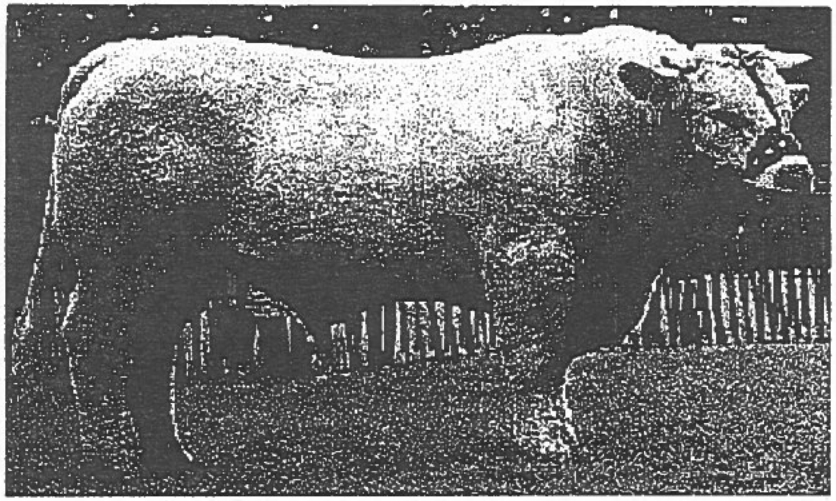


Agriculture, Pêcheries et Alimentation
Québec

# Étude stratégique sur la transformation du bovin de boucherie au Québec

**28 février 2003**

PRICEWATERHOUSECOOPERS

# Table des matières


**1. MISSION**

1.1 Introduction

1.2 Méthodologie

**2. CONSTAT DE LA SITUATION DU BOUVILLON AU QUÉBEC**

2.1 Production

a) Volume

b) Qualité

c) Poids

2.2 Mise en marché

a) De la ferme à l'abattoir

b) Acheteurs

c) Prix

2.3 Distribution

2.4 Consommateur

a) Situation actuelle

b) Perspectives

# Table des matières (suite)


**3. POTENTIEL D'ABATTAGE AU QUÉBEC**

3.1 État actuel

3.2 Capacité supplémentaire d'abattage

3.3 Concurrence

a) Ontario

b) Ouest canadien

**4. BESOINS DU MARCHÉ**

4.1 Besoins annuels

4.2 Tendances de consommation

4.3 Sources d'approvisionnement

4.4 Le bœuf du Québec

**5. CONCLUSION ET PISTES DE SOLUTION**

5.1 CONCLUSION

a) La production

b) Les abattoirs

5.2 PISTES DE SOLUTIONS

# Table des matières (suite)

## LISTE DES TABLEAUX


1. Volume de production de bouvillons d'abattage au Québec et projections jusqu'en 2007
2. Persillage des carcasses de bouvillons Québec vs Ontario et Alberta
3. Poids moyen des carcasses de bouvillons
4. Lieu d'abattage des bouvillons produits au Québec (Hors Québec vs Québec)
5. Évaluation du prix des bouvillons Québec et Ontario
6. Évaluation de la consommation domestique de bœuf du Québec de 1980 à 1998 (Base poids au détail)


## ANNEXES


1. Liste des intervenants consultés
2. Convention de mise en marché du porc

# 1. Mission

## 1.1 INTRODUCTION

- En 1999, la Filière québécoise du bœuf s'est donné comme une de ses cibles de renouveler la structure d'abattage afin d'abattre 100 % des bouvillons produits au Québec d'ici 2005, soit 150 000 têtes. Afin de déterminer les actions à poser, le MAPAQ désire disposer d'une étude stratégique qui proposera l'option la plus structurante et réalisable pour atteindre cette cible.
- La mission de l'étude confiée à PricewaterhouseCoopers traitera des points suivants :
  - déterminer les besoins des chaînes d'alimentation et des grossistes pour les carcasses et les découpes de bœuf;
  - à partir des études existantes, évaluer l'approvisionnement disponible actuellement et à moyen terme ainsi que les méthodes de fixation de prix;
  - analyser l'environnement concurrentiel canadien;
  - proposer des pistes de solutions visant à implanter au Québec un projet structurant.

# 1. Mission

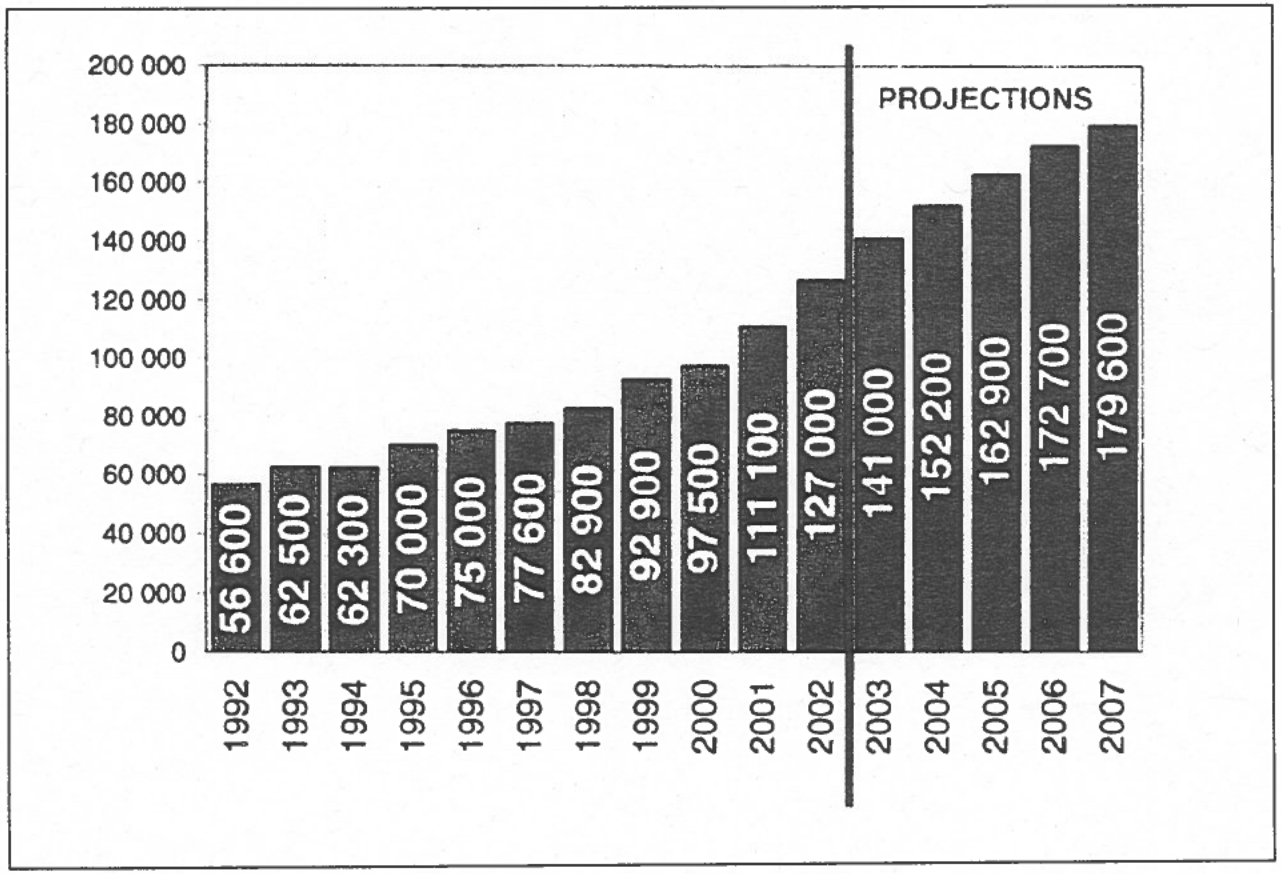
## 1.2 MÉTHODOLOGIE

- Afin de réaliser la mission, les intervenants de la filière ont été rencontrés, notamment :
  - le MAPAQ
  - la Fédération des producteurs de bovins du Québec
  - les représentants des abattoirs suivants :
    - Colbex
    - Billette
    - Les Cèdres

