcelle);
  - › Pâturage permanent vs rotation des pâturages/pâturage en bandes vs parc d'exercice;
  - › Nombre de semaines/mois au pâturage ;
  - › Utilisation de plantes avec tannins (ex. : chicorée), niveau de protéines des fourrages;
  - › Densité animale dans les parcelles;
  - › Partage du pâturage ou alternance avec d'autres espèces (bovins, chevaux);
  - › Âge et stade physiologique des animaux au pâturage (**les plus à risque sont les agneaux et autres animaux à leur première saison de pâturage et les brebis allaitantes avec des portées multiples**).
- Se familiariser avec la méthode « FAMACHA<sub>2</sub> » (demander à votre vétérinaire).

**MÉTHODE FAMACHA** : système de notation en fonction de la couleur de la muqueuse de l'oeil, qui permet de traiter sélectivement les animaux les plus anémiés, et donc de « raisonner » la pratique des traitements antiparasitaires. Cet outil permet d'indiquer le niveau d'anémie, le plus souvent corrélé à la présence de strongles digestifs, mais il peut aussi être dû à d'autres parasites, comme des parasites sanguins.

Tiré de : *La méthode FAMACHA*, APCAG

### 3- Durant la saison de pâturage :

- Surveiller régulièrement les groupes au pâturage et faire des traitements ciblés selon les résultats de monitoring des œufs et/ou l'observation de signes cliniques (fèces molles, mauvais état de chair, « *bottle jaw* », anémie). Attention, la situation peut évoluer très rapidement;
- S'assurer, avec votre vétérinaire, que le vermifuge est efficace (test de réduction des œufs fécaux);



- c. Appliquer le concept de REFUGE, afin de garder des parasites sensibles dans la population;

**Concept de REFUGE :** l'objectif est de garder un bassin de parasites, sensibles aux vermifuges, qui diluent les parasites résistants. Pour ce faire, on recommande de ne pas vermifuger plus de 15-20 % des animaux de chaque groupe, idéalement des animaux adultes en bonne condition.

- ▶ Puisqu'on ne traite pas tous les animaux, il est important de faire un suivi au moyen d'analyses coprologiques afin de vérifier que les comptes ne deviennent pas inquiétants.
  - ▶ Être particulièrement vigilant si vous avez une problématique d'*Haemonchus contortus*.
- d. Considérer les conditions météorologiques: la chaleur et l'humidité sont des facteurs de risque;
- e. Continuer à prendre en compte les facteurs de risque.

#### 4- À l'entrée en bergerie :

- a. Procéder à l'examen clinique des animaux;
- b. Vermifuger ou non ? L'approche va différer selon la durée du pâturage, les facteurs de risque et les caractéristiques des animaux qui étaient à l'herbe.

## Conclusion

La problématique de la résistance des parasites gastro-intestinaux aux vermifuges est réelle et pourra entraîner des conséquences graves si elle n'est pas prise au sérieux. Des changements de pratique doivent être instaurés le plus rapidement possible pour ralentir le phénomène, de façon à éviter des pertes importantes. Nous croyons également que la valorisation de l'utilisation des pâturages est une étape supplémentaire importante dans une approche d'amélioration de la rentabilité des entreprises ovines et du bien-être animal. L'équipe vétérinaire du projet, composée de Dre Anne Leboeuf du MAPAQ, Dre Denise Bélanger et Dr Christopher Fernandez-Prada de la FMV et du Dr Gaston Rioux du CEPOQ, est disponible pour des conseils supplémentaires et est en support à vos médecins vétérinaires praticiens. ■

*Ce projet est financé grâce au programme Agri-innovation d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, programme issu de l'entente Cultivons l'avenir 2, un cadre stratégique quinquennal (2013-2018) pour le secteur agricole et agroalimentaire du Canada.*



Étapes principales du projet	Échéancier et responsables
Phase 1 : Sélection de 40 troupeaux et tests coprologiques	Mai 2015 : FMV, McGill, MAPAQ, CEPOQ
Phase 2 : Sélection des 24 troupeaux les plus parasités parmi les 40 troupeaux de départ	Juin 2015 : FMV, McGill, MAPAQ, CEPOQ
Phase 2 : pâturage, groupes traitements avec fenbendazole et ivermectin et groupes témoins	Été 2015 : CEPOQ, vétérinaires praticiens
Tests génétiques de détection de la résistance des nématodes aux vermifuges	2015-2017 : McGill
Coprologies et tests de réduction des œufs	Été-automne 2015 : FMV
Analyse des résultats	2016-2017 : FMV, McGill, MAPAQ, CEPOQ
Élaboration d'outils de gestion et vulgarisation	2016-2018 : FMV, MAPAQ, CEPOQ
Vulgarisation des résultats	2016-2018 : FMV, MAPAQ, CEPOQ
Conférences et articles scientifiques	2017-2018 : McGill, FMV, MAPAQ, CEPOQ

#### Références utiles :

[www.cepoq.com/admin/useruploads/files/guide\\_parasitisme\\_projetfmv\\_cepoq.pdf](http://www.cepoq.com/admin/useruploads/files/guide_parasitisme_projetfmv_cepoq.pdf), [www.scops.org.uk](http://www.scops.org.uk), [www.wormx.info](http://www.wormx.info), <http://www.wormboss.com.au/>, [http://web.uri.edu/sheepngoat/files/FAMACHA-Scoring\\_Final2.pdf](http://web.uri.edu/sheepngoat/files/FAMACHA-Scoring_Final2.pdf), [http://www.uoguelph.ca/~pmenzies/Handbook\\_Home.html](http://www.uoguelph.ca/~pmenzies/Handbook_Home.html)



## GÉNÉTIQUE

# AMÉLIORER L'INDUSTRIE GRÂCE À UN MEILLEUR CHEPTEL : ÉVOLUTION DU PROGRÈS GÉNÉTIQUE ET DE SES OUTILS

AMÉLIE ST-PIERRE, TSA, SAISIE DE DONNÉES GENOVIS, CEPOQ

FRÉDÉRIC FORTIN, M. SC., GÉNÉTICIEN, CEPOQ

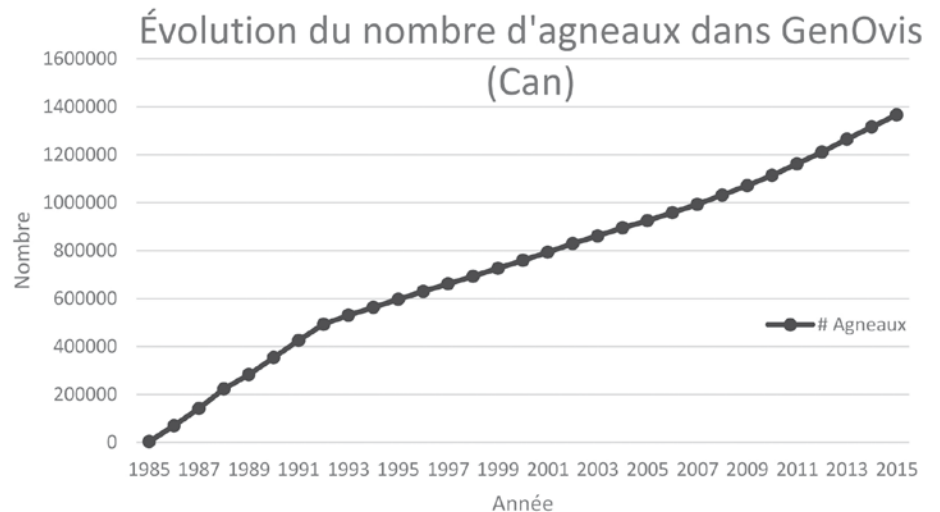


*Au cours de ses 16 années d'existence, le programme GenOvis n'a cessé de se développer et de susciter l'intérêt de nouveaux utilisateurs. La base de données de GenOvis est passée d'environ 80 000 données en 2000 pour atteindre tout près de 140 000 données en 2016. Les formations en génétique, la vulgarisation ainsi que l'évolution des marchés auront joué un rôle important dans l'augmentation du nombre d'utilisateurs et de sujets évalués. Les éleveurs et producteurs ovins sont de plus en plus conscients au besoin de collecter des données afin de sélectionner les sujets les plus performants et les plus rentables pour leur entreprise.*

Le programme génétique Laura également permis des avancées génétiques marquées au sein de certaines races pour certains caractères. Avant l'arrivée des indices de sélection génétique, il n'y avait à peu près pas de progrès génétique au sein des races, car les éleveurs ne sélectionnaient pas tous sur les mêmes caractères. Les courbes de progrès génétiques sont parlantes : la sélection basée sur l'utilisation d'indices de sélection génétique a engendré l'amélioration de plusieurs caractères d'intérêt au fil des ans. Ce progrès est visible pour les caractères de qualité carcasse et de croissance, mais également pour les caractères maternels.

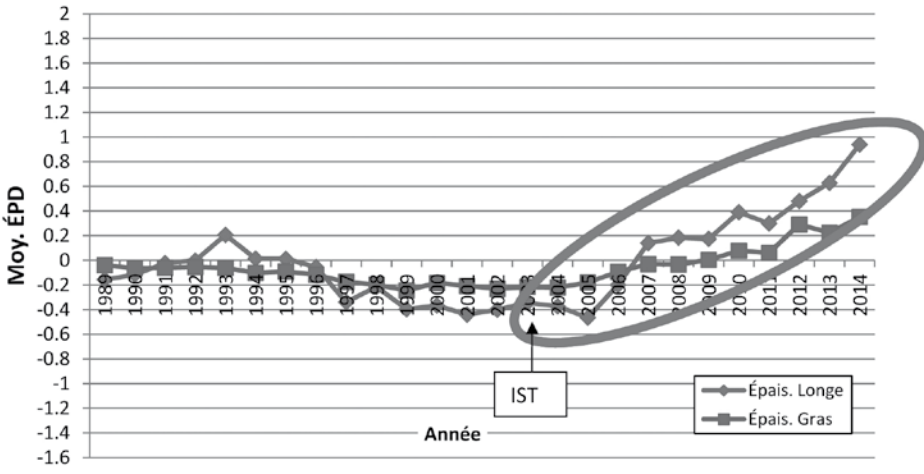
### Caractères de qualité carcasse

L'intégration de mesures de longe et de gras dorsal à l'intérieur d'indices de sélection génétique a amené des amé-



liorations notables de l'épaisseur de l'œil de longe tout en limitant l'augmentation du gras, car ces deux caractères sont très héréditaires. Les courbes de progrès génétiques de la race Hampshire illustrent bien cette progression où vous remarquerez que l'épaisseur du muscle augmente rapidement tout en maintenant l'épaisseur de gras relativement stable.

Le nouvel indice de sélection Carcasse met davantage d'emphase sur le gras et sur le muscle que l'indice IST utilisé auparavant. Le nouvel indice accorde 35 % d'importance à ces caractères contre 21 % anciennement. Cela permettra d'accentuer la vitesse de progression de ces caractères par rapport à ce qui a déjà été réalisé jusqu'à présent.



**Évolution génétique des caractères de qualité carcasse (mm) pour la race Hampshire.**  
 Les courbes se sont rapidement inversées après l'introduction de l'indice de sélection terminal (IST). En 10 ans, les agneaux Hampshire ont réalisé une belle augmentation de l'épaisseur de leur longe avec une moyenne de plus de 1,31 mm, malgré une sélection sur une petite population.

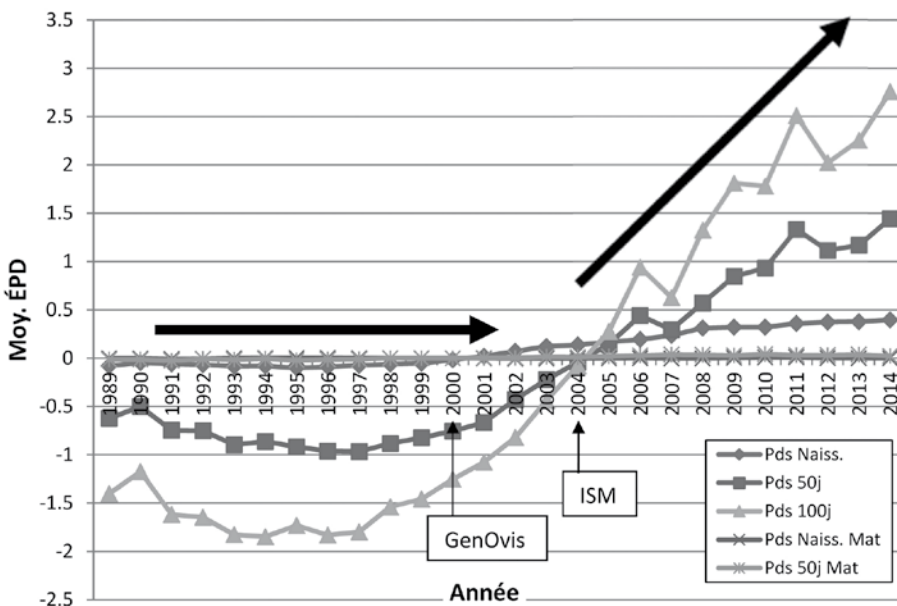
### Caractères de croissance

Les indices de sélection génétique ont amené des améliorations intéressantes au niveau des poids au sevrage et des poids à 100 jours, tout en limitant l'augmentation du poids à la naissance afin d'éviter les problèmes à l'agnelage. Ces caractères étant aussi très héréditaires, le progrès génétique est bien visible pour ceux-ci.

Les nouveaux indices génétiques pour les races maternelles mettent un peu plus d'emphase sur la croissance que par le passé. En effet, la croissance comptait pour 33 % de l'ISM contre 41 % pour les nouveaux indices maternels (MAT et MAT-HP).

### Caractères maternels

L'utilisation de l'indice de sélection maternel (ISM) a permis de belles progressions au niveau des



**Évolution génétique des caractères de croissance (kg) pour la race Polypay.** Ces courbes montrent une belle progression du potentiel de croissance des agneaux Polypay suite au démarrage de GenOvis (+2,84 kg pour le poids à 100 jours). Dans d'autres races, comme la Dorset, l'ISM aura permis une hausse contrôlée du poids naissance, tout en permettant une amélioration de la croissance des agneaux jusqu'au sevrage et postsevrage.

caractères maternels dont la taille des portées, le taux de survie des agneaux, le poids au sevrage et les intervalles d'agnelage.

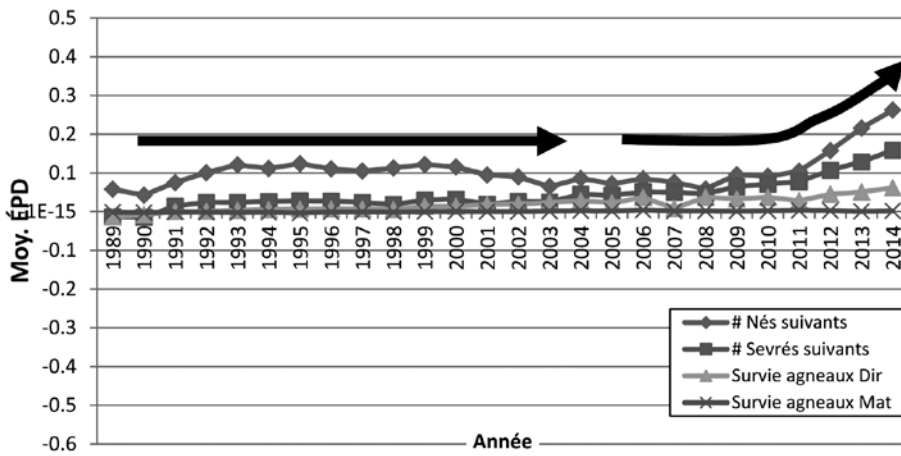
Autrefois, les éleveurs de races maternelles devaient sélectionner sur le même indice de sélection génétique, car un seul indice de sélection génétique (ISM) était disponible pour améliorer les caractères maternels. L'arrivée de races prolifiques sur le programme d'évaluation génétique GenOvis a créé un nouveau besoin au niveau du développement d'outils de sélection.

Les races maternelles non prolifiques doivent poursuivre l'objectif d'augmenter la taille des portées alors que les races maternelles prolifiques doivent mettre une emphase plus grande sur le poids au sevrage des agneaux tout en maintenant la prolificité de leurs sujets.

Voilà pourquoi deux nouveaux indices maternels ont été développés, chacun répondant à un besoin exprimé par les éleveurs de races maternelles. Ainsi, l'indice de sélection MAT-HP permet désormais aux éleveurs de races maternelles non prolifiques de continuer de travailler sur la taille des portées alors que l'indice de sélection MAT permet aux éleveurs de races maternelles prolifiques d'améliorer les qualités maternelles des brebis afin d'augmenter le rythme de croissance des agneaux tout en maintenant le nombre d'agneaux nés par portée. Ces nouveaux indices de sélection génétique se veulent des outils mieux adaptés à l'avancement des races maternelles selon les différents objectifs exprimés par les éleveurs.

### Amélioration de la qualité carcasse chez les races maternelles

Moins bien connu que les autres indices génétiques, l'indice ISM+



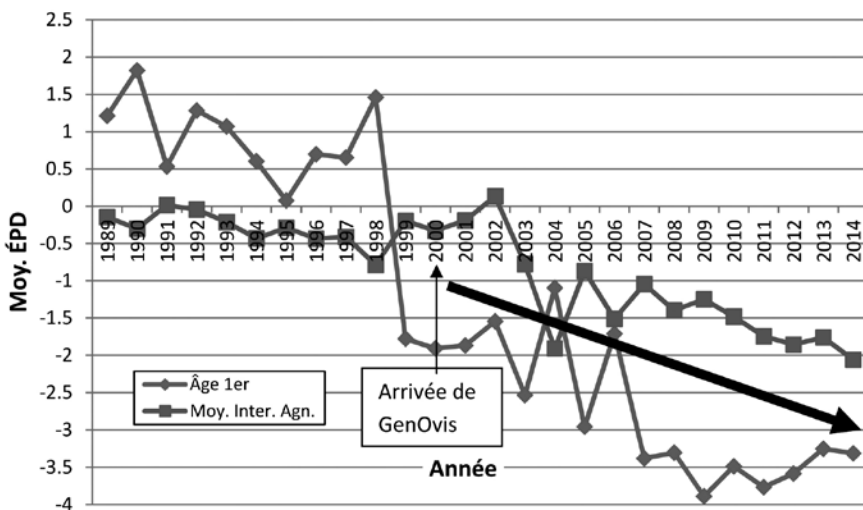
Évolution génétique du nombre d'agneaux produits par la race Arcott Rideau. L'arrivée de l'ISM a permis l'augmentation du nombre d'agneaux nés et sevrés, en plus d'améliorer la survie des agneaux dans la race Arcott Rideau.

a amené une certaine progression au niveau du développement de la musculature et du dépôt de gras chez les races maternelles. Les avancées de la qualité carcasse sont moins marquées chez les races maternelles comparativement aux races terminales, car plus de caractères sont inclus dans les indices maternelles, laissant un plus faible pourcentage aux caractères de carcasse. Néanmoins, les éleveurs de races maternelles utilisant cet indice ont amélioré ces caractères.

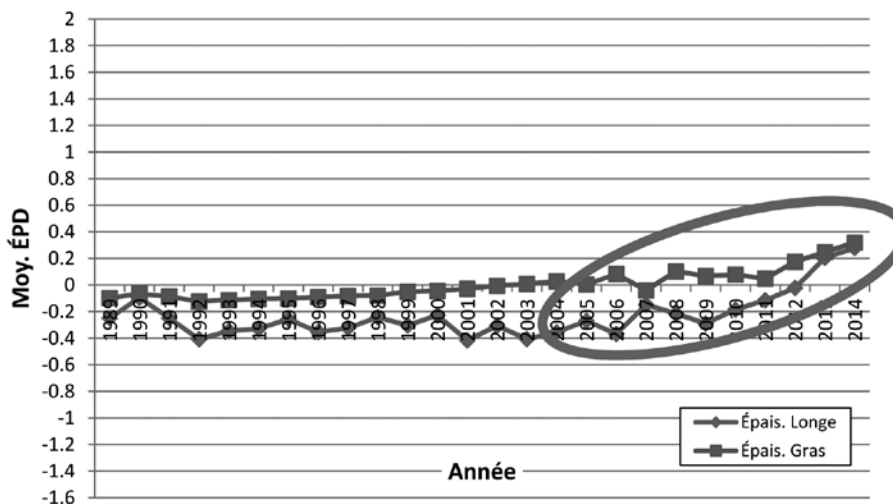
En novembre dernier, l'ISM+ a été remplacé par l'indice MAT-U pour les races maternelles prolifiques voulant améliorer le poids au sevrage et les qualités carcasse tout en maintenant la prolificité, et par l'indice MAT-UHP pour les races maternelles non prolifiques désirant améliorer le nombre nés et les qualités carcasse. Ainsi, les éleveurs de races maternelles peuvent s'appuyer sur les mesures aux ultrasons pour faire progresser leur cheptel selon leur objectif de sélection.

### Conclusion

Le programme GenOvis a démontré son efficacité à améliorer les différentes races ovines via ses indices de sélection génétique. Les nouveaux indices, mieux adaptés à la réalité actuelle des éleveurs et producteurs ovins, sont très prometteurs. Avec de nouveaux outils plus performants et des utilisateurs plus intéressés à comprendre comment mieux utiliser le programme, des percées intéressantes sont à prévoir au cours des prochaines années. Félicitations à tous nos utilisateurs qui ont su faire une sélection judicieuse basée sur les indices de sélection génétique et qui ont fait progresser leur race. ■



Évolution génétique des caractères d'accélération du rythme de production des brebis (nombre de jours) pour la race Romanov. L'arrivée de GenOvis a amené une réduction du nombre de jours improductifs dans la vie des brebis, tant en termes d'intervalle entre les agnelages que de l'âge des agnelles au premier agnelage.



Évolution génétique des caractères de qualité de carcasse (mm) pour la race Arcott Rideau. L'épaisseur de l'œil de longe était une faiblesse notable dans les races maternelles prolifiques initialement. L'utilisation d'un indice de sélection maternel incorporant les caractères de qualité de carcasse a permis un gain moyen de 0,63 mm sur l'épaisseur de la longe sur 10 ans chez la RI, et ce, malgré une pression de sélection limitée sur une petite population.



## RECHERCHE

# OÙ SE SITUE LA **QUALITÉ DE L'AGNEAU DU QUÉBEC** PAR RAPPORT À SES CONCURRENTS ? ENFIN UNE RÉPONSE !

LÉDA VILLENEUVE, AGR. M. SC., CORESPONSABLE À LA R&D, CEPOQ

ÉRIC POULIOT, PH. D., SPÉCIALISTE DES VIANDES

*Cet article est le résumé des résultats du projet de recherche sur la caractérisation de la qualité de la viande d'agneau mise en marché au Québec, lesquelles ont été dévoilés par M. Éric Pouliot lors de la Réunion générale annuelle du CEPOQ.*

### Mise en contexte

Depuis longtemps, la viande d'agneau du Québec jouit d'une réputation positive, basée sur le fait que les agneaux produits ici sont abattus jeunes et ont ainsi un goût délicat et une grande tendreté. Cependant, l'industrie ne détenait aucune preuve tangible appuyant ces affirmations. C'est ainsi que la Table filière ovine a entrepris ce projet pour fournir les informations pertinentes afin de mieux positionner et différencier le produit québécois en favorisant notamment le développement de stratégies de marketing basées sur les points forts qui seraient identifiés.

L'objectif principal de ce projet était donc de caractériser la qualité de la viande d'agneau mise en marché au Québec en tenant compte de sa provenance (Québec, Ouest canadien, Australie, Nouvelle-Zélande) et

de la période de l'année de manière à déterminer comment se positionne l'agneau produit au Québec comparativement à ses concurrents. Pour y parvenir, une vaste opération d'échantillonnage a eu lieu deux fois par saison dans divers points de vente des régions de Montréal et de Québec entre 2015 et 2016.

Plusieurs analyses ont été effectuées pour caractériser les carrés d'agneau achetés, notamment quant à leurs qualités physiques (poids, tissu, prix), organoleptiques (flaveur, tendreté et jutosité) et chimiques (profil

en acides gras). Enfin, les points forts et les points faibles de la viande d'agneau de chaque provenance ont été relevés.

### Quelques résultats...

Des analyses statistiques ont été effectuées afin de déterminer si le poids et le prix des carrés se distinguaient entre les provenances et les saisons. Le **Tableau 1** montre que, malgré des variations statistiquement significatives en fonction de la provenance et de la saison de façon indépendante, les différences de prix et de poids selon la provenance

**Tableau 1.** Impact de la provenance et de la saison sur le poids (kg) et le prix (\$/kg) des carrés achetés

	Provenances				Saisons			
	QC	CAN	AUS	NZ	Print.	Été	Automne	Hiver
Poids (kg)	0,491	0,689	0,639	0,469	0,589	0,541	0,568	0,591
Prix (\$/kg)	51,02	58,89	35,37	37,97	43,55	46,45	48,20	45,06

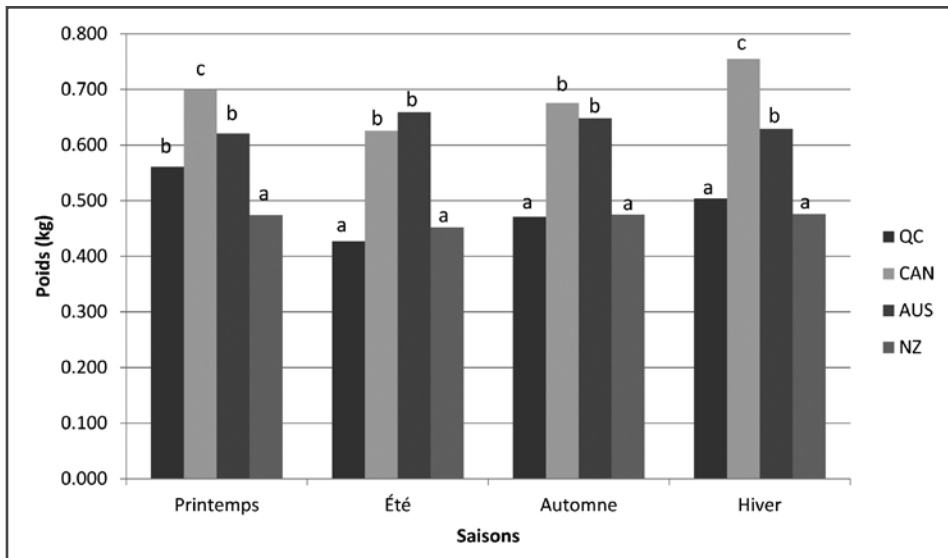


FIGURE 1. POIDS (kg) DES CARRÉS EN FONCTION DES SAISONS ET DE LEUR PROVENANCE. (Des lettres différentes lors d'une même saison indiquent une différence entre les provenances)

variaient en fonction des saisons. Ainsi, les résultats sont présentés en fonction des saisons d'achat. Concrètement, on constate que, malgré la tendance générale des carrés du Québec et de la Nouvelle-Zélande à être plus petits, certaines variations surviennent au cours de l'année (Figure 1).

Concernant le prix (Figure 2), il appert que le prix moyen par kg est inférieur pour l'agneau en provenance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, comparativement à celui du Québec qui est lui-même inférieur à celui du Canada, exception faite au cours de l'hiver à l'étude. Il importe toutefois de noter que l'agneau canadien échantillonné dans cette étude provenait essentiellement du détaillant Métro et que l'effet prix peut découler d'une décision commerciale de la chaîne.

Au niveau des qualités organoleptiques de la viande évaluées par un panel de juges entraînés, les données du Tableau 2 montrent que la saveur caractéristique d'agneau est moins prononcée (plus délicate) pour l'agneau provenant du Québec. Ceci pourrait possiblement être lié à la vitesse de croissance et l'âge des agneaux à l'abattage, mais il n'était pas possible d'obtenir ces données dans le cadre du présent projet pour

le vérifier. Pour ce qui est des saveurs étrangères (ex. : goût de « laine » ou de « poisson » indésirable), elles sont plus importantes pour l'agneau

Tableau 2. Impact de la provenance sur la qualité organoleptique de la viande évaluée par un panel de juges entraînés (échelle de 0 – imperceptible à 7 – extrêmement élevé)

	QC	CAN	AUS	NZ
Flaveur agneau	3,79a	3,95b	4,14b	3,97b
Flaveurs étrangères	1,47a	1,42a	1,95b	2,67c
Tendreté	4,08a	4,49b	4,70b	4,46b
Jutosité (échelle 0 à 15)	4,16	4,40	4,27	4,39

Des lettres différentes indiquent une différence significative entre les provenances.

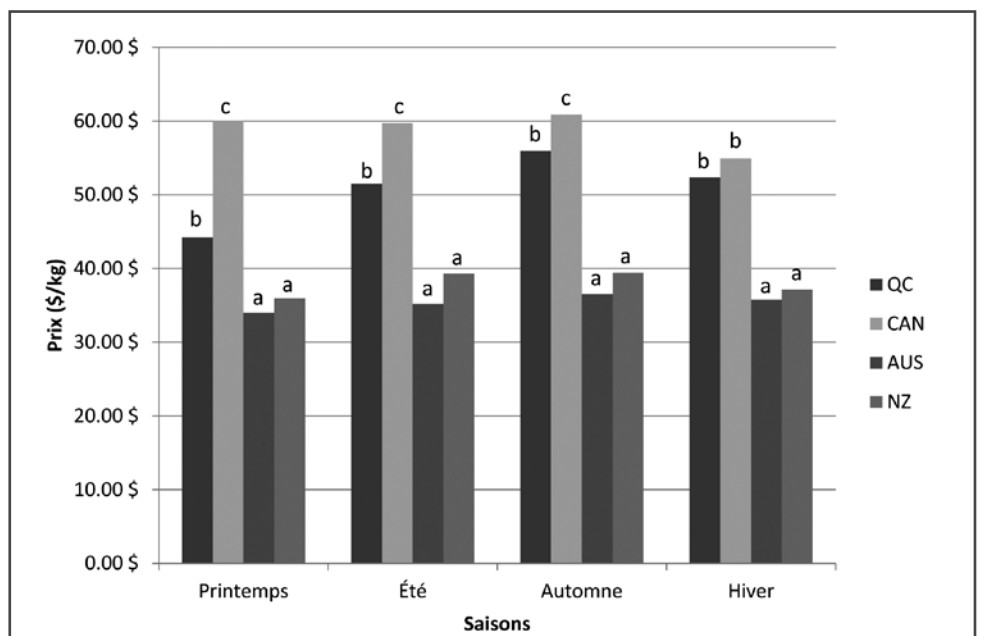


FIGURE 2. PRIX (\$/kg) DES CARRÉS EN FONCTION DES SAISONS ET DE LEUR PROVENANCE. (Des lettres différentes lors d'une même saison indiquent une différence entre les provenances)

provenant de la Nouvelle-Zélande, suivie de l'Australie, alors qu'elles sont plus faibles pour l'agneau du Québec et du Canada. La présence accrue des saveurs étrangères serait sans doute en lien avec l'importance de l'utilisation des pâturages dans l'alimentation des agneaux.

En ce qui a trait à la tendreté, la viande d'agneau du Québec a été globalement jugée légèrement moins tendre que celle des concurrents par le panel de juges entraînés (Tableau 2). Par contre, lorsque les analyses saison par saison ont été réalisées, ce résultat n'a été observé qu'à l'automne et l'hiver de l'étude. De plus, il importe de noter que la mesure objective des forces de cisaillement de la viande indique que cette tendreté est très acceptable par rapport au seuil d'acceptabilité des consommateurs qui est de 50 N (Tableau 3). Finalement, le

**Tableau 3.** Impact de la provenance sur la force de cisaillement

	Provenances			
	QC	CAN	AUS	NZ
WBSF	1,47 <sup>a</sup>	1,42 <sup>a</sup>	1,95 <sup>b</sup>	2,67 <sup>c</sup>

*Des lettres différentes indiquent une différence significative entre les provenances.*

positionnement des différentes provenances en termes de tendreté diffère entre les deux méthodes d'analyse puisque la viande de la Nouvelle-Zélande était plus dure selon le résultat des forces de cisaillement, ce qui n'était pas le cas lors des dégustations avec les juges. Ces résultats nous indiquent que la tendreté est un paramètre assez variable, susceptible d'être affecté par de nombreux facteurs de production et de post-production. Il est donc essentiel de demeurer vigilant pour assurer la mise en marché d'un produit tendre en tout temps. À cet effet, il est pertinent de garder en tête qu'une maturation plus longue de la viande et l'ajout d'une stimulation électrique des carcasses, une technique fortement utilisée en Australie et en Nouvelle-Zélande, peuvent améliorer la tendreté du produit. Ce dernier constat vient appuyer les études de Pouliot et al. (2012, 2014) qui avaient permis de démontrer que la tendreté de l'agneau lourd du Québec n'était pas optimale dans le contexte de l'étude et qu'une période de maturation plus longue pourrait améliorer la situation. De plus, dans le cadre de ces études, il a été démontré que la stimulation électrique pourrait être une technique utile pour améliorer et garantir la tendreté de la viande commercialisée.

Par ailleurs, autant du côté du panel de juges que des mesures de forces de cisaillement, l'étude montre que la tendreté de la viande d'agneau, selon la provenance, peut varier

d'une saison à l'autre. Il faut aussi noter que des variations entre les deux techniques de mesures

peuvent même parfois évoluer en sens inverse. Toutefois, les données récoltées dans l'étude ne permettent pas d'explorer des explications précises à cet effet ni de vérifier la récurrence de ces effets dans le temps. Peut-il y avoir un lien avec la forte demande à cette période de l'étude ou certains facteurs de production? Est-ce que cette situation était propre à la période couverte par l'étude ou est-ce récurrent d'année en année? Il y a là des éléments à éclaircir pour la filière ovine québécoise dans le futur de façon à assurer la mise en marché d'un produit de grande qualité en tout temps.

Finalement, pour obtenir tous les détails concernant les caractéristiques chimiques de la viande, nous vous invitons à consulter le rapport final complet disponible sur le site Internet du CEPOQ.

### Ce qu'il faut retenir...

- L'information disponible pour le consommateur quant à la provenance de la viande d'agneau se limite souvent à ce qui se retrouve sur l'étiquette de l'emballage;
- L'agneau en provenance du Québec, du Canada et de l'Australie est vendu sous forme fraîche tandis que celui de la Nouvelle-Zélande est vendu congelé;
- Bien qu'il y ait une variation saisonnière du prix, celui de l'agneau du Québec est généralement inférieur à celui du Canada, mais plus élevé que celui de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande;
- La flaveur de l'agneau du Québec

est délicate et se distingue clairement de celle de l'agneau de la Nouvelle-Zélande, mais est sensiblement comparable à celle de l'agneau du Canada et est relativement près de celle de l'Australie;

- Les mesures objectives de tendreté par les forces de cisaillement montrent que la tendreté de la viande d'agneau du Québec, comme celle de ses concurrents, est très acceptable. Toutefois, la variabilité des résultats et le panel de dégustation nous font prendre conscience qu'il est essentiel de poursuivre les efforts pour uniformiser et améliorer la tendreté du produit, notamment en optimisant les pratiques ayant un effet sur celle-ci.

### En conclusion

Ce projet a permis de confirmer les dires populaires quant à la délicatesse supérieure de la flaveur de la viande d'agneau du Québec, ce qui demeure un atout marketing intéressant. Toutefois, des améliorations quant à la tendreté du produit pourraient être visées et des moyens pour ce faire sont déjà connus. À la lumière des présents résultats, la principale source de concurrence potentielle pour le produit québécois est celle de l'Australie puisque la viande d'agneau en provenance de ce pays possède des caractéristiques organoleptiques intéressantes, un prix compétitif et une bonne disponibilité sur le marché. Par ailleurs, considérant les efforts de recherche qui sont déployés en Océanie et dans l'Ouest canadien pour améliorer la qualité de la viande d'agneau, il est essentiel de poursuivre les travaux dans ce secteur chez nous aussi pour l'agneau du Québec de façon à protéger, voire accroître, nos parts de marché.

*Ce projet a été rendu possible grâce au financement obtenu dans le cadre du Programme de soutien aux stratégies sectorielles de développement 2 (PSSSD2) et grâce aux partenaires de l'industrie.*



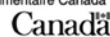
CHAIRE DE LEADERSHIP  
EN ENSEIGNEMENT  
EN PRODUCTION OVINE

UNIVERSITÉ  
LAVAL

Faculté des sciences de l'Agriculture  
et de l'Alimentation



Agriculture et  
Agroalimentaire Canada



Agriculture and  
Agri-Food Canada

Cultivons l'avenir 2  
Une initiative fédérale-provinciale-territoriale

Canada

Québec





## RECHERCHE

# ENFIN UN PROJET DE RECHERCHE SUR LA **SANTÉ DU PIS** !

CATHERINE ELEMENT-BOULIANNE, AGR., M.SC., CORESPONSABLE DE LA R&D, CEPOQ

DR GASTON RIOUX, MV, COORDONNATEUR DE LA SANTÉ, CEPOQ

### Une priorité et un besoin du secteur

Dans les dernières années, la productivité des élevages ovins a augmenté. Cette augmentation est explicable par de nouvelles techniques de reproduction, mais aussi en grande partie, par l'introduction de femelles plus prolifiques dans les élevages. La **qualité de la glande mammaire des brebis est essentielle** puisque ces dernières doivent élever un plus grand nombre d'agneaux par agnelage. Les producteurs ovins rapportent souvent des problématiques de production laitière déficiente chez leurs femelles et les causes peuvent être multifactorielles (génétiques, nutritionnelles, infections virales ou bactériennes, etc.). Ceci amène des pertes monétaires importantes aux producteurs puisque les brebis ayant un potentiel réduit de production laitière sont plus rapidement réformées et leurs agneaux sont sujets à un taux de mortalité et de morbidité plus élevé, ainsi qu'à une croissance inférieure. Les charges d'opération peuvent aussi être affectées par l'obligation de faire appel à l'allaitement artificiel pour sauver les agneaux dont les mères ne font pas suffisamment de lait. Ces impacts sont encore sous-estimés et peuvent affecter directement la marge des entreprises et leur pérennité. Ce projet permet ainsi de répondre à l'une des grandes

priorités indiquées dans la Planification stratégique de la production ovine au Québec. Cette thématique de recherche avait également été identifiée par l'industrie lors de la mise en place des « besoins et opportunités de recherche 2015-2019 » réalisée par le CEPOQ et ses partenaires.

Plus de 15 années se sont écoulées depuis la réalisation de la dernière étude présentant le portrait de santé du cheptel ovin québécois. D'après ces données, les mammites cliniques aiguës surviennent en moyenne 22 jours après l'agnelage (Arsenault, 2008). Les facteurs de risques associés à une incidence accrue de mammite clinique sont une alimentation déficiente en protéine pendant la gestation, une mauvaise conformation ou la présence de lésions aux trayons, une taille de portée de deux agneaux ou plus, la présence de masses intramammaires chez les brebis gestantes ou en lactation (Grant, 2015, Cooper, 2016).

En plus des mammites cliniques aiguës, la présence d'infection intramammaire sous-clinique est aussi une problématique rencontrée chez la brebis. Au Québec, il a été rapporté que 28,8 % des brebis en fin de lactation présentaient des bactéries potentiellement pathogènes dans leur lait, et ce, en l'absence

de signes cliniques (Arsenault, 2008). Les mammites chroniques sont également fréquentes chez les brebis et, toujours au Québec, la **présence de ces mammites chroniques a été identifiée comme la cause de réforme affectant le plus grand nombre de troupeaux au Québec** (Bélanger, 2001).

### **Les objectifs du projet ? Ils sont nombreux!**

Globalement, le projet vise à déterminer si l'état de la glande mammaire peut être expliqué par l'atteinte par des agents infectieux qui pourraient affecter le rendement laitier des brebis de type viande et ainsi nuire à la productivité des fermes ovines commerciales au Québec. Spécifiquement :

- Déterminer le(s) **type(s) de pathogène(s)** présent(s) chez les brebis présentant une glande mammaire problématique lors de la mise bas;
- Déterminer l'**antibio-résistance** de ces pathogènes et les facteurs contribuant à leur présence et à leur diffusion;
- L'impact de ces pathogènes sur la productivité des animaux (mortalité, **croissance des agneaux**, réforme) ;
- Comparer la santé et l'état de la glande mammaire de femelles négatives au **Maedi visna** à celle de femelles atteintes par cette maladie et estimer les effets sur les performances techniques d'élevage ;
- Évaluer si le **mycoplasme** est présent comme agent pathogène de la mammite dans le secteur ovin;
- Former et informer les **producteurs** sur les pathogènes présents et les **moyens de lutte et de contrôle**;
- Former et informer les **intervenants et les vétérinaires** praticiens afin d'améliorer les actions de contrôle et de prévention.

### **Données récoltées ?**

- ▶ Le lait de 25 brebis provenant de 30 troupeaux (50 mamelles), de 3 à 30 jours après l'agnelage
- ▶ Les caractéristiques physiques de la glande mammaire des brebis récoltées
- ▶ Le lait de brebis en mammite clinique se développant suite à l'échantillonnage initial
- ▶ Les données de croissances des agneaux issus des mères échantillonnées

La participation de **30 entreprises ovines** était nécessaire pour débiter ce projet. Le recrutement a été très rapide et **nous remercions tous les producteurs qui ont répondu à l'appel !** Les régions ciblées sont : Bas-St-Laurent, Chaudière-Appalaches, Capitale-Nationale, Centre-du-Québec, Estrie et Montérégie.

### **Analyses effectuées?**

- ▶ Analyses sérologiques dans le lait pour déterminer si les brebis sont séropositives ou non au Maedi visna (laboratoire d'expertise en pathologie animale du Québec (LEPAQ))
- ▶ Analyses bactériologiques pour la recherche des pathogènes dans le lait et réalisation des antibiogrammes (laboratoire d'épidémiologie animale du Québec (LEAQ))
- ▶ Tests du California Mastitis Test (CMT) (laboratoire de la Faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal)

Toutes les nouvelles connaissances acquises dans le cadre de ce projet permettront de mieux intervenir et améliorer les recommandations en élevage, le tout afin d'améliorer la productivité et l'efficacité des entreprises ovines québécoises. L'équipe de recherche espère pouvoir poursuivre avec un second projet, dans lequel il serait par exemple possible d'évaluer l'état de la glande mammaire au tarissement, l'efficacité des traitements selon les bactéries étudiées, etc. Bref, une thématique de recherche importante pour l'industrie et possédant encore plusieurs intérêts scientifiques !

*Les résultats du projet seront disponibles dès janvier 2018. ■*

### **RÉFÉRENCES :**

- Arsenault J, Dubreuil P, Higgins R, Bélanger D. *Risk factors and impacts of clinical and subclinical mastitis in commercial meat-producing sheep flocks in Quebec, Canada*. Preventive Veterinary Medicine, 2008 - 373-393.
- Bélanger, D., Arsenault, J., Dubreuil, P., et Girard, C. *Rapport du projet sur l'évaluation du statut sanitaire des troupeaux ovins du Bas-St-Laurent et de l'Estrie*. Faculté de Médecine Vétérinaire. Université de Montréal, 15 déc. 2001. 305p.
- Cooper, S, Huntley, S.J., Crumpa, R., Lovatt, L., Green, L.E. 2016. *A cross-sectional study of 329 farms in England to identify risk factors for ovine clinical mastitis*. Preventive Veterinary Medicine 125 : 2016- 89-98.
- Grant, C., Smith, E.M., Green, L.E. 2016. *A longitudinal study of factors associated with acute and chronic mastitis and their impact on lamb growth rate in 10 suckler sheep flocks in Great Britain*. Prev. Vet. Med. 127 (2016) 27-36.

### **PARTENAIRES DU PROJET**

- Faculté de médecine vétérinaire (FMV) de l'Université de Montréal
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)
- Richard Bourassa, mv, Clinique vétérinaire de Sherbrooke
- Société canadienne des éleveurs de moutons (SCEM)

### **FINANCEMENT**

Ce projet (*Détermination des agents infectieux affectant le potentiel laitier des brebis de type viande et de leur antibio-résistance, afin d'établir un plan d'action et d'intervention visant à réduire les facteurs de risque et à contrôler les impacts sur la productivité des élevages ovins québécois*) est réalisé grâce à une aide financière du Programme de développement sectoriel, issu de l'accord Cultivons l'avenir 2 conclu entre le ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et Agriculture et Agroalimentaire Canada.



## BLACKIES SUFFOLKS

Pure Race Enregistrée style « British »  
Béliers et Agnelles RR et QR disponibles  
Excellente carcasse et indice de gain  
Situé au NB à 2,5 h de Rivière-du-Loup  
Cécile & James Blackie : 506 392-6263  
lamb4ewe@nbnet.nb.ca



[www.blackies.ca](http://www.blackies.ca)



**Bergerie de l'Estrie**  
✦ Romanov ✦

Andrée Houle  
559, rue des Muguets  
Coaticook, QC J1A 3A9

*Éleveur Romanov*  
-Race prolifique, maternelle et désaisonnée  
-Troupeau fermé et génotypé  
-Suivi GenOvis -Statut Diamant Maedi-visna  
-Vente de femelles et béliers reproducteurs  
-Vente de femelles F1 Dorset / Romanov

Tél. : 819 849-3221  
Cell. : 819 578-3221  
froux1@videotron.ca

Bergerie située au 529, rue Davis, Coaticook, QC J1A 2S5  
[www.bergeriedelestrie.com](http://www.bergeriedelestrie.com)

## Béliers DORSET RR

Troupeau exempt de meadi visna :  
statut OR

- ✓ Très bons indices MAT et MAT-HP
- ✓ Sélectionnés sur des critères de productivité
- ✓ Rustiques, massifs, désaisonnés et faciles d'entretien

*Ferme Beausoleil enr. Michel Viens*  
210 Rg 4 Est, St-Joseph-de-Kamouraska Qc. G0L 3P0  
418 493-2310 | [beausoleil7@sympatico.ca](mailto:beausoleil7@sympatico.ca)

## Lomanco Hampshire

Sur programme de performance depuis 1963  
Béliers paternels génotypés

*La Ferme Manasan*

Amélie Fluet, Pierre & Robert Laberge  
150, chemin Laberge, Danville, QC J0A 1A0



Tél. : 819-839-3350  
[amelie@manasan.qc.ca](mailto:amelie@manasan.qc.ca)  
[www.manasan.qc.ca](http://www.manasan.qc.ca)

Marie-France Bouffard B.Sc. agr. et Christian Beaudry agr.

Pour produire des kg, ça prend des agneaux !

## Agronovie S.E.N.C.

Éleveur ovin de race pure  
Arcott Rideau

- ✓ Troupeau de 460 femelles
- ✓ Maedi Visna statut diamant
- ✓ Suivi génovis, sujets sélectionnés selon
  - ♦ **Génétique**  
moy. troupeau indice mat. → 95 % race
  - ♦ **Gabarit- Croissance**  
moyenne agneaux → GMQ 390 gr/jr
  - ♦ **Performance**  
3.05 agn sevrés/brebis/an  
(données génovis mai 2017)



*Au plaisir de vous rencontrer*

635, rang Beaudry, Granby(Québec) J2J 0K4  
450 379-5298 [chris.beau@sympatico.ca](mailto:chris.beau@sympatico.ca)

**Nous sommes la clé de votre réussite !**

## Ferme Bernier Campbell Inc.

Éleveur Dorper et White Dorper de race pure  
Suivi GenOvis - Statut Diamant Meadi visna



**Béliers terminaux disponibles**  
**Gain moyen quotidien élevé**

[berniercampbell@videotron.ca](mailto:berniercampbell@videotron.ca)  
[www.fermeberniercampbell.com](http://www.fermeberniercampbell.com)  
Tél. : 450 361-9502 • Cell. : 450 522-7051

# INTÉGRITÉ ET CONTRIBUTION

Les éleveurs canadiens de moutons de race pure visent rien de moins que l'excellence en matière d'intégrité pour leurs races, et ce, conformément à la Loi sur la généalogie des animaux. Non seulement adhèrent-ils à des règles précises pour l'enregistrement des animaux, mais au cours des cinq dernières années, les éleveurs de moutons de race pure ont investi 40 000 \$ dans l'évaluation génétique ovine canadienne, consacré 53 500 \$ à la recherche et versé 15 000 \$ en aide aux cercles 4-H et aux étudiants. Lorsque vous achetez des animaux de race pure, votre argent bénéficie à l'ensemble de l'industrie ovine canadienne.



*La Société Canadienne des Éleveurs de Moutons*

ETABLIE EN 1905

[www.sheepbreeders.ca](http://www.sheepbreeders.ca)



  
CENTRE DE FORMATION AGRICOLE  
SAINT-ANSELME

Diplôme d'études professionnelles en  
**PRODUCTION  
OVINE  
EN LIGNE**

Notre diplôme d'études est admissible à plusieurs programmes de La Financière agricole du Québec.

INFORMATION ET INSCRIPTION  
Normand Bissonnette  
[normand.bissonnette@cscotesud.qc.ca](mailto:normand.bissonnette@cscotesud.qc.ca)  
418 885-4517 poste 1661  
[www.cfastanselme.com](http://www.cfastanselme.com)



Commission scolaire  
de la Côte-du-Sud



«Mes études et mes stages en entreprise m'ont permis de devenir un meilleur agriculteur.»

Arasen Iyasawmy, diplômé



Centre de formation  
professionnelle de  
Coaticook - CRIFA

# D.E.P. • PRODUCTION ANIMALE VOLET **CAPRIN/OVIN**

**Durée: 1215 heures** (temps complet)

**dont 600 heures** consacrées à la  
production spécifique soit cours en classe  
et stage en milieu de travail



Coaticook

**1 866 787-1212**

poste 2300

dircrifa@cshc.qc.ca | **CRIFA.CA**



Possibilité de  
**stages**  
en entreprises



Commission scolaire  
des Hauts-Cantons  
Formation professionnelle

Pour les personnes possédant de l'expérience  
renseignez-vous sur la Reconnaissance des Acquis  
et des Compétences. Vos expériences reconnues  
pourraient réduire votre temps de formation.

## PERFORMANCE RECHERCHÉE ICI



### Un bon départ simple comme 1-2-3!

#### **1** COLOSTRUM HEADSTART HICAL

Le colostrum de qualité sert :

- Au transfert d'immunité passive par les immunoglobulines (IgG).
- De source d'énergie en prévention de l'hypothermie.

#### **2** LACTOREMPLACEUR OVATION AGNO-CHEVRO

La formulation unique du Ovation Agno-Chevro favorise la formation rapide du caillé, un gage de grande digestibilité pour une meilleure croissance et santé.

- 100 % protéine du lait.
- 100 % sélénium sous forme organique.
- 100 unités/kg de vitamine E.

#### **3** ALIMENTS DÉBUT OVATION 19 PRO/OVATION PULP-O-20

- Sources de protéine et d'énergie idéales pour les agneaux.
- 25 % de sélénium sous forme organique.
- Additionnés de vitamines du complexe B indispensables aux pré-ruminants.



Consultez votre expert-conseil  
La Coop pour un programme  
complet d'élevage des agneaux  
et de régie des brebis.

**La Coop**