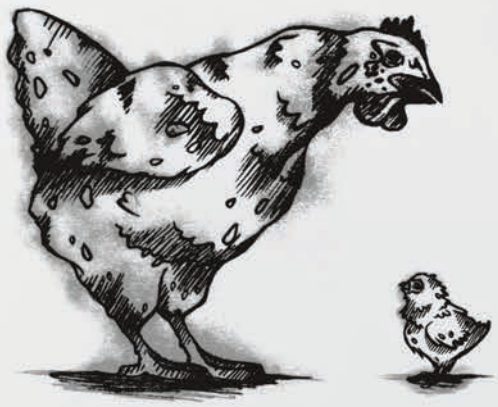
NUMÉRO 14 – Avril 2020

NOUVAiles

La référence avicole au Québec



Les Éleveurs de volailles du Québec | 50 ans

Sollio Agriculture MC

L'agriculture qui va dans le bon sens.

Bienveillante, terre à terre et performante grâce à la force de ses réseaux qui s'étendent à l'échelle canadienne, Sollio Agriculture travaille main dans la main avec les producteurs d'ici pour assurer leur prospérité, celle de leur famille et celle de leur communauté.

Sollio.ag

MC Sollio Agriculture est une marque de commerce de Sollio Groupe Coopératif, utilisée sous licence.

19067

208113

NUMÉRO 14 – Avril 2020

SOMMAIRE

Mot du président **6**
50e anniversaire des EVQ **10**
Antibiotiques de catégorie III **12**
Projet pilote – Élevage sans quota pour les marchés de proximité **14**
Sentinelles pour la santé mentale **16**
Modélisation du phosphore et du calcium chez le poulet **18**
Reportage à la ferme : la famille Dujardin **24**
Marketing poulet **30**
Marché américain **34**
Rapport économique poulet **38**
Rapport des PPC **40**
Reportage à la ferme : la famille Provost **44**
Marketing dindon **50**
Rapport économique dindon **58**
Rapport du EDC **60**
Agenda **64**
Recettes **68**

ROLLAND

CALCULATEUR ENVIRONNEMENTAL

Rapport détaillé

Liste des produits Rolland utilisés :

1 290 livre(s) de Rolland Enviro Satin
100 % postconsommation

Généré par : *calculateur.rollandinc.com*

Sources : Les estimations des impacts environnementaux associés aux émissions de gaz à effet de serre, à la consommation d'énergie et à la formation de smog ont été établies à partir des résultats d'une analyse du cycle de vie sur les papiers fins réalisée par Rolland (Groupe AGÉCO, 2015) et révisée par un comité indépendant (*acv.rollandinc.com*).
Quant aux économies potentielles liées à l'utilisation d'eau et de bois, elles ont été calculées respectivement à l'aide de statistiques fournies par l'Association des produits forestiers du Canada (APFC) et des données publiées dans l'outil Environmental Paper Network Calculator Version 4.0 (*www.papercalculator.org*).

Résultats

Selon les produits Rolland sélectionnés, en comparaison à la moyenne de l'industrie pour des produits faits à 100 % de fibres vierges, vos **sauvegardes environnementales** sont :

18 arbres

5 m³ d'eau
53 douches de 10 minutes en Amérique du Nord

1 174 kg CO_2
5 690 km parcourus

31 GJ
144 358 ampoules 60W pendant une heure

6 kg COVNM
5 690 km parcourus en voiture

NOUVAÎles

L'ÉQUIPE

Rédaction en chef
Julie Martineau, coordonnatrice aux communications et au marketing
jmartineau@upa.qc.ca

Marie-Hélène Jutras, chargée de projets
mariehelenejutras@upa.qc.ca

Marylène Jutras, agente aux communications
mjutras@upa.qc.ca

Stéphane Barnabé, agent aux communications
sbarnabe@upa.qc.ca

Collaborateurs pour ce numéro
Équipe des EVQ : Direction générale, Direction Affaires économiques, Direction Audits et programmes, Direction Communications et marketing.
Dre Marie-Pierre Létourneau-Montminy, Ph. D., professeure, Université Laval
Hubert Brochard, agronome et journaliste
Laetitia Cloutier, M.SC., agr., responsable alimentation et nutrition, CDPQ

Conception graphique et réalisation
TCN Studio

Directrice de production
Brigitte Bujnowski

Direction artistique et conception graphique
Judith Boivin-Robert

Infographistes
Jessica Gadbois
Geneviève Gay
Dana Labonté
Chantal Lafond
Nancy Litjens

Illustration de la couverture
Judith Boivin-Robert

Photographe
Marie-Michèle Trudeau

PUBLICITÉ
450 679-8483 / 1 800 528-3773

Représentants
Sylvain Joubert
sjoubert@laterre.ca / poste 7272

Marc Mancini
marcmancini@laterre.ca / poste 7262

CORRESPONDANCE
Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
NouvAiles
Les Éleveurs de volailles du Québec
555, boul. Roland-Therrien, bureau 250
Longueuil (Québec) J4H 4G1
Tél. : 450 679-0530 / poste 8245
Téléc. : 450 679-5375
Courrier électronique : *volailles@upa.qc.ca*
Site Internet : *www.volaillesduquebec.qc.ca*

IMPRESSION
Imprimerie Fl Web

NouvAiles est publié quatre fois par année par les Éleveurs de volailles du Québec.

Tous droits réservés. Le contenu du magazine ne peut être reproduit sans autorisation.

Dépôt légal
imprimé: ISSN 2371-414X
en ligne: ISSN 2371-4158
Bibliothèque nationale du Canada, Ottawa
Bibliothèque du Québec, Montréal

Poste-publications # 40916058

Parce que l'environnement est une priorité pour les Éleveurs de volailles du Québec, ce magazine est imprimé sur du papier Rolland Enviro 100 % de fibles recyclées postconsommation.

FSC www.fsc.org MIXTE Issu de sources responsables FSC® C000000

PRODUCTEUR EN TÊTE. RENDEMENT À CŒUR.

constance × intégrité × efficacité
proactivité × rentabilité

Nos experts en volaille sont plus que des conseillers. Ils possèdent des compétences variées, connaissent les enjeux du secteur et savent répondre aux attentes des producteurs pour favoriser la quête de performances et de rentabilité de leurs élevages.

Agri-Marché possède également un service de livraison flexible, rapide et constant à la grandeur de la province. Vos besoins d'approvisionnement sont comblés et votre esprit, tranquille.

AGRI MARCHE

Producteur en tête.
Rendement à cœur.

agri-marche.com

206789

Les Éleveurs
de volailles
du Québec

TRAVAILLONS COLLECTIVEMENT, PLUS QUE JAMAIS!

Chers éleveurs, membres de la filière et partenaires, Au moment de mettre sous presse, nous sommes au cœur de la crise de la COVID-19. Cette situation sans précédent amène l'ensemble des secteurs économiques à user d'imagination afin de retrouver un équilibre et de maintenir leurs activités. En quelques semaines, les habitudes de l'ensemble des Québécois se sont modifiées. Toute notre filière, dont le modèle de production est basé sur le système de la gestion de l'offre, a dû s'adapter rapidement et collectivement afin de répondre à cette nouvelle réalité. La fermeture de certains marchés sans préavis, la fragilité de la disponibilité de la main-d'œuvre et les obligations de rigueur sanitaire ont modifié notre chaîne d'approvisionnement. Malgré ces changements soudains, les EVQ ont su user de leadership et ont réussi, avec les acteurs avicoles, à identifier des solutions. Plus de 10 rencontres de la cellule de crise de la filière de la volaille ont été tenues en mars et avril. Je tiens à remercier personnellement les représentants des producteurs d'œufs d'incubation, des couvoiriers, de l'AQINAC, du CQTV et du gouvernement de s'être rendus disponibles et d'avoir été proactifs dans la mise en œuvre d'un plan concerté pour pallier les enjeux de la crise. Il est certain que les actions mises en œuvre auront une incidence financière sur nos entreprises, mais nous devons poursuivre notre mission de nourrir notre monde, car n'oublions pas que nous avons des gens qui comptent sur nous.

L'inquiétude quant à la disponibilité des capacités d'abattage et les besoins de s'ajuster au mode de distribution du poulet sur les marchés nous a d'ailleurs amenés à appliquer une diminution des entrées de poussins dès le début de la période A163 alors qu'ils étaient déjà en commande. Cette décision difficile a nécessairement eu des impacts pour chaque intervenant et membre de la filière. >

De même, des changements dans les prévisions d'abattage ont pu engendrer certains maux de tête aux éleveurs au cours des dernières semaines, ce qui a impliqué de revoir certaines de vos pratiques à la ferme. Sachez que les Éleveurs de volailles sont conscients de la situation et l'équipe de permanents peut vous aider à pallier certains enjeux liés à votre production. N'hésitez pas à nous partager vos problématiques afin que nous puissions vous accompagner.

Avant cette période de crise, notre organisation s'apprêtait à célébrer un demi-siècle de travail collectif dans le cadre de l'Assemblée générale annuelle. Nous vous proposerons, dans les prochains mois, une formule améliorée pour souligner cet événement important. Initié de la volonté des éleveurs d'améliorer les conditions de mise en marché et le revenu des entreprises, le plan conjoint des éleveurs de volailles a permis à la filière de se donner une base solide pour notre développement provincial et national. Si nous repensons à 1970, nos façons de produire n'étaient pas celles d'aujourd'hui. Tout était fait manuellement et nos connaissances technologiques étaient bien limitées. Nous voilà maintenant au sein d'un secteur où savoir, technologie et entrepreneuriat se côtoient. Nous pouvons être fiers de ce que nous sommes devenus, des progrès réalisés et d'être demeurés passionnés de notre métier.

Notre quotidien, après la pénurie de propane à la fin de 2019 et la crise de la COVID-19 en 2020, a fortement été bouleversé au cours des derniers mois. En tant qu'acteur essentiel de l'économie québécoise, nous devons nous relever les manches, faire preuve de résilience et unir nos efforts pour assurer la production de volailles de qualité comme nous savons si bien le faire.

Merci d'être là, merci à nos partenaires et soyez fiers de notre travail et de l'exercer avec passion!

Bonne continuité!

Pierre-Luc Leblanc
Président des Éleveurs de volailles du Québec

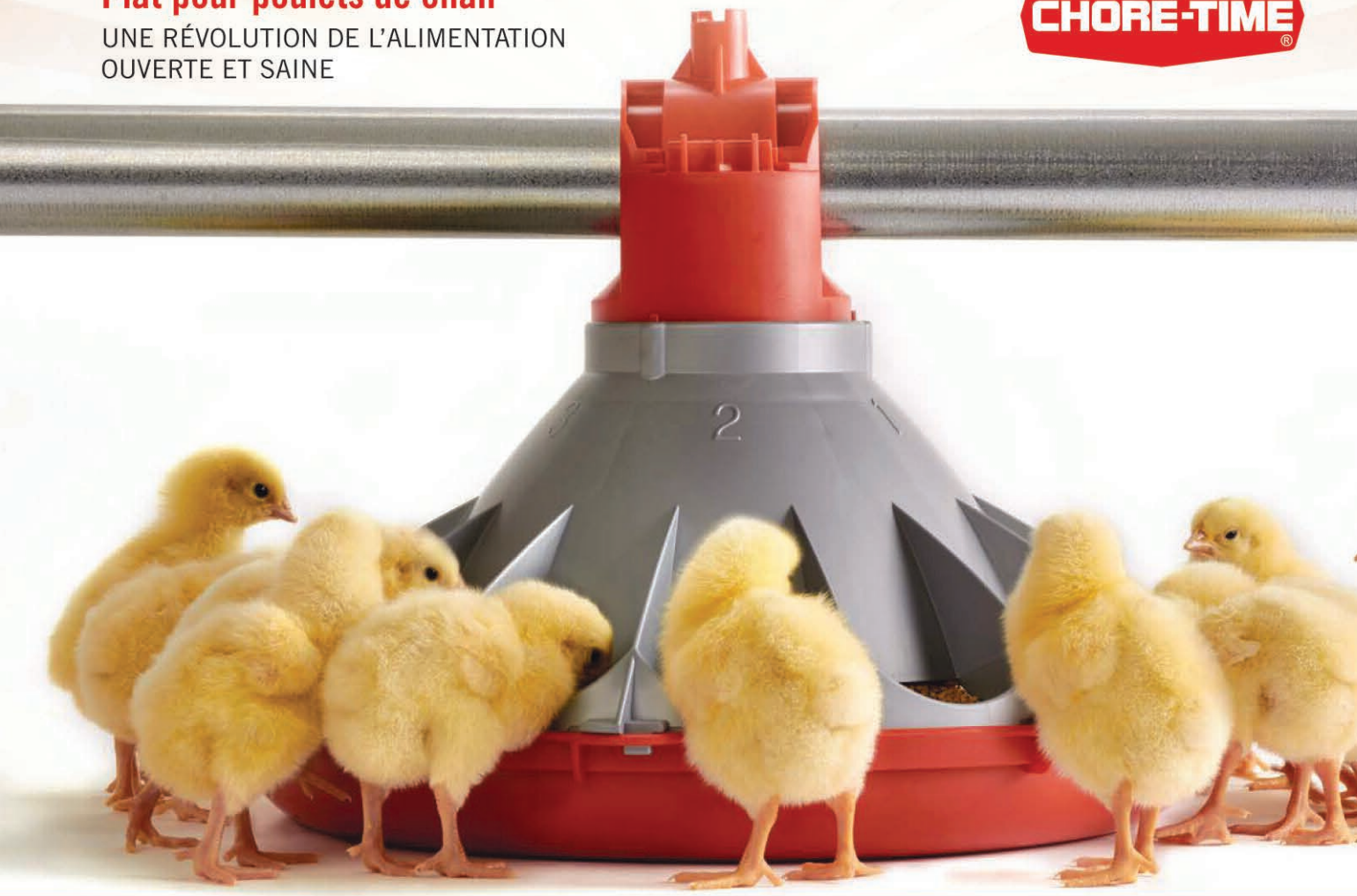
JOLCO ÉQUIPEMENTS
DEPUIS ~ 1960 ~ SINCE

Votre spécialiste d'équipements agricoles depuis 60 ANS !

KONAVI™
Plat pour poulets de chair

UNE RÉVOLUTION DE L'ALIMENTATION
OUVERTE ET SAINE

CHORE-TIME®



LE NOUVEAU PLAT KONAVI™ DE CHORE-TIME: ESSAYEZ-LE !

- MAINTIEN LES OISEAUX À L'EXTÉRIEUR DU PLAT DÈS LE 1ER JOUR
- ACCÈS OPTIMAL À LA NOURRITURE
- NETTOYAGE INTÉGRAL
- GASPILLAGE D'ALIMENTS MINIMAL
- HAUTEUR DU PLAT MINIMALE

JOLCO ÉQUIPEMENTS · VENTEC · DUSSAULT · LBJ FARM EQUIPMENT

Membres du Groupe Jolco / Jolco Group members

Suivez-nous sur Facebook

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT!

1 800 361-1003
jolco.ca | ventec.ca | equipementsdussault.com

207593

Lancement des festivités du 50e anniversaire du plan conjoint des EVQ

TEXTE DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

2020, 50 ans d'Évolution, de Valorisation et de Qualité pour les Éleveurs de volailles du Québec.

Le 23 décembre 1970 a marqué l'histoire des Éleveurs de volailles du Québec. Ce jour-là, les éleveurs de volailles du Québec ont repris leur destin commun et la souveraineté alimentaire des Québécois et des Canadiens en mains. Pour répondre à des enjeux criant au niveau de la commercialisation et de la rentabilité de la production, le plan conjoint, basé sur le modèle de la gestion de l'offre, a été adopté dans un contexte où de nombreux éleveurs de poulet et de dindon étaient condamnés à la faillite. C'était donc le début d'une nouvelle ère pour les Éleveurs de volailles du Québec. Une ère plus structurée avec l'installation d'un système de quotas de production et la signature de conventions commerciales et d'ententes avec les abattoirs avicoles. Une fois la production contrôlée, les prix se sont stabilisés et le Québec a montré le chemin au reste du pays. En effet, ce n'est qu'en 1974 et 1975 que sont créés respectivement les offices canadiens de commercialisation du dindon et du poulet. Les premières décennies de 1970 ont ainsi été marquées par l'organisation d'un nouveau modèle à l'échelle nationale et la défense de la place prépondérante du Québec dans ce nouvel échiquier.

Les années 1980 à 2000

Une croissance soutenue de la demande pendant les années 80 et 90 a amené les éleveurs et les transformateurs québécois à coordonner leurs efforts pour assurer l'approvisionnement de ces marchés par la production locale. À ce moment, la filière avicole, tant provinciale que nationale, a eu à renégocier l'article XI du GATT, devenu l'OMC, sur le droit au contrôle des importations et l'accord de libre-échange avec les États-Unis et le Mexique. Parallèlement, durant ces années, les réalisations ont été nombreuses pour améliorer les conditions et les méthodes d'élevage, le bien-être des animaux, les programmes de prévention des maladies, l'optimisation du rendement au producteur et la compétitivité du secteur. La santé des oiseaux a évidemment toujours été une priorité et des pas de plus seront franchis avec la mise en œuvre du *Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme* (PASAF) et le *Programme de soins aux animaux* (PSA).

Les années 2000 : un nouveau siècle, une nouvelle image

Ces années verront également apparaître un intérêt grandissant pour la salubrité et la biosécurité à la ferme. C'est d'ailleurs pour souligner toute l'importance accordée au bien-être des oiseaux que, au milieu des années 2000, la Fédération des producteurs de volailles du Québec adoptera le nom d'Éleveurs de volailles du Québec.

Une filière bien établie, compétitive et en croissance est la fierté de nos éleveurs au tournant du siècle. Des installations de deux à quatre poulaillers avec des productions de 20 000 à 30 000 oiseaux pour chaque bâtiment représentent l'élevage moyen d'une ferme québécoise. Des systèmes automatisés permettent aux éleveurs d'optimiser leur travail et d'avoir un meilleur contrôle à distance des conditions dans les poulaillers, de la température jusqu'à l'approvisionnement en moulée et en eau pour les oiseaux. Les efforts de promotion et de communications s'intensifient et suivent l'utilisation accrue d'une grande diversité de plateformes de communication. L'image des marques Le Poulet du Québec et Le Dindon du Québec s'affranchit auprès des consommateurs et de nos partenaires dans le secteur du commerce de détail et la restauration. Le nouveau contexte d'accès continu à l'information impose de nouvelles tendances et des exigences accrues en matière de communication et de valorisation de la qualité du produit consommé mais également en matière de production et de respect du bien-être des oiseaux. Dans un monde hyper médiatisé, il est devenu indispensable de se maintenir à jour, de demeurer compétitifs, non seulement au sein de la filière avicole canadienne, mais à l'échelle mondiale. Dans un contexte de mondialisation et de libéralisation économique accrue, les Éleveurs de volailles du Québec doivent demeurer à l'affût des meilleures pratiques afin de protéger le modèle de gestion de l'offre et de surmonter les nouveaux défis qui se présentent et qui nous invitent à innover, à faire mieux, à nous investir encore plus.

C'est dans ce contexte de réjouissance et de poursuite d'objectifs que les Éleveurs de volailles du Québec tiendront leur 50e Assemblée générale annuelle à l'automne 2020 et profiteront du moment pour souligner 50 ans d'effort collectif. Nous sommes très fiers du chemin parcouru et du développement des pratiques d'élevage jusqu'à un système de mise en marché concerté et efficace. Nos outils et notre organisation permettent de trouver les meilleurs moyens pour collaborer avec nos partenaires de la filière, d'atteindre un équilibre profitable pour tous et de répondre au mieux aux attentes des consommateurs. Notre avenir, c'est de devoir rester à l'affut des tendances du marché, c'est de devoir s'adapter et c'est d'être continuellement à l'écoute. On vous invite à fêter notre 50e anniversaire. Restons fiers, soyons audacieux et portons notre regard vers l'avenir!

ÉLIMINER LES ANTIBIOTIQUES DE CATÉGORIE III

UNE APPROCHE CONTRÔLÉE

TEXTE DIRECTION DES AUDITS ET DES PROGRAMMES

Dans l'intérêt de mettre en place une stratégie efficace, responsable et pragmatique pour l'élimination des antibiotiques de catégories III, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) se sont dotés d'une période supplémentaire d'évaluation des effets du retrait des antimicrobiens de type II sur toute la chaîne d'approvisionnement.

Ce sera donc en juin 2020, lors de la réunion des PPC, que sera établi un nouveau calendrier pour les prochaines étapes dans l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III, notamment la bacitracine, puisqu'il s'agit du seul antibiotique de catégorie III utilisé de manière préventive dans la production de poulet. L'établissement de ce nouvel échéancier était important afin d'assurer la transparence auprès de l'industrie et des consommateurs au sujet de l'orientation de la stratégie de réduction, mais aussi afin de donner le temps à l'industrie de mesurer les répercussions potentielles.

Pour leur part, les Éleveurs de dindon du Canada (EDC) ont déterminé que les antibiotiques de catégorie III ne seront plus utilisés de manière préventive sur leurs fermes à partir du 1er mai 2020.

L'industrie maintient donc son engagement et son intérêt à éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques de type I, II et III afin d'atténuer l'antibiorésistance et de préserver des options de traitements efficaces en médecine tant humaine que vétérinaire.

Retour sur le travail accompli

En 2014, les PPC se sont dotés d'un plan d'action, en collaboration avec l'ensemble des maillons de l'industrie, soit les meuneries, les producteurs d'œufs d'incubation, les couvoiriers et les vétérinaires, afin de réduire l'usage des antibiotiques dans le secteur du poulet. L'élimination des catégories I (2014) et II (2018) dans l'industrie est complète et l'industrie analyse encore les effets du retrait des antibiotiques de catégories II. Bien que l'utilisation des antibiotiques pour des raisons curatives soit toujours de mise, il est important de souligner que les consommateurs peuvent avoir la certitude qu'ils ne consomment pas les antibiotiques qui auraient pu être donnés aux poulets. Le Québec possède une réglementation stricte concernant l'utilisation des antibiotiques qui prévoit, entre autres, que tous les médicaments donnés aux oiseaux soient prescrits par un vétérinaire. De son côté, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) surveille et inspecte le poulet pour s'assurer qu'il n'y a pas de problème de résidus d'antibiotiques dans la viande. Les buts de la stratégie nationale sont avant tout :

- d'éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques d'importance pour les humains;
- de maintenir l'utilisation des antibiotiques à des fins de traitement;
- de maintenir l'utilisation des anticoccidiens (catégorie IV).

Les défis à relever

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) publiait le 17 janvier 2020 un communiqué de presse sur le manque de nouveaux antibiotiques qui met en péril les efforts mondiaux visant à lutter contre les infections résistantes. Deux nouveaux rapports révèlent que les perspectives de mise au point de nouveaux agents antibiotiques sont limitées. Au Canada, 80 % des antibiotiques utilisés seraient consommés par des animaux. Il est d'autant plus important de redoubler nos efforts pour atteindre nos objectifs de réduction d'antibiotiques dans l'industrie. La réussite de la stratégie repose notamment sur l'amélioration de la régie d'élevage en général :

- démarrage attentionné (fiche ou vidéo du *Poussin podium*);
- être présent dans le poulailler, observer et mesurer;
- qualité de l'air (fiche *En toute saison !*);
- biofilms et qualité de l'eau;
- densité d'élevage adaptée aux équipements;
- biosécurité constante, vide sanitaire, etc.

Que ce soit dans l'élevage ou dans la lutte contre les infections résistantes chez l'humain, le manque de nouveaux antibiotiques nous force à travailler constamment dans l'amélioration de nos pratiques. L'utilisation accrue de vaccins et d'additifs alimentaires, de meilleures gestion et diffusion des connaissances de même qu'une bonne communication sont indispensables pour la poursuite du développement de l'industrie. La stratégie de réduction des antibiotiques s'intègre dans la stratégie de développement durable du secteur en permettant de répondre aux attentes des consommateurs, en protégeant la santé et le bien-être des oiseaux et en préservant des options de traitement efficace. L'objectif sociétal (et ultime) de la stratégie nationale est de préserver des options de traitements efficaces tant en médecine humaine qu'en médecine vétérinaire.

PROJET PILOTE

Élevage sans quota pour les marchés de proximité

TEXTE DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

En octobre dernier, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec approuvait le projet pilote de production de poulets hors quota pour les marchés de proximité. Le projet, développé par les Éleveurs de volailles du Québec, permettra de répondre à la demande toujours grandissante des consommateurs pour un approvisionnement en viandes de petits producteurs situés à proximité d'eux. La mise en place d'un projet pilote bien encadré afin de garantir le respect des normes de biosécurité alimentaire et de bien-être animal, ainsi que de protéger l'intégrité du système de gestion de l'offre qui régule la filière avicole, s'imposait. Il est à noter que les participants du projet pilote seront assujettis aux mêmes règles que les producteurs qui détiennent un quota. Le nombre de candidatures admises sera entre 10 et 20 par année, pour un maximum de 50 participants en 5 ans, ayant un droit de production de 2 000 poulets maximum ou bien de 6 000 kg en poids vif.

LES PARTICIPANTS À CE NOUVEAU PROGRAMME DEVRONT RESPECTER CERTAINES CONDITIONS DONT :

- rendre possible une visite de la ferme par un représentant des EVQ;
- participer à une formation sur les programmes de salubrité à la ferme et de soins aux animaux des PPC;
- détenir un permis de vente au détail du MAPAQ;
- remettre les rapports sur le placement des poussins ainsi que sur le poids vif et sur le nombre de poulets mis en marché.

Le projet pilote vise des éleveurs qui ne détiennent pas de quota et qui n'ont pas de lien familial avec des entreprises ayant des droits de production. Le candidat devra être propriétaire d'un poulailler ou bien détenir un bail de location pour une durée de 10 ans. Au cours du projet, les EVQ accompagneront les éleveurs dans leur accréditation aux programmes de salubrité à la ferme et de soins aux animaux.

Rappelons qu'il s'agit d'un projet pilote et que les connaissances acquises au cours de ce dernier, tant sur les besoins d'encadrement de la production que sur les pratiques de commercialisation, orienteront les EVQ dans les modalités de confirmation de ce projet dans un programme permanent. Les éleveurs intéressés doivent rester à l'affût des nouvelles à paraître sur ce projet pilote dans *La Terre de chez nous* et sur le site Internet des EVQ au mois d'août prochain, annonce qui comprendra toutes les modalités à suivre pour soumettre sa candidature.

DES SENTINELLES

QUI SE PRÉOCCUPENT DE VOTRE SANTÉ MENTALE

TEXTE DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

Une formation visant à prévenir le suicide chez les agriculteurs est offerte depuis 2016, fruit d'une collaboration entre l'Union des producteurs agricoles (UPA) et l'Association québécoise de prévention du suicide (AQPS). L'objectif derrière la mise en place d'un réseau de sentinelles à travers la province est de rejoindre les producteurs agricoles, identifiés comme étant une clientèle à risque sur le plan de la santé psychologique. Les Éleveurs de volailles du Québec ont emboîté le pas et ont offert en 2019 à certains employés de l'organisation cette formation. Les employés choisis comme sentinelles sont maintenant outillés pour reconnaître les signes et les comportements suicidaires au sein des éleveurs de volailles du Québec et pour mieux les diriger vers les ressources d'aide adaptées.

Objectifs de la formation

- Repérer les personnes vulnérables au suicide;
- Reconnaître l'influence des valeurs et des croyances;
- Vérifier la présence d'idées suicidaires;
- Recueillir les informations relatives à la planification du suicide;
- Favoriser la demande d'aide;
- Transmettre les informations à l'intervenant désigné;
- Respecter ses limites en tant que sentinelle.

Rôles de la sentinelle

- Détecter et établir le contact avec les personnes qui semblent en détresse;
- Assurer le lien entre les personnes suicidaires et les ressources d'aide du territoire.

Le rôle des sentinelles est comparable à celui des personnes capables de donner les premiers soins ou de pratiquer la réanimation cardiorespiratoire. Ce sont des membres de la communauté, formés pour agir promptement, qui assurent un soutien en attendant que des spécialistes prennent la relève.

Qui peut être une sentinelle?

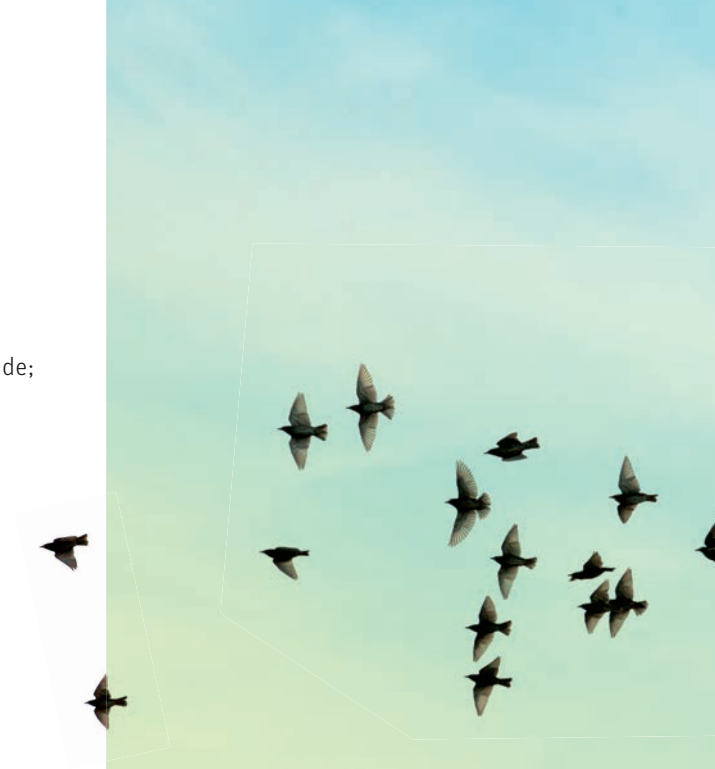
Les personnes qui jouent le rôle de sentinelles sont des adultes susceptibles d'être en contact avec des producteurs agricoles vulnérables par leur travail, leurs activités bénévoles ou la place qu'ils occupent dans leur milieu. Ce sont des personnes choisies pour leurs liens étroits avec les producteurs, qui s'engagent de façon volontaire et qui sont formées et soutenues pour jouer le rôle qu'on attend d'elles auprès des personnes suicidaires.

Peuvent être considérés comme des sentinelles :

- les producteurs qui s'impliquent dans divers comités, conseils d'administration ou associations;
- les travailleurs et professionnels œuvrant dans l'entourage des producteurs (comptables agricoles, vétérinaires pour animaux de ferme, employés des EVQ, représentants techniques, camionneurs);
- les bénévoles œuvrant auprès des proches de producteurs.

Ne sont pas considérés comme des sentinelles :

- certains professionnels (médecins, policiers, autres intervenants de la santé et des services sociaux);
- les proches des personnes suicidaires;
- les jeunes de moins de 18 ans.



Vous désirez devenir une sentinelle?

La formation est offerte par certains centres de prévention du suicide et d'autres types d'organisations ayant un mandat en prévention du suicide. Les coûts varient d'une région à l'autre et les groupes de formation ne dépassent généralement pas 12 participants. La durée du cours est de 7 heures.

Pour vous inscrire à l'une des formations, communiquez avec l'organisation mandataire de cette formation dans votre région en consultant le site Web *www.santesecurite.upa.qc.ca*, rubrique *Santé psychologique*, onglet *Formation sentinelle*.

Vous pouvez également consulter le responsable régional du dossier santé psychologique chez les agriculteurs de votre Fédération de l'UPA.

LA MODÉLISATION DU PHOSPHORE ET DU CALCIUM CHEZ LE POULET

TEXTE MARIE-PIERRE LÉTOURNEAU-MONTMINY, PH.D., PROFESSEURE, UNIVERSITÉ LAVAL, LAETITIA CLOUTIER, M.SC., AGR., RESPONSABLE ALIMENTATION ET NUTRITION, CDPQ

Le projet de modélisation du phosphore et du calcium vise à optimiser l'utilisation de ces deux éléments sur les performances de croissance du poulet et les rejets éventuels. En effet, bien que le phosphore (P) contenu dans les fumiers soit une source de phosphore intéressante d'un point de vue agronomique, l'excrétion de P par les animaux d'élevage peut demeurer encore problématique pour l'environnement, spécialement dans les régions à forte densité de production. À cet enjeu s'ajoutent également les problèmes de pattes chez le poulet qui sont préoccupants pour le bien-être animal. C'est pourquoi l'optimisation de l'utilisation du P doit s'inscrire dans une stratégie visant la durabilité des élevages avicoles, car une diminution des apports en P permettrait :

- une baisse du coût de l'alimentation;
- une réduction de son excrétion dans l'environnement;
- une optimisation du bien-être et de la santé des oiseaux.

Le projet « Modélisation de l'utilisation du phosphore alimentaire chez le poulet de chair pour optimiser les coûts d'alimentation et le bien-être animal tout en réduisant les impacts environnementaux » a été réalisé par l'équipe de recherche de la Dre Marie-Pierre Létourneau-Montminy de l'Université Laval et plus spécifiquement Catherine Couture, Anis Hedhli et Corentin Herisson, étudiants à la maîtrise, et Manel Hamdi, chercheure postdoctorale.

Pourquoi optimiser les apports en P?

Nous avons identifié deux raisons majeures qui justifient l'optimisation des apports en phosphore :

- **Désuétude :** Les besoins de P ont été établis en 1994 (NRC) et n'ont pas été revus malgré l'amélioration génétique constante. Ces besoins en P sont donc fixes sur une longue période ne permettant pas aux utilisateurs de moduler leurs apports en fonction des objectifs de production, conduisant ainsi à l'utilisation de larges marges de sécurité.
- **Source non renouvelable :** Le P minéral ajouté aux aliments pour poulets est une ressource non renouvelable.

L'optimisation de l'utilisation de P par les poulets passe par la capacité à prédire les quantités absorbées et retenues en considérant les principaux facteurs influençant leur réponse. À la manière des modèles météorologiques prédisant la météo des prochains jours, l'utilisation du phosphore peut être modélisée afin de prédire son utilisation et, par conséquent, l'apport à fournir pour répondre aux besoins de l'animal. ›

Qu'est-ce que la modélisation mécaniste et la méta-analyse ?

La modélisation mécaniste consiste à faire un modèle et, dans le cas présent, à représenter le poulet en intégrant les flux ou mouvements de P ou de calcium (Ca) entre les différentes parties du poulet (os, tissu mou, intestin, plasma, plume, etc.) en fonction de différentes situations (apport en Ca important, ajout de phytase, stress sanitaire, stade physiologique, etc.).

Un modèle se base principalement sur des données récoltées sur des animaux. Dans la littérature, une multitude de données provenant de différentes équipes de recherche dans le monde ont été publiées dans la dernière décennie, ce qui nous permet de faire ce qu'on appelle une méta-analyse.

Le modèle développé par l'équipe de recherche de la Dre Marie-Pierre Létourneau-Montminy de l'Université Laval s'est donc basé sur cette multitude de données par le biais de deux méta-analyses. Les résultats de la méta-analyse, qui produit des lois de réponses généralisables à l'ensemble des poulets, sont ensuite analysés statistiquement. En complémentarité, des essais sur les animaux ont été réalisés afin de générer des données non disponibles dans la littérature et nécessaires à l'élaboration du modèle.

Dans le cas présent, les sujets étudiés dans le cadre des méta-analyses étaient de prédire :

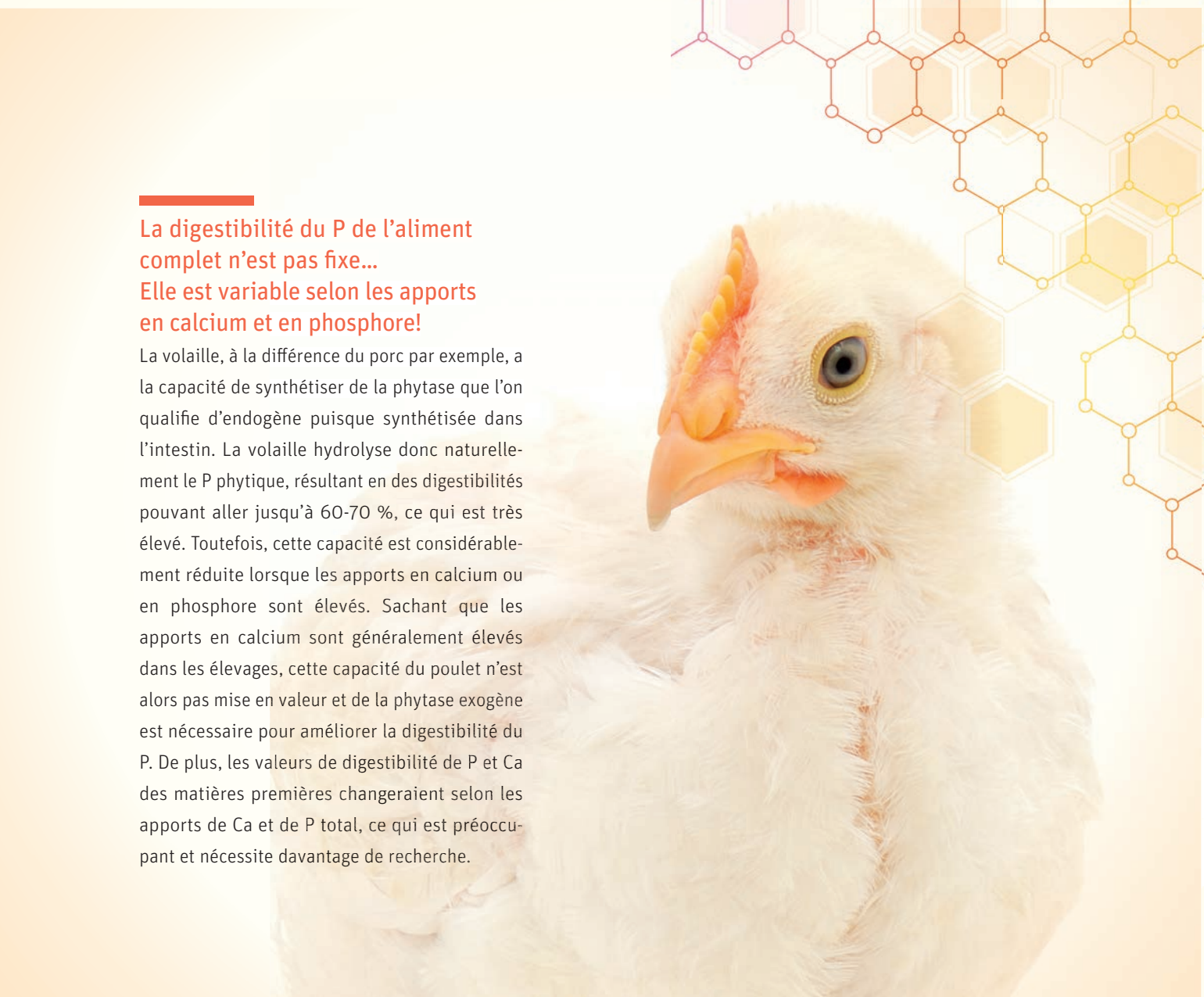
1. la digestibilité du phosphore (P) et du calcium (Ca) en fonction des principaux facteurs de variations (formes d'apports du P, niveaux d'apports, phytase, etc.);
2. l'effet des apports alimentaires en P et Ca sur les performances de croissance des poulets.

QU'EST-CE QUE LA PHYTASE ET QUE SIGNIFIE ENDOGÈNE ET EXOGÈNE ?

Tout d'abord, la phytase est une enzyme permettant d'augmenter la digestibilité du phosphore sous forme phytique, ce dernier représentant près de 60 % du P provenant des matières premières d'origine végétale (ex. : maïs, orge, tourteau de soya), non disponible pour l'animal. La phytase est dite endogène lorsque l'enzyme est produite par l'animal alors que la phytase est qualifiée d'exogène lorsque l'enzyme est ajoutée dans les aliments. Notons que l'utilisation de phytase est aujourd'hui généralisée dans l'alimentation des poulets.

La digestibilité du P de l'aliment complet n'est pas fixe… Elle est variable selon les apports en calcium et en phosphore!

La volaille, à la différence du porc par exemple, a la capacité de synthétiser de la phytase que l'on qualifie d'endogène puisque synthétisée dans l'intestin. La volaille hydrolyse donc naturellement le P phytique, résultant en des digestibilités pouvant aller jusqu'à 60-70 %, ce qui est très élevé. Toutefois, cette capacité est considérablement réduite lorsque les apports en calcium ou en phosphore sont élevés. Sachant que les apports en calcium sont généralement élevés dans les élevages, cette capacité du poulet n'est alors pas mise en valeur et de la phytase exogène est nécessaire pour améliorer la digestibilité du P. De plus, les valeurs de digestibilité de P et Ca des matières premières changeraient selon les apports de Ca et de P total, ce qui est préoccupant et nécessite davantage de recherche.



Les performances sont affectées par les apports en P et en Ca

La méta-analyse et l'essai ont clairement montré que le P et le Ca influencent tous deux les performances de croissance. Si le phosphore est trop faible et le Ca trop élevé, l'indice de consommation serait dégradé. Les mécanismes sous-jacents expliquant ces effets sont à investiguer davantage.

POURQUOI MODÉLISER LE PHOSPHORE AVEC LE CALCIUM ? QUEL EST LE LIEN ENTRE CES DEUX MINÉRAUX ?

Il existe différents liens entre ces deux minéraux. Au niveau de l'os, ils sont liés physiquement sous la forme d'hydroxyapatite. Au niveau intestinal, ils peuvent former des complexes insolubles Ca-phosphate et Ca-phytate limitant l'utilisation des deux minéraux par l'animal. Enfin, bien qu'ils ne partagent pas les mêmes mécanismes d'absorption intestinale et de réabsorption rénale, ils sont régulés par les mêmes hormones. Ainsi, un débalancement dans un des deux minéraux va influencer l'utilisation de l'autre, pas simple !

Conclusion

Le modèle de l'utilisation du P et du Ca a été développé dans ce projet en intégrant deux méta-analyses et un essai de dissection. Ce modèle, tout à fait novateur, permet de simuler la répartition du P et du Ca dans les différentes parties du poulet (os, plasma, tissu mous, etc.) et de prédire l'effet du P et du Ca sur les performances de croissance et la minéralisation osseuse. La prochaine étape est de valider le modèle pour ensuite donner des recommandations d'apports en P et Ca qui sont d'ailleurs très attendues avec les présentations internationales réalisées l'été dernier. Il faut dire que c'est la toute première fois que les besoins en P et Ca sont modélisés chez le poulet de chair!

Remerciements

Ces travaux ont été réalisés grâce à une aide financière du Programme Innov'Action agroalimentaire issu de l'accord bilatéral *Cultivons l'avenir 2* conclu entre les gouvernements du Canada et du Québec. Merci également aux autres partenaires : les Éleveurs de volailles du Québec, le Centre de recherche en sciences animales de Deschambault, Groupe Westco et MiXscience.

la persévérance de la FERME MAQUILLE

TEXTE HUBERT BROCHARD, AGRONOME ET JOURNALISTE
PHOTOS MARIE-MICHÈLE TRUDEAU

SAINT-ELPHÈGE

C'est en profitant d'une occasion offerte en 2002, que Nicolas Dujardin de la Ferme Maquille fait le saut dans cette aventure, à peine un an après avoir reçu son diplôme en Gestion et exploitation d'une entreprise agricole.

Nicolas Dujardin est responsable du site avicole de la ferme fondée par ses parents et associés Marc Dujardin et Martine Muyssen. Ces derniers, originaires de Belgique, sont eux-mêmes enfants d'agriculteurs. Le couple Dujardin-Muyssen s'est installé au Québec en 1981 avec les parents de Marc, ses deux jeunes sœurs et son frère. Et les débuts de cette exploitation répartie entre Saint-Elphège et Baie-du-Febvre n'ont pas été faciles. >

À l'avant, de gauche à droite : Caroline Dubuc (conjointe de Nicolas), William et Cassandre Dujardin, les enfants de Caroline et Nicolas.

À l'arrière, de gauche à droite : Jean-François Bolgius (employé), Lennart Forster (étudiant que les Dujardin accueillent pour une année scolaire), Nicolas Dujardin, son père Marc Dujardin, sa mère Martine Muyssen et son grand-père Gabriel Muyssen.

Les débuts de la ferme…

Lorsque Nicolas était enfant, ses parents Martine et Marc dénichent une ferme abandonnée à Saint-Elphège, dans la MRC de Nicolet-Yamaska. Partout, on leur refuse du financement et ils doivent emménager dans une maison mobile. L'étable ne possède pas d'écureur, il faut tout nettoyer à la main. Volontaire, le couple y logera quand même des taures en location, puis des porcs à forfait, tout en cultivant des plantes fourragères. Marc met toute son ardeur dans l'exploitation, Martine le seconde et travaille auprès des personnes âgées et dans des épiceries.

Peu à peu, le couple reprend le dessus. En 1988, Martine et Marc fondent officiellement la Ferme Maquille, du nom de la rue où se trouvaient la maison et la ferme familiales de Marc, à Cortil-Noirmont, en Belgique.

La nouvelle entité, incorporée, se concentre à partir de ce moment sur les grandes cultures. En effet, les investissements à faire dans la porcherie pour répondre aux exigences environnementales sont trop lourds et les producteurs délaissent l'élevage porcin. Marc Dujardin se spécialisera dans les cultures et multipliera des variétés de maïs-grain, de soya et de plantes fourragères. Se sont ensuite ajoutés des champs de haricots de conserverie, en contrat avec la compagnie Bonduelle.

Bien que les trois enfants, Frédéric, Catherine et Nicolas, aient tous participé vaillamment aux tâches de la ferme familiale jusqu'à tout récemment, c'est Nicolas qui a décidé de faire partie de la relève. Son frère Frédéric dirige maintenant son propre commerce de transport et sa sœur Catherine est esthéticienne.

Nicolas obtient son diplôme de Gestion et exploitation d'entreprise agricole (GEEA) en 2001. Puis, il suit des cours en électronique pendant six mois. « Ce n'était pas vraiment pour moi », raconte Nicolas. En 2002, une occasion l'oblige à se positionner très vite. « À quelques kilomètres de la ferme de mes parents, à Baie-du-Febvre, une propriété comprenant un poulailler et une maison était à vendre. » L'élevage des poulets ne faisait pas partie de ses projets, mais avec l'aide de ses parents le jeune homme polyvalent a décidé de foncer. « Je ne le regrette pas : les grandes cultures et l'élevage avicole sont deux productions qui se marient bien », dit l'agriculteur de 38 ans.

Et encore de la persévérance !

Lors de l'acquisition, le poulailler à quatre étages situé sur place était en fait une étable reconvertie. Peu à peu, Nicolas le rend plus fonctionnel par ses rénovations. Il acquiert des quotas et apprend avec adresse et assiduité son nouveau métier, lot après lot. Il est vrai que l'aviculteur alors débutant ne peut faire trop d'erreurs : lui et son épouse deviennent parents, en 2006 et en 2009, de William et Cassandre.

Nicolas a l'idée en 2006 de partager une portion des quotas avec la coopérative agricole Covilac de Baie-du-Febvre. Ce partenariat est toujours en cours et profitable aujourd'hui. « C'est une façon d'équilibrer les risques et de rentabiliser les bâtiments », dit Nicolas.

En 2007, survient l'un des drames qui frappent malheureusement trop de fermes : le poulailler est la proie des flammes au mois de mars… Dès le lendemain matin, la décision de Nicolas était prise : pas question de laisser tomber. Les travaux d'excavation démarraient à peine deux mois plus tard et les premiers poussins entraient dans un poulailler tout neuf le 11 août suivant !

La nouvelle construction comptera maintenant deux étages, mais elle est tout de même plus spacieuse.

Parallèlement se sont succédé les saisons sur les terres cultivées, avec les semis, l'entretien et les récoltes. Les champs couvrent aujourd'hui 600 hectares répartis entre Saint-Elphège, Baie-du-Febvre et Saint-Zéphirin. Ils sont en partie fertilisés par le riche fumier des troupeaux de volailles.

La communauté rurale a d'ailleurs reconnu à deux reprises les aptitudes d'entrepreneurs agricoles et les qualités humaines des propriétaires de la Ferme Maquille : en 2001, celle-ci s'est classée 10e pour la médaille de bronze du concours de l'Ordre national du mérite agricole et 36e pour la médaille d'argent en 2006. >

UNE JOURNÉE À LA FERME MAQUILLE

Les jours commencent tôt pour Nicolas. À 5 h 30 ou 6 h, il entame la tournée du premier poulailler. « Je m'assure que les oiseaux sont en bonne santé, je vérifie la pression de l'eau d'abreuvement ainsi que la hauteur des tétines et des mangeoires, au fil de la croissance des poulets », détaille Nicolas. Il examine aussi si la température, la ventilation et le taux d'humidité sont adéquats pour garantir une ambiance agréable sur le plancher. « Entre 7 h et 8 h, je reviens à la maison pour déjeuner avec ma conjointe et nos enfants, Cassandre et William. Une fois qu'ils ont sauté dans l'autobus scolaire, je continue ma tournée dans le deuxième poulailler. »

Plus tard, le producteur fait des réparations urgentes, répond aux courriels et aux messages téléphoniques. Puis, il effectue au garage l'entretien et les réparations de la machinerie ou se rend aux champs pour les semis, le désherbage, la fertilisation ou la récolte, selon le moment de la saison. Pour ces opérations, il conjugue ses forces à celles de son père Marc et de leur employé, Jean-François Bolgius.

La deuxième tournée des poulaillers a lieu en soirée. Et pour cela, Nicolas bénéficie de l'aide de ses enfants, à leur retour de l'école ou après le souper.

Sa mère Martine s'occupe de l'administration. L'automne, elle veille au séchage du blé et du maïs dans le centre de grains de la ferme. « Au printemps, je reçois les clients qui viennent acheter des semences », dit la productrice.

Après la récolte du blé au mois de juillet ou d'août, Nicolas, son père Marc et Jean-François en profitent pour refaire le nivelage des champs, avant les pluies d'automne.

« L'hiver est consacré davantage à l'administration et à la planification des achats des engrais et des semences ou encore des rotations dans les champs, ainsi qu'aux rencontres avec le notaire et le fiscaliste », décrit Nicolas.

On continue d'innover

L'année 2018 fut marquée par l'édification d'un deuxième poulailler. Constitué également de deux étages, il possède un système de ventilation standard combiné à des entrées d'air modulaires sur les deux longs murs latéraux. « Ces entrées d'air améliorent nettement le rendement des troupeaux par rapport à l'autre poulailler », constate Nicolas, qui vise à maximiser la production au mètre carré dans le respect des normes de bien-être animal, dans le nouveau bâtiment. Il y a récemment ajouté une ligne d'abreuvoirs et trois lignes de mangeoires, des mesures qui ont maintenu la performance des volatiles.

L'aviculteur a également renforcé la santé de ses troupeaux en contrôlant le pH de l'eau d'abreuvement et sa teneur en chlore. « J'abaisse le pH de l'eau jusqu'à 5 avec des acides organiques durant les 10 premiers jours d'élevage, puis je le remonte à 6, jusqu'à la fin, explique Nicolas. Ça combat les bactéries qui se multiplient dans l'eau. Cette précaution semble réellement favoriser la digestion et la santé des poulets. »

Des défis

L'accès et le prix du quota sont des enjeux pour le développement de l'entreprise. Toutefois, le producteur construira un troisième poulailler, s'il a de la relève. Dans un futur proche, toutefois, il améliorera plutôt son entreprise de l'intérieur.

« Je crois que l'élevage des volailles a un bel avenir, car c'est une viande appréciée de la population », conclut Nicolas.

Marc et Nicolas Dujardin

LA FERME MAQUILLE, EN QUELQUES MOTS

Trois associés : Marc Dujardin, Martine Muyssen et leur fils, Nicolas Dujardin;

Un employé : Jean-François Bolgius;

Deux poulaillers, deux étages;

Environ 600 hectares cultivés
en maïs-grain, soya, blé, plantes fourragères et haricots de conserverie;

Un centre de séchage pour le maïs-grain.

NOS ÉLEVEURS, NOS VALEURS…

l'innovation et l'excellence mises de l'avant

TEXTE DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

Les EVQ ont mis en place en 2019 une stratégie pour la marque Le Poulet du Québec afin de répondre aux attentes des consommateurs quant à la provenance et à la production des aliments qu'ils consomment. Cette stratégie visait à créer un halo positif autour de l'élevage de poulet afin de conserver la place privilégiée qu'a le poulet dans le cœur et dans l'assiette des Québécois.

L'objectif de la campagne « Nos éleveurs, nos valeurs » a été d'humaniser l'élevage du poulet en donnant une plus grande place aux éleveurs. Pour cette campagne, l'équipe marketing et l'agence Rethink ont opté pour un ton humoristique et une approche en tout en simplicité afin de mettre en valeur le côté sympathique et humain de nos éleveurs pour ainsi améliorer la confiance des consommateurs. À cet effet, deux messages publicitaires *Excellence* et *Innovation* ont été créés avec la précieuse collaboration des éleveurs Yves Leblanc, Virginie Leblanc et Richard Baril.

Les publicités de 15 secondes ont été diffusées en pré-roll, non désactivables, sur des environnements premium comme : Tou.TV, Noovo, TQ, TVA, TVA Illico, SRC Illico et Ricardo. Elles ont également été présentées sur YouTube ainsi que sur Facebook en ciblant des publics tels que les milléniaux avec enfants et les super mamans. Des intégrations imprimées et numériques avec *Coup de pouce* et *Ricardo* s'y sont également ajoutées. La campagne étalée sur huit semaines s'est terminée en novembre 2019 et on estime le nombre d'impressions à un peu plus de 12 millions.

Cette campagne se voulait une mini incursion dans le quotidien de nos éleveurs : le tout de façon transparente et respectueuse de leur réalité. Elle véhicule les messages aux consommateurs : nos éleveurs travaillent fort et s'équipent des meilleures technologies afin d'améliorer leurs infrastructures pour continuellement veiller au bien-être de leurs poulets.

« Des peluches pour une bonne cause »

Nous nous engageons, année après année, à redonner à notre communauté par l'entremise d'organismes dans le besoin. En 2019, nous avons décidé de nous associer à la Fondation St-Hubert qui a comme mission de contribuer à la santé et au bien-être des familles en s'impliquant dans plusieurs causes. Comme nos marionnettes ont connu un succès monstre sur le Web, il nous est apparu inévitable de permettre aux gens de les acheter. Évidemment, la mise en marché de Princesse et de Comique avait pour objectif de servir une œuvre caritative. C'est donc dans le cadre des activités de l'Assemblée générale annuelle que nous avons organisé un 5 à 7 en collaboration avec la Fondation St-Hubert pour lancer officiellement la campagne « Des peluches pour une bonne cause ». Cette levée de fonds a permis d'amasser plus de 4000 $.

Nos peluches ont également été vendues dans les Rôtisseries St-Hubert participantes et ont permis de recueillir plus de 20 000 $. En tout, c'est près de 30 000 $ qui seront remis à la Fondation! Une vidéo a été spécialement créée pour l'occasion et a été diffusée en avril 2019 sur la page Facebook du Poulet du Québec. >

Le Poulet du Québec met de l'avant « Nos éleveurs, nos saveurs » au Café Ricardo!

Le Poulet du Québec a tenu en octobre 2019, au Café Ricardo de Saint-Lambert, un événement culinaire « Nos éleveurs, nos saveurs », en collaboration avec les Producteurs de poulet du Canada. Cet événement visait à faire rayonner de plus belle la campagne publicitaire « Nos éleveurs, nos valeurs » et à mieux faire connaître le poulet et l'art de l'apprêter.

Cette soirée exclusive se voulait une expérience gastronomique réinterprétant le poulet en 12 bouchées uniques ainsi qu'une occasion idéale de mettre de l'avant le rigoureux travail de nos éleveurs. Les 12 gagnants d'un concours organisé sur Facebook, des éleveurs, de même que des influenceurs dans le domaine de l'alimentation et style de vie ont pu profiter de cette soirée pour en apprendre davantage sur l'élevage du poulet au Québec, sur nos éleveurs, et sur la protéine de qualité produite ici pour des gens d'ici. La mascotte Princesse était de la partie et les personnes présentes ont pu également tester leurs connaissances sur l'élevage du poulet en jouant à la roue des PPC. Un sac-cadeau a été remis afin que les participants puissent répéter leur expérience avec Le Poulet du Québec jusqu'à la maison. Une belle réussite sur toute la ligne due en grande partie à nos dévoués éleveurs qui étaient sur place pour transmettre leur passion!

Toujours là pour aider!

Le Poulet du Québec réchauffe le cœur des familles d'ici

Les syndicats régionaux des Éleveurs de volailles du Québec ont aussi brillé à l'occasion du temps des fêtes en faisant preuve de générosité. C'est 22 000 $ en poulet qui ont été remis à différents organismes à travers la province : Corporation de développement communautaire Nicolet-Yamaska – La carotte joyeuse | Moisson Beauce | Moisson Estrie | Moisson Kamouraska | Moisson Lanaudière | Moisson Laurentides | La Moisson Maskoutaine | Moisson Mauricie/Centre-du-Québec | Moisson Québec | Moisson Rive-Sud | Moisson Saguenay–Lac-St-Jean | SOS Dépannage – Moisson Granby

Les Éleveurs de volailles du Québec sont fiers de démontrer leur engagement envers les communautés de chacune des régions.

Les Éleveurs de volailles du Québec, partenaires de l'espoir !

Les EVQ et les marques Le Poulet du Québec et Le Dindon du Québec sont fiers d'avoir participé en décembre au lancement de la campagne de Noël « Faites briller l'espoir » de la Fondation du CHUM. Une belle façon de raviver l'espoir pour les milliers de patients du centre hospitalier.

Juste avant les fêtes, le clocher du CHUM, à l'angle des rues Saint-Denis et Viger, a pris des allures de maison en pain d'épices. Les logos des EVQ, du Poulet du Québec et du Dindon du Québec ont illuminé le clocher du CHUM pour les milliers de patients alors que de jolis bonshommes de pain d'épices s'activaient au gré des dons de généreux donateurs et du grand public. Le camion de rue était également présent pour la soirée de lancement pour le plus grand plaisir des invités. Des dépliants recettes et des objets promotionnels ont été remis aux gens sur place. La campagne de Noël aura permis d'amasser plus de 800 000 $ pour la Fondation du CHUM.

L'émission *Arrive en campagne* s'est arrêtée à Saint-Félix-de-Valois!

C'est en août 2018 que la famille Bellerose a eu la chance d'accueillir sur sa ferme l'équipe de l'émission *Arrive en campagne*, animée par Stefano Faita. Véritables globe-trotters, les Bellerose n'hésitent pas à voyager à travers le monde afin de parfaire leurs connaissances et de développer leur entreprise de façon durable. Ils ont eu le plaisir de partager leur passion avec les téléspectateurs. Personnalités chaleureuses et colorées, les Bellerose ont fait la promotion du monde avicole avec brio. Les téléspectateurs ont d'ailleurs pu vivre une journée à la ferme avec son lot de travail au cours de cette émission qui mettait de l'avant la production écoresponsable, le bien-être animal, l'utilisation de technologies, l'éthique de travail et