- Les représentants des chaînes d'alimentation et des grossistes en alimentation ont été consultés à l'aide d'un questionnaire d'entrevue portant sur les tendances du marché

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Tableau 1 – Volume de production de bouvillons d'abattage au Québec et projections jusqu'en 2007**




Source : Fédération des producteurs de bovins du Québec

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec

## 2.1 PRODUCTION

### a) Volume

- Le Québec compte actuellement plus de 300 éleveurs de bouvillons d'abattage au Québec.
- Depuis le début des années 1990, la production du bouvillon d'abattage a connu une croissance soutenue. Depuis 1992, le volume de production du bouvillon d'abattage a plus que doublé, passant de 56 600 têtes à environ 127 000 têtes en 2002.
- La croissance moyenne annuelle de la production a été d'environ 8 % par année, et les professionnels de l'industrie prévoient que cette croissance devrait être maintenue sinon augmentée au cours des prochaines années.
- Au rythme où croît la production de bouvillon depuis deux ans, le niveau de 150 000 têtes que visait la Filière du bœuf du Québec pour la fin de l'année 2005 sera dépassé au cours de l'année 2004 comme le démontre le tableau 1.
- Au cours de 2001, environ 12 % des fermes productrices de bouvillons d'abattage se sont réparties plus de 70 % de la production annuelle observée au cours de cette année, soit environ 110 000 têtes. Ces fermes ont un volume d'élevage annuel supérieur à 1 000 têtes de bétail, ce qui est très important si on le compare au volume moyen observé chez la plupart des éleveurs québécois, lequel se situe à environ 200 têtes par année.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

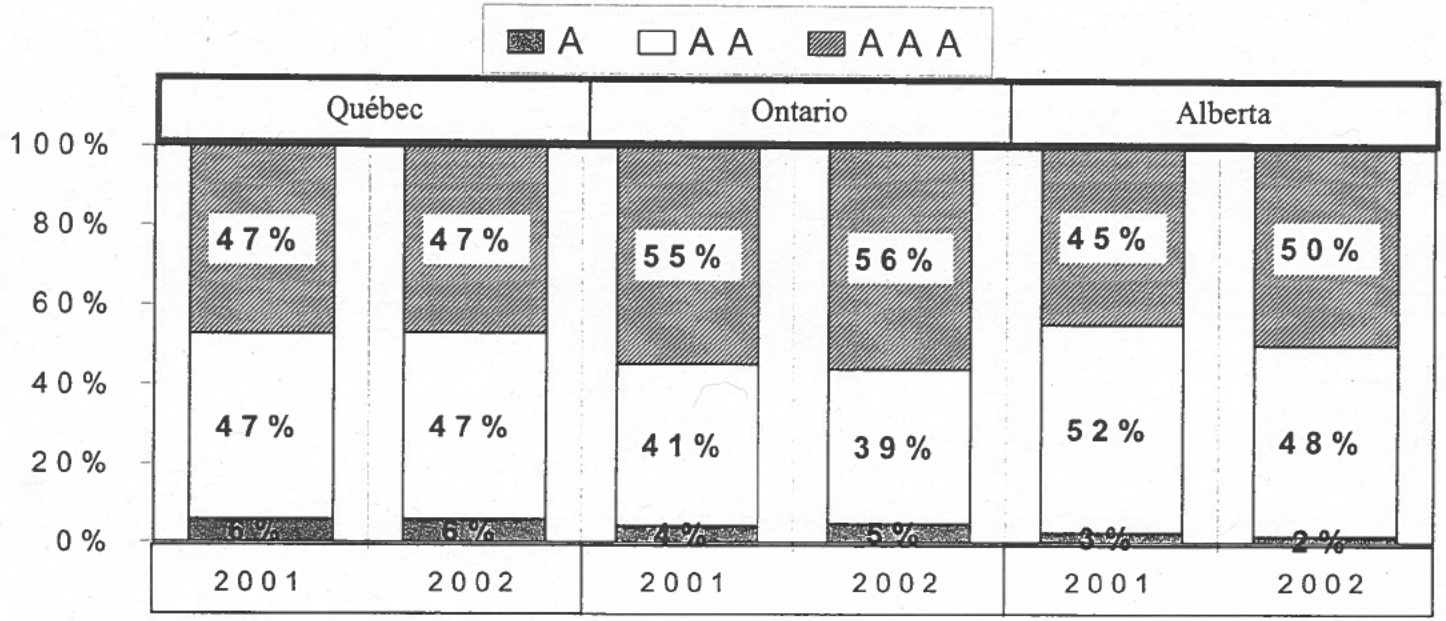
- En 2000, on estimait que le volume de bouvillons et de taures d'abattage produit par le Québec comblait environ 13 % des besoins des consommateurs en viande de bœuf et qu'il faudrait une augmentation d'environ 500 000 bouvillons et taures pour satisfaire les besoins du Québec en viande de bœuf, ce qui représentait, à l'époque, six fois plus que ce que le Québec produisait déjà. Il existe donc un potentiel de croissance certain pour ce marché.

**b) <u>Qualité</u>**

- Au cours des 10 dernières années, la qualité des bouvillons produits par le Québec s'est nettement améliorée, celle-ci ayant presque atteint les niveaux de qualité observés dans l'Ouest du Canada, région reconnue depuis longtemps pour sa production de bœuf de qualité supérieure.
- La qualité de la viande bovine se mesure par le degré de persillage que l'on retrouve dans la viande celui-ci allant de la quote A à AAA cette dernière représentant un degré de qualité supérieure. Plus le degré de persillage est élevé, plus la viande sera tendre et goûteuse au moment de la consommation.
- En proportion du volume total de bouvillons produit par le Québec, le pourcentage de la production de viande de qualité AAA est passé de 11 % en 1997 à environ 46 % en 2002, un niveau se rapprochant de celui observé en Alberta, cette dernière province ayant produit la moitié de son volume en qualité AAA (tableau 2).

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Tableau 2 – Persillage des carcasses de bouvillons Québec vs Ontario et Alberta**




Source : Fédération des producteurs de bovins du Québec

- L'Ontario demeure supérieure en termes de qualité de viande, sa production de AAA ayant atteint 56 % de son volume annuel produit en 2002.
- Traditionnellement, les chaînes alimentaires québécoises favorisaient l'achat de viande de catégorie A, mais cette tendance tend à changer puisque le consommateur est de plus en plus exigeant quant à la qualité de la viande qu'il consomme, d'où un avenir prometteur pour la viande de catégorie AAA.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

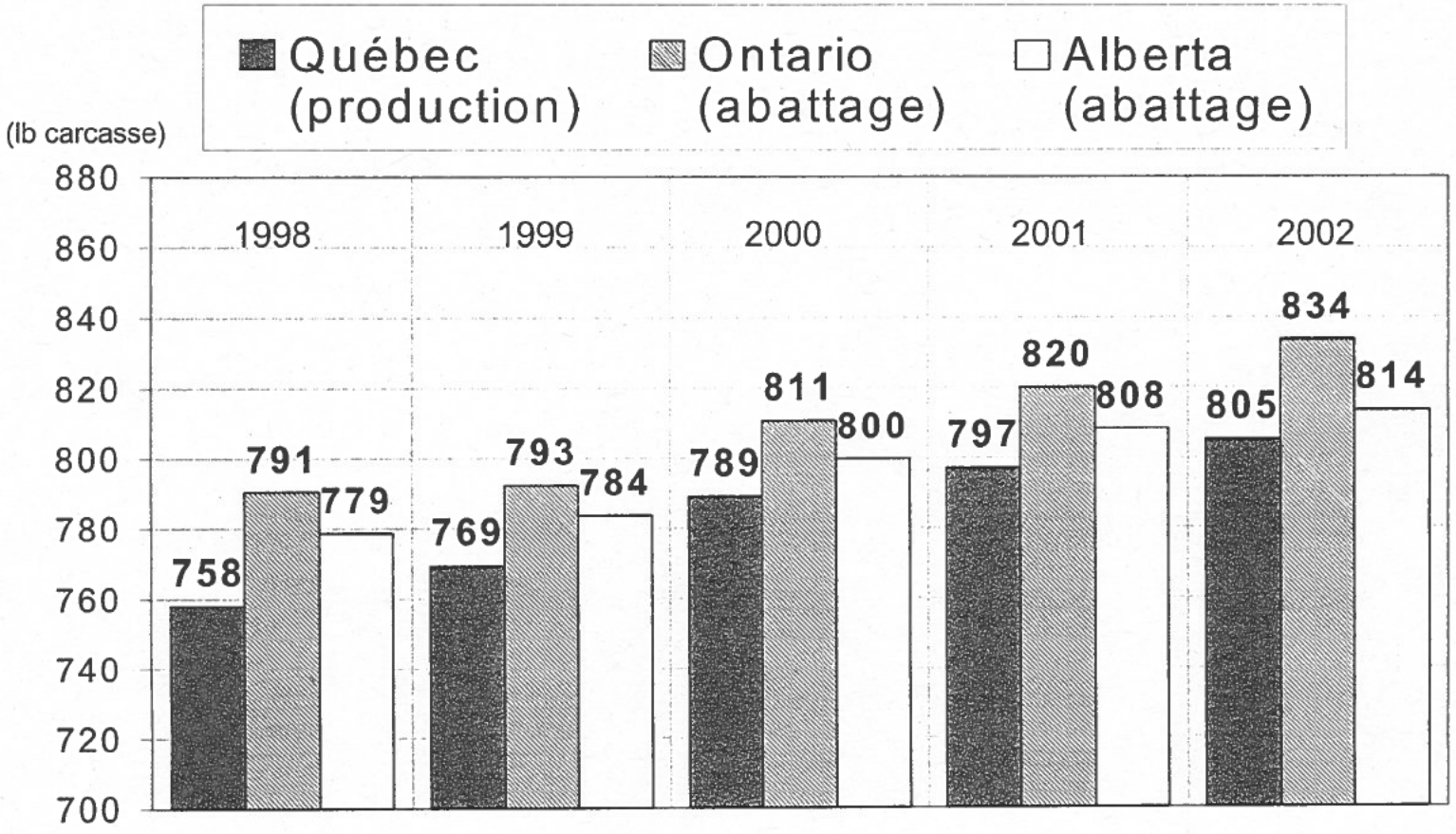
- L'Agence de vente du bouvillon d'abattage a lancé, en mars 1999, le projet Bœuf Qualité Plus qui visait à améliorer la qualité et l'uniformité de la viande que produit le Québec dans le but de rétablir le positionnement du bœuf québécois sur les marchés, d'augmenter la production et d'accroître la capacité concurrentielle de l'industrie québécoise.
- Sur la base de ce qui a été mentionné précédemment, le projet a porté ses fruits puisque près de 50 % de la production québécoise a atteint un niveau supérieur de qualité.

**Poids**

- Le Québec produit un bouvillon dont le poids est légèrement inférieur à celui qui est produit par l'Ontario et l'Alberta, celui-ci ayant atteint 805 livres au cours de 2002 comparativement à un poids moyen de 834 livres en Ontario et de 814 livres en Alberta. Cet écart de poids ne semble toutefois pas être un élément qui influence de façon importante le prix de vente de notre bétail sur le marché.
- Le tableau 3 présente l'évolution du poids des bouvillons québécois vendus au cours des dernières années en comparaison de celui de l'Ontario et de l'Alberta.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Tableau 3 – Poids moyen des carcasses de bouvillons**




Source : Fédération des producteurs de bovins du Québec



PRICEWATERHOUSECOOPERS

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

## 2.2 MISE EN MARCHÉ AU QUÉBEC

### a) De la ferme à l'abattoir

- Le nombre de bouvillons mis en vente hebdomadairement peut passer de 1 500 têtes en période de production plus faible à 4 000 têtes en période plus forte, comme à l'automne, qui est une saison où le taux de vêlage est très élevé. En moyenne, on peut considérer qu'environ 2 000 à 2 500 bêtes sont mises en vente hebdomadairement au Québec.
- Il existe deux options de mise en marché pour les producteurs de bouvillons d'abattage, à savoir :
  - l'enchère électronique
  - la vente directe à un acheteur (de gré à gré)
- Près de 85 % de la production de bouvillons mise en vente est effectuée par enchère électronique, laquelle permet une plus grande flexibilité aux acheteurs.
- Les bouvillons sont vendus par lots à l'enchère électronique, sur une base « carcasse » et « classification ». Les acheteurs sont reliés par ordinateurs et doivent faire leurs offres avant 8 h le jeudi à la Fédération des producteurs de bovins. La vente a lieu une fois par semaine, le jeudi, à compter de 14 h.
- Lors d'une vente à l'enchère électronique, le prix transigé n'inclut pas les frais de transport, qui sont aux frais de l'acheteur. Cet élément est très important puisque lorsqu'un acheteur doit assumer un coût de transport élevé pour prendre possession du bétail acheté, il aura tendance à faire pression à la baisse sur le prix à la livre à l'enchère.

## 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

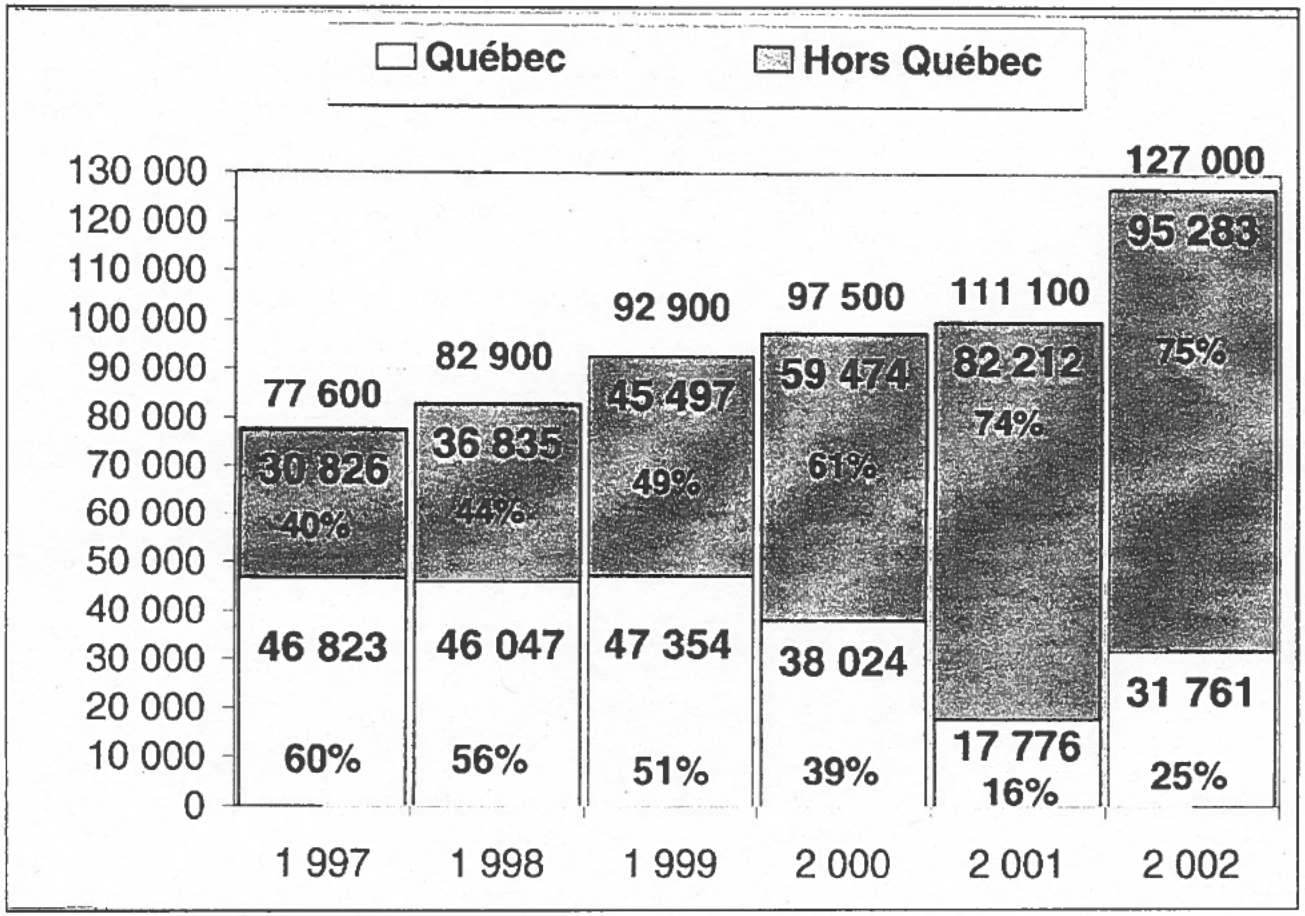
- C'est l'acheteur qui doit entrer en communication avec le producteur pour s'entendre sur le moment de la prise de possession du bétail.
- La Fédération paie les producteurs après avoir reçu l'argent des acheteurs qui eux doivent effectuer leur paiement dans un délai maximal de cinq jours après le départ des bouvillons de la ferme.
- Les ventes de gré à gré effectuées entre le producteur et l'acheteur représentent environ 15 % de la production mise en vente par les producteurs de bovins. Cette façon de procéder nécessite tout de même l'implication de la Fédération puisqu'un numéro d'autorisation doit être fourni par celle-ci afin de permettre au producteur d'être couvert par le programme de garantie de paiement.
- Le producteur attend de connaître les prix transigés lors de l'enchère électronique du jeudi et offre son bétail aux abattoirs intéressés à un prix moyen basé sur les prix transigés à l'enchère.
- Cette façon de faire avantage le producteur, qui fait face à moins de concurrence sur le marché.

**b) <u>Acheteurs</u>**

- Au Québec, la capacité d'abattage est réduite. Conséquemment, un volume important de la production de bouvillons québécois se retrouve sur le marché des abattoirs de l'Ontario.
- Comme nous pouvons le constater au tableau 4, près de 75 % de la production de bouvillons mise sur le marché par les producteurs québécois ont été abattus en dehors du Québec en 2002; les deux principaux abattoirs ayant connu des difficultés financières.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Tableau 4 – Lieu d'abattage des bouvillons produits au Québec (Hors Québec vs Québec)**




Source : Fédération des producteurs de bovins du Québec

Partie confidentielle
Retirée.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- Un acheteur majeur, la société Better Beef Ltd. située à Guelf, en Ontario, intervient de façon importante dans le marché québécois. Comme son volume excède de beaucoup celui acheté au Québec, le prix offert aux producteurs du Québec subit des pressions à la baisse.
- St. Helen's Meat, située à Toronto, est un abattoir d'une capacité de 1 500 têtes par semaine. Cet abattoir intervient au chapitre de l'encan de façon beaucoup moins importante que Better Beef Ltd.
- Les abattoirs québécois éprouvent de la difficulté à concurrencer les grands de l'industrie comme Better Beef Ltd. dont les activités sont à toutes fins entièrement intégrées, permettant ainsi des économies d'échelle et un pouvoir de négociation très importants quant à la fixation des prix lors des enchères.
- Au Québec, on retrouve deux abattoirs importants : Les Abattoirs Zénon Billette inc. dont la capacité d'abattage hebdomadaire s'élève à environ [redacted], et Abattoir Les Cèdres, dont la capacité théorique d'abattage hebdomadaire se situe à environ [redacted] têtes. Ces deux abattoirs possèdent une capacité d'abattage d'environ [redacted] de la production que l'on prévoit mettre en marché au cours de 2003 et environ [redacted] de la production mise en marché au cours de 2002.

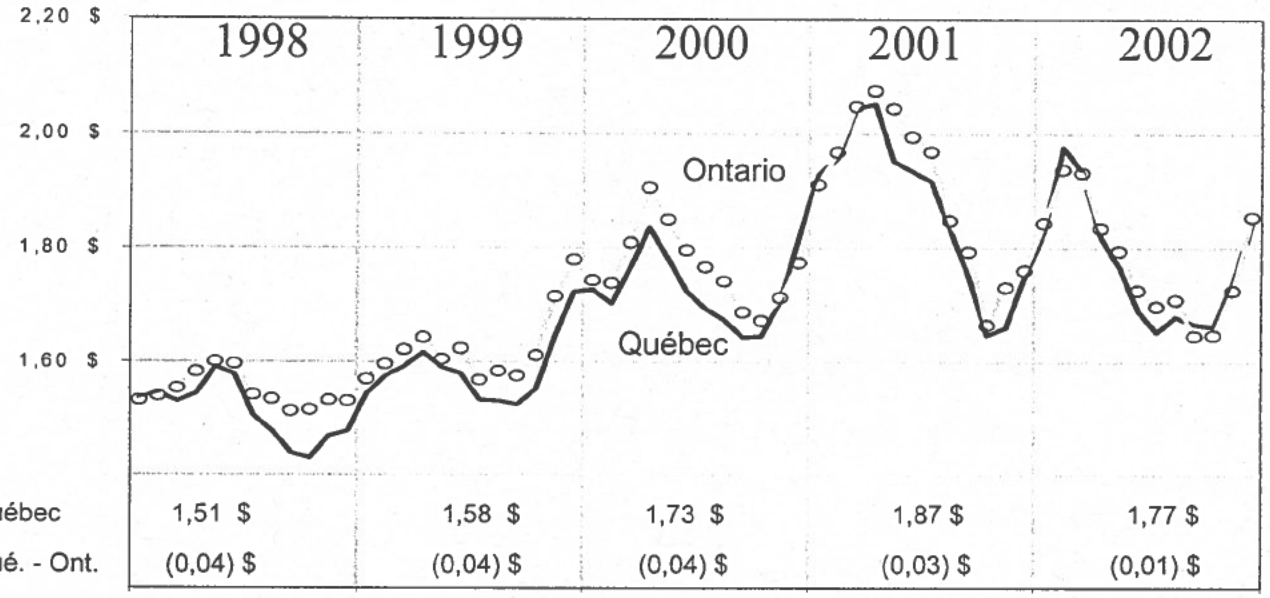
garder confidentiel

- Dans les faits, il semblerait, comme nous le démontre le tableau 4, qu'il en ait été autrement au cours des dernières années puisque plus de 60 % du volume mis en marché a été transféré en Ontario depuis l'année 2000.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Les prix**
- Le tableau 5 montre l'évolution du prix mensuel du 100 livres transigé sur nos marchés au cours des deux dernières années, lequel montre l'impact des ventes à l'Ontario sur le prix de la production québécoise mise en vente.
- **Tableau 5 – Évaluation du prix des bouvillons Québec et Ontario**

($ / lb carcasse)




| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|---|---|---|---|---|
| Québec | 1,51 $ | 1,58 $ | 1,73 $ | 1,87 $ | 1,77 $ |
| Qué. - Ont. | (0,04) $ | (0,04) $ | (0,04) $ | (0,03) $ | (0,01) $ |

Source : Fédération des producteurs de bovins du Québec

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- Étant donné que plus de la moitié des bouvillons du Québec sont abattus en Ontario, les prix sont donc directement alignés sur le marché ontarien, moins les frais de transport qui s'élèvent à environ 0,03 à 0,04 $ la livre/carcasse, ce qui représente une perte directe pour le producteur. En 2001, la réouverture de l'abattoir Billette a pu avoir un impact sur cet écart.
- Les prix de référence de l'Ontario sont, quant à eux, fixés par les États-Unis et correspondent aux prix transigés sur le marché américain plus le taux de change.
- Selon certains intervenants de l'industrie québécoise et dans l'hypothèse où le Québec abattrait la totalité des bouvillons produits par ses éleveurs, on ne pourrait s'attendre à éliminer complètement la perte que l'on prétend être attribuable au transport puisque les acheteurs ontariens seront toujours présents sur le marché québécois et influeront tout de même le prix.

## 2.3 DISTRIBUTION

- Au Québec, 70 % de la distribution alimentaire est détenue par trois grandes chaînes, à savoir Loblaw, Métro-Richelieu et Sobeys-IGA.
- L'acquisition du groupe Provigo il y a de cela quelques années a placé la société Loblaw au premier rang des détaillants canadiens, suivie de Sobeys-IGA, propriété du groupe Empire. Ces deux détaillants détiennent directement ou indirectement 45 % des ventes canadiennes de produits d'épicerie (ventes au détail des magasins corporatifs et l'équivalent de ventes au détail des franchisés, affiliés et indépendants desservis par leurs services de gros.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- Au Québec, grâce à leur taille et leur rayonnement, les trois grandes chaînes mentionnées précédemment constituent le cœur de la distribution alimentaire. Leur politique d'achat influence donc grandement l'approvisionnement de l'ensemble du secteur de la viande
- [redacted]

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- Selon une monographie de l'industrie du bœuf au Québec publiée en mars 2000, près de 90 % du bœuf serait commandé par les trois grandes chaînes. Néanmoins, nos discussions avec les représentants des plus importants grossistes en bœuf au Québec ([redacted]) ainsi que le groupe Costco, nous laisse croire que ce pourcentage pourrait être plus faible compte tenu de la proportion de bœuf achetée par ces derniers.
- Dans le cas des grossistes indépendants, une proportion importante de leurs achats (près de 50 %) provient de l'extérieur du Canada notamment des États-Unis et de l'Uruguay. Les produits recherchés et les coûts plus bas expliqueraient cette situation.
- En 1999, on dénombrait près de 180 grossistes québécois spécialisés surtout dans le bœuf frais ou congelé (49 %) et la charcuterie (43 %). Les activités de ces grossistes se limitent généralement à leur région immédiate ou aux produits spécialisés.
- Il existe également des courtiers en alimentation, lesquels mettent en relation des fournisseurs (locaux et surtout étrangers) avec des acheteurs du Québec. Les commissions représentent 2 % à 7 % du prix ou l'équivalent de un cent (0,01 $) le kilo selon le volume négocié et l'ampleur du travail demandé. En 1999, on en dénombrait environ sept dans le secteur de la viande.
- Les abattoirs du Québec subissent une forte concurrence en provenance des transformateurs de l'Ouest auprès desquels les grandes chaînes s'approvisionnent en partie puisqu'ils peuvent parfois obtenir un prix plus intéressant. Certaines coupes sont également achetées des États-Unis (l'intérieur de ronde, par exemple) puisqu'elles ne sont pas ou peu offertes sur le marché local par nos transformateurs.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

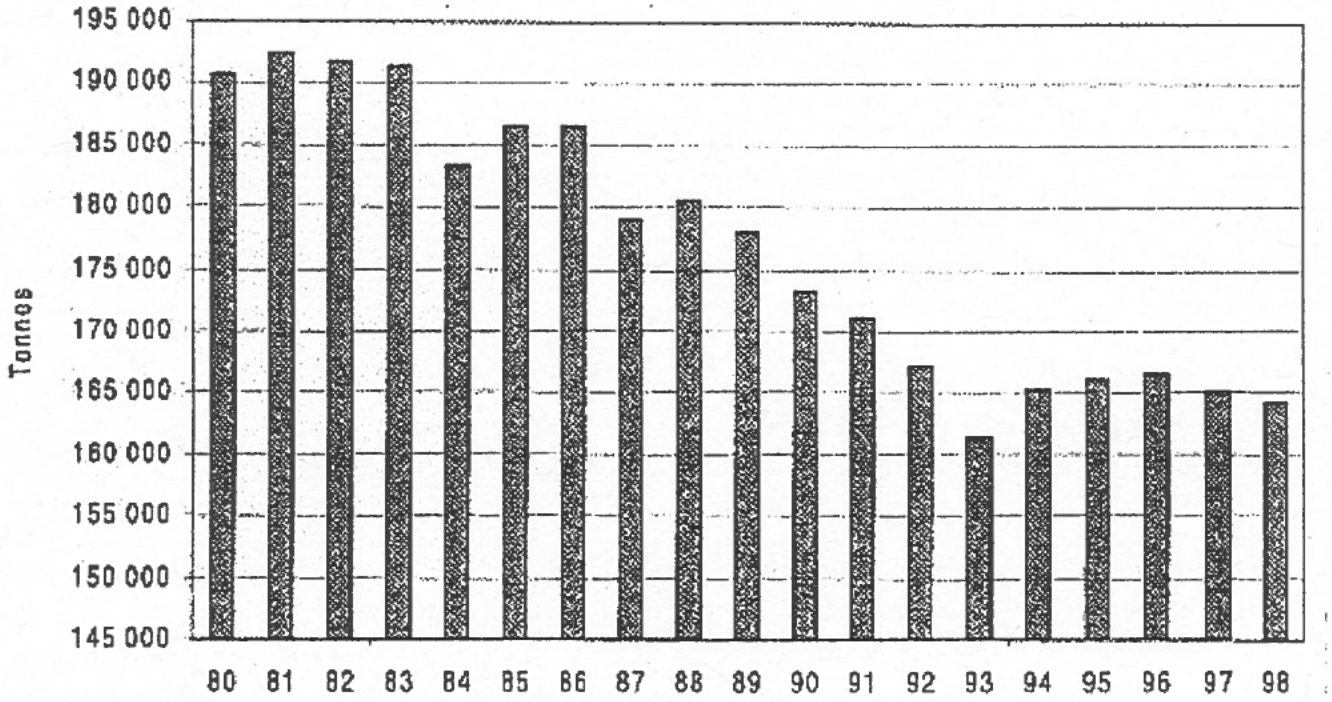
## 2.4 CONSOMMATEUR

### a) Situation actuelle

- L'alimentation a profondément évolué au cours des dernières années et elle est dominée par un rythme de vie étourdissant pour plusieurs, des considérations nutritionnelles et des exigences de plus en plus manifestes en matière d'alimentation sans risque.
- Au Québec, on a pu constater une baisse dans la consommation de bœuf depuis 1986 quoique celle-ci semble s'être stabilisée depuis 1993 comme le démontre le tableau 6 de la page suivante.
- Le consommateur se tourne donc de plus en plus vers des aliments « sécurisants » et, à ce chapitre, les viandes rouges (dont le bœuf) ont perdu beaucoup de terrain ces dernières années ce qui tend toutefois à se stabiliser.
- Les maladies comme celles qui ont marqué le secteur tout récemment (crise de la vache folle, salmonellose, etc.) finissent par agir sur le degré de confiance du consommateur. De plus, la présence accrue de produits de substitution (souvent mieux perçus en matière de santé) et l'apparition de nouvelles coupes (souvent écoulées en format plus petit) ont pu jouer un rôle déterminant dans la chute des volumes de consommation des viandes rouges.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- **Tableau 6 – Évolution de la consommation domestique de bœuf du Québec de 1980 à 1998 (Base poids au détail)**




Source : Monographie de l'industrie du bœuf au Québec, mars 2000

- La consommation québécoise est passée de 190,7 milliers de tonnes en 1980 à 164,3 en 1998, soit une diminution de 13,8 % au cours de cette période.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- Toutefois, le consommateur québécois débourse davantage aujourd'hui qu'il ne le faisait il y a dix ans pour l'achat d'un kilo de viande. Il nous est permis de supposer que le consommateur mange peut-être moins de viande, mais celle qu'il consomme est de meilleure qualité et est davantage transformée.

**b) Perspectives**

- Les tendances actuelles laissent entrevoir une augmentation peu importante de la consommation de bœuf dans un proche avenir en raison des facteurs suivants :
  - le Guide alimentaire canadien tend à privilégier la consommation de volaille au détriment de la viande rouge;
  - le consommateur exige de plus en plus de mets prêts à servir; (le bœuf, tel qu'il est vendu actuellement, satisfait-il à cette exigence?)
  - la population vieillissante consomme moins de viande dû au ralentissement de leur rythme de vie;
  - le développement des OGM (« organismes génétiquement modifiés ») soulève beaucoup d'inquiétudes chez le consommateur; et
  - la présence de plus en plus accrue de groupes ethniques font en sorte que la viande constitue de moins en moins l'élément principal du repas.

# 2. Constat de la situation du bouvillon au Québec (suite)

- L'industrie du bœuf a toutefois préparé une offensive pour atténuer l'effet de ces facteurs en imposant des normes de qualité pour ses abattoirs (certification HACCP) et en mettant de l'avant un système de traçabilité qui lui permettrait de contrôler la qualité de la viande à partir de la source d'élevage.
- Enfin, comme il a été fait mention précédemment, une proportion des consommateurs exige maintenant davantage de qualité lorsqu'ils achètent de la viande de bœuf et ils sont prêts à en payer le prix. On peut présumer que cette proportion de consommateurs croîtra au cours des prochaines années en raison de la croissance du revenu familial moyen au Québec.

# 3. Potentiel d'abattage au Québec

## 3.1 ÉTAT ACTUEL

- Comme il a été mentionné à la section précédente, il n'y a actuellement que deux joueurs importants au Québec dans l'abattage et la transformation du bouvillon, soit Les Abattoirs Zénon Billette inc et l'Abattoir Les Cèdres. Un autre abattoir, Abattoir Colbex (« Colbex »), est spécialisé dans la vache de réforme et pourrait se diversifier dans l'abattage de bouvillon.

### a) Les Abattoirs Zénon Billette inc (« Billette »)

- [redacted]

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

- [redacted]

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

**b) Abattoir Les Cèdres (« Les Cèdres »)**

- [redacted]

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

**c) Spécialisation**

- Certains créneaux pourraient être davantage exploités par les abattoirs québécois compte tenu du volume d'abattage restreint (nettement inférieur à celui de l'Ontario ou de l'Alberta).
- L'abattage de viande Kasher ou Hallal, est un marché de niche qui n'intéresse pas les gros abattoirs puisqu'il requiert certaines procédures au moment de l'abattage que ceux-ci ne peuvent se permettre compte tenu du niveau d'activité et de la logistique de leur usine d'abattage.
- Ce type de production ouvre les portes à l'exportation puisqu'il existe un marché important pour ces produits aux États-Unis.
- Par contre, cette forme d'abattage requiert de l'abattoir que ce dernier ait un marché alternatif afin de lui permettre d'écouler la viande qui ne peut être acceptée comme de la viande kasher.

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

## 3.2 CAPACITÉS SUPPLÉMENTAIRES D'ABATTAGE

- La production annuelle de bouvillons prévue pour l'année 2003 est estimée à environ 140 000 têtes de bétail.
- La capacité totale d'abattage de Billette et Les Cèdres s'élève théoriquement à environ [redacted] têtes par année. Cependant, des investissements additionnels de l'ordre de [redacted] millions de dollars seraient requis pour atteindre ce niveau d'abattage selon nos discussions.
- Les autres petits abattoirs ont une production d'en moyenne 25 à 50 bouvillons par semaine, ce qui est marginal si on la compare au volume des abattoir de Les Cèdres et de Billette.
- Il resterait donc, en posant l'hypothèse que Billette et Les Cèdres maintiennent leur capacité d'abattage, un volume d'abattage d'environ [redacted] têtes à combler.
- Nos discussions avec les représentants de l'industrie nous ont appris que Colbex, située à Saint-Cyrille-de-Wendover, serait peut-être intéressée à se lancer dans l'abattage et la transformation de bouvillons.

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

- Colbex, qui est certifiée HACCP, œuvre actuellement dans l'abattage de vaches de réforme, et ses installations ont une capacité d'abattage d'environ [redacted] têtes par semaine. Au cours des dernières années, une baisse dans le volume de la vache de réforme a été observée principalement en raison de la réduction du cheptel laitier.
- De ce fait, Colbex abat actuellement [redacted] vaches par semaine, soit environ [redacted] de sa capacité d'abattage.
- Bien que l'entreprise n'ait aucune expertise dans l'abattage de bouvillons, il serait possible que celle-ci se tourne vers cette production afin de combler son manque de volume, et la direction de l'entreprise pense qu'elle pourrait abattre un volume de [redacted] têtes par semaine. Des investissements seraient toutefois nécessaires afin d'accroître la capacité de la salle de découpe.
- Cette avenue permettrait de combler le manque de capacité d'abattage pour répondre à l'offre de bouvillons sur le marché prévue pour les deux prochaines années.

## 3.3 CONCURRENCE

- La concurrence envers les abattoirs québécois nous vient principalement de l'Ontario pour l'achat de bœufs et de l'Ouest canadien et des États-Unis pour la vente du produit transformé.

### a) Ontario

- En Ontario, Better Beef Ltd. occupe une place importante dans la transformation du bouvillon de boucherie avec un volume d'abattage hebdomadaire supérieur à [redacted] têtes;

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

- Située à Guelph, au cœur de la région du bœuf de l'Ontario, Better Beef Ltd. possède des installations parfaitement modernes en tous points. L'utilisation des technologies et des méthodes de conditionnement les plus récentes lui permet d'offrir des produits de bœuf d'une excellente qualité.
- Better Beef Ltd. offre des produits du bœuf aux grands détaillants, aux grossistes, aux transformateurs de second cycle et à l'industrie de la restauration.
- Pour le transport de ses produits, la société utilise, en général, sa propre flotte de camions qui répond à toutes les normes internationales de la méthode HACCP.
- Better Beef Ltd. est un acheteur important à l'enchère électronique au Québec, et la société a le pouvoir, compte tenu du volume qu'elle achète et de sa capacité financière, d'influencer de façon importante à la baisse ou à la hausse le prix transigé par 100 livres de bétail produit au Québec. L'Ontario fixe donc en quelque sorte le prix du bovin d'abattage du Québec.
- St-Helen's Meat Packers, située à Toronto, est une entreprise familiale qui abat environ [redacted] têtes par semaine. Elle est reconnue pour faire, entre autres, de l'abattage kasher d'où une concurrence possible si les abattoirs québécois décidaient d'aller vers ce créneau.

# 3. Potentiel d'abattage au Québec (suite)

**b) <u>Ouest canadien</u>**

- La concurrence de l'Ouest canadien se situe plutôt au stade de la distribution puisque de gros transformateurs et distributeurs alimentaires comme Cargill et Lakeside, par exemple, ont une forte influence sur le prix du bœuf vendu aux chaînes du Québec.
- En période de surabondance, ces sociétés ont la capacité d'effectuer une pression à la baisse sur les prix, puisqu'elles ont la capacité financière de le faire, ce qui n'est pas le cas pour nos abattoirs au Québec. Ces derniers ne peuvent donc offrir des prix aussi avantageux et perdent ainsi les ventes qu'ils auraient effectuées s'ils avaient eu les capacités financières et physiques d'assumer une baisse périodique du prix de vente de leur production.

# 4. Besoins du marché

- Afin de bien comprendre les orientations que doivent prendre les transformateurs québécois, nous avons tenté de cerner les besoins du marché en effectuant des entrevues qui nous ont permis d'obtenir un bon aperçu des tendances dans l'industrie de la consommation de viande de bœuf.
- À l'aide d'un questionnaire, nous avons tenté de cerner les points suivants :
  - les besoins annuels des chaînes en termes de volume et de qualité;
  - les tendances de consommation dans la qualité et la découpe;
  - les sources d'approvisionnement utilisées et les normes de qualité exigées; et
  - les commentaires sur le bœuf du Québec en termes de disponibilité, de qualité et de prix.
- Nous avons communiqué avec les quatre plus grandes chaînes d'alimentation, à savoir le Groupe Provigo, Sobeys-IGA, Métro-Richelieu et le Groupe Costco, ainsi qu'avec les principaux grossistes : Chatel, T. Lauzon et P.E. Dubé..

# 4. Besoins du marché (suite)

## 4.1 BESOINS ANNUELS

- [redacted]
- En matière de qualité, les chaînes sont directement dépendantes de la disponibilité sur le marché. Cela dit, elles exigent un minimum de qualité. Les besoins diffèrent selon l'utilisation qu'on fera de la viande, mais la qualité « A » est un minimum requis pour le marché domestique primaire.
- Dans le bœuf de commodité, on retrouve pour la plupart du bœuf de catégorie «A» et « AA ». Les coupes françaises, une viande attendrie mécaniquement, sont faites avec cette catégorie de produit.
- Le vieillissement de la viande est également un critère important pour les acheteurs. À titre d'exemple, la viande de bœuf qui est achetée par Métro est vieille d'au moins 12 jours lorsqu'elle arrive en entrepôt afin qu'elle ait un degré de vieillissement d'environ 15 jours lorsqu'elle arrive en comptoir.

# 4. Besoins du marché (suite)

- Les États-Unis sont un important fournisseur pour le Québec dans les coupes d'intérieur de ronde dites « françaises » puisque la promotion de cette partie du bœuf ne fait pas partie de la mise en marché qu'ils privilégient, l'extérieur de ronde étant davantage leur créneau. De plus, le québécois moyen préfère une viande plutôt maigre, ce qui incite les chaînes à faire la promotion des coupes françaises. Les qualités « Standard» et « Select » sont celles qui seraient les plus en demande sur ce marché.
- [redacted]n'achète, quant à lui, que du bœuf de qualité « AAA » pour l'ensemble de ses entrepôts. Par le passé, l'entreprise achetait de la qualité « A », mais avec le temps, elle a décidé d'acheter un produit de qualité supérieur et la clientèle répond bien, jusqu'à maintenant à ce type de produit.

## 4.2 TENDANCE DE CONSOMMATION

- L'information qui ressort de nos entrevues avec les détaillants est que le consommateur en général fait difficilement la différence entre un bœuf de qualité « AA » et un bœuf de qualité « AAA » ou supérieur.
- Le consommateur québécois moyen est réputé être un acheteur de « prix », ce qui indique qu'il prendra davantage en considération le prix du produit qu'il achète que sa qualité.
- Par contre, le consommateur voudra une viande qui est maigre, tendre, juteuse et savoureuse. Il se tournera donc souvent vers les coupes françaises qui répondent généralement à ces quatre critères à la fois.

# 4. Besoins du marché (suite)

- Une certaine catégorie de consommateurs n'hésiteront toutefois pas à payer plus cher pour un morceau de bœuf de qualité supérieure. On pourrait d'ailleurs subdiviser cette catégorie en deux, soit le consommateur qui paiera pour la qualité peu importe le prix et le consommateur qui n'a pas les ressources financières pour aller au restaurant et qui préfèrera payer un prix plus élevé pour un morceau de qualité qu'il cuisinera à la maison.
- La perception que les détaillants ont du marché est que le consommateur achète de plus en plus de qualité supérieure (« AAA »), mais le bœuf de « commodité » demeure encore la catégorie de viande la plus populaire sur le marché. À titre d'exemple, environ 35 % des achats de viande faits chez Sobeys proviennent de coupes françaises.
- On a vu, au cours des dernières années, une augmentation de l'effort de mise en marché fait par les grandes chaînes afin de promouvoir la viande de qualité supérieure. On n'a qu'à penser au programme Fidélité mis en place par Sobeys qui met l'accent sur la saveur du produit. Provigo a lancé, il y a quelques années, le concept « bœuf de l'Alberta » lequel reposait sur les attentes d'une clientèle ciblée, mais cette chaîne a tout récemment cessé de promouvoir ce concept pour des raisons d'affaires. Métro fait la promotion du programme « Grille rouge » qui mise sur la qualité AAA de la viande et sur le degré de vieillissement de celle-ci. Selon son représentant, il y a de plus en plus de demande pour ce produit et l'été prochain devrait s'avérer positif à cet égard.
- La mise en marché joue un rôle très important dans la consommation d'un produit puisque souvent, le consommateur moyen achètera ce qu'il voit et ce que l'on veut bien lui faire acheter.

# 4. Besoins du marché (suite)

## 4.3 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT

- Toutes les grandes chaînes s'approvisionnent à la fois en Ontario, dans l'Ouest canadien ainsi qu'aux États-Unis. Actuellement, une infime partie de leur approvisionnement hebdomadaire provient du Québec principalement de [redacted] À titre d'exemple, une des chaîne interrogée achète environ 44 % de sa viande de bœuf dans l'Ouest canadien comparativement à seulement 4 % au Québec.
- Les sources d'approvisionnement que l'on retrouve le plus fréquemment sont :
  - Better Beef Ltd, Ontario
  - St-Helen's Meat Packers, Ontario
  - Cargill Limited, Alberta
  - XL Foods Ltd, Alberta
  - Lakeside Packers Ltd (filiale de Tyson's Foods), Alberta
- Dans les cas de Cargill et Lakeside, on parle d'une capacité d'abattage hebdomadaire de plus de [redacted] têtes.
- Selon les acheteurs des grandes chaînes d'alimentation, la viande de bœuf n'est pas disponible en quantité suffisante au Québec pour satisfaire leurs besoins, c'est pourquoi un aussi faible pourcentage de ce produit provient de cette province.
- Il y a une nette impression des acheteurs des grandes chaînes que la capacité d'abattage du Québec n'arrive pas à suivre le train et qu'elle ne peut satisfaire les besoins hebdomadaires importants de chaque chaîne alimentaire.

# 4. Besoins du marché (suite)

- Certains acheteurs, comme ceux [redacted] n'achètent pas au Québec, car ils ne peuvent obtenir les quantités dont ils ont besoin. Alors, ils se tournent vers les fournisseurs de l'Ontario et de l'Ouest qui peuvent leur assurer une disponibilité constante du produit.
- Les chaînes font normalement affaire directement avec les abattoirs, sauf dans le cas de la viande de commodité où elles négocient avec des courtiers en alimentation dans la mesure où ceux-ci peuvent obtenir un meilleur prix que celui qu'elles peuvent obtenir sur le marché libre.
- Les acheteurs doivent tenir compte des frais de transport et des délais occasionnés lorsqu'ils s'approvisionnent à l'extérieur de la province.
- [redacted]
- [redacted]

# 4. Besoins du marché (suite)

- [redacted]

- La traçabilité et la norme HACCP sont donc un sujet hautement d'actualité puisque, de plus en plus, les chaînes veulent fournir un produit de haute qualité et donc très sécuritaire.

## 4.4 LE BŒUF DU QUÉBEC

- Lors de nos entrevues, nous avons demandé aux différents représentants des chaînes de nous fournir leurs commentaires en ce qui a trait au bovin de boucherie provenant du Québec en matière de disponibilité, de qualité et de prix.

- Les réponses obtenues sont, à peu de choses près, identiques. Le volume offert par les abattoirs québécois sur le marché est très faible, et l'industrie de la transformation du bouvillon au Québec n'est pas assez importante.

# 4. Besoins du marché (suite)

- Les abattoirs québécois ne sont pas concurrentiels sur le marché dans la mesure où ils ne peuvent offrir un prix comparable à celui offert par les grandes entreprises de l'Ontario et de l'Ouest canadien.
- Certaines chaînes s'approvisionnent au Québec lorsqu'elles éprouvent des difficultés à s'approvisionner rapidement chez leurs gros fournisseurs de l'Ouest et qu'elles doivent répondrent rapidement à la demande.
- Dans ce dernier cas, la qualité de la viande pourrait être un problème pour l'acheteur. En effet, l'achat ayant été fait en dernier recours et étant donc imprévu pour l'abattoir, seule une viande fraîchement abattue et n'ayant pas vieilli suffisamment longtemps pourrait être disponible.
- Par ailleurs, tous s'entendent pour qualifier la viande de bœuf du Québec comme étant excellente et comparable à celle qui est achetée à l'extérieur de la province. Comme démontré précédemment au tableau 2, la production de bœuf de qualité « AAA » correspond à près de la moitié de la production annuelle du Québec.
- Selon les personnes interrogées, la croyance en la qualité du bœuf de l'Ouest est un mythe fortement ancré dans la mentalité des gens depuis des années, mythe qu'il faut faire oublier puisque le bœuf produit au Québec est d'une aussi bonne qualité.

# 4. Besoins du marché (suite)

- En ce qui a trait aux prix offerts sur le marché, une forte influence vient de l'Ouest et de l'Ontario puisque les transformateurs de ces provinces ont suffisamment de ressources et le volume pour influencer les prix.
- Les coûts de transport et la disponibilité influencent parfois le prix que désirent payer les grandes chaînes, ce qui joue en faveur des transformateurs québécois, entre autres, en ce qui concerne la viande qui nous vient de l'Ouest canadien.

# 5. Conclusion et pistes de solutions

## 5.1 CONCLUSION

### a) La production

- La production de bouvillon d'abattage devrait, en 2005, excéder l'objectif de 150 000 têtes que s'était fixé la filière du bœuf dans son plan stratégique de 2000-2005.
- La qualité de la viande transformée et provenant des élevages québécois se compare avantageusement à celle provenant des élevages de l'Ouest canadien.

### b) Les abattoirs

- L'expertise et le savoir faire sont disponibles au Québec et il y a une volonté de développer l'abattage et la transformation du bovin d'abattage.
- Selon l'industrie, bien qu'un volume d'abattage de près de 1 000 têtes par semaine peut toutefois s'avérer profitable, une capacité d'abattage de 3 000 têtes/semaine serait idéale compte tenu qu'elle permet de maximiser la valeur des produits dérivés en rendant le volume disponible en quantité suffisante.
- Des contributions financières seront nécessaires afin de financer les infrastructures requises pour maintenir le volume d'abattage au Québec.

# 5. Conclusion et pistes de solutions (suite)

- La surtransformation pourrait être envisagée dans un deuxième temps lorsque la transformation primaire sera bien établie et solidement implantée.
- Le marché de l'exportation (viande à caractère religieux) est une niche encore peu exploitée au Québec et pour laquelle il existerait, selon les représentants de l'industrie, un potentiel pour les abattoirs comme Billette ou Les Cèdres.

# 5. Constat et pistes de solutions (suite)

## 5.2 PISTES DE SOLUTIONS

- Évaluer l'opportunité de construire un nouvel abattoir ou de moderniser les infrastructures actuelles dans le but d'accroître la capacité d'abattage hebdomadaire à 3 000 têtes.
- Évaluer les possibilités que les investissements requis pour augmenter la capacité d'abattage des joueurs qui désirent rester dans le marché puissent faire l'objet d'une contribution financière de la filière du bœuf sous forme de prêt à risque et/ou de subvention.
- Évaluer le potentiel de volume qui serait destiné à un créneau spécifique comme celui de la viande à caractère religieux qui intéresse moins les concurrents importants tels Cargill ou Better Beef.
- Évaluer la possibilité de créer une alliance avec les grandes chaînes ou encore les grossistes laquelle viserait à promouvoir la viande de bœuf du Québec.
- Évaluer la possibilité de revoir la mise en marché par l'implantation d'un modèle de préattribution d'un volume d'achat tel qu'il existe, par exemple, pour la mise en marché du porc (voir la description du processus en annexe).

# ANNEXES

## LISTE DES INTERVENANTS CONSULTÉS



## CONVENTION DE MISE EN MARCHÉ DU PORC

Depuis 1994, la Fédération des producteurs de porc du Québec assure la commercialisation des porcs selon un système qui combinait, jusqu'en janvier 2000 (date de mise en vigueur de la convention de mise en marché), deux modes de vente soit les préattributions et l'encan résiduel. Depuis se sont ajoutés les contrats par soumission.

Les paramètres de la convention sont basés sur trois modes de vente à savoir:

| Mode de vente | % des volumes de porcs | Prix de références |
|---|---|---|
| Contrats par soumission | 20 % (en 2003, 25 % par la suite) | B-cost 51 %-52% + ou – une prime |
| Préattributions aux abattoirs | 55 % (en 2003, 50 % par la suite) | B-cost 51 %-52% moins 2 $/100 kg |
| Enchère résiduelle | 25 % | Selon l'offre et la demande |

Source : www.leporcduquebec.qc.ca

a) Contrats par soumission

Les contrats par soumission sont offerts aux acheteurs et correspondent à 20 % (25 % à compté de 2004) des abattages hebdomadaires des trois derniers mois précédant chaque vente des contrats par soumission. La Fédération détermine la mise à prix des contrats selon la formule prévue pour les préattributions plus une prime.

La Fédération reçoit les offres d'achat en terme de nombre de porc par semaine des abattoirs autorisés. Si la somme des offres d'achats est supérieure ou inférieure à l'offre totale mise en vente par contrat de soumission, la Fédération ajustera le prime de la formule de prix (à la hausse ou à la baisse) jusqu'à ce qu'elle atteigne l'équilibre (à plus ou moins 1500 porcs par semaine) entre l'offre totale mise en vente par soumission et la somme des offres d'achat déposées par les abattoirs.

b) Préattributions

Les préattributions correspondent à [55 % ÷ (55 % + % enchère)] du résultat du calcul suivant :

| | | |
|---|---|---|
| Part de marché de l'abattoir utilisée pour le calcul des préattributions de l'année précédent | X | (1-(25 % + croissance de la production)* |
| | + | |
| Part de marché de l'abattoir de l'année précédente (achat à l'enchère + contrats par soumission + porcs vendus à prix négocié) | X | (25 % + croissance de la production) |

* : 30 % en 2004 et 35 % en 2005.

c) Enchère électronique

La quantité de porcs destinée à l'enchère correspond à l'excédent des offres des producteurs sur le total quotidien des porcs accordés à chaque acheteur par contrat par soumission et par préattribution en vertu de la convention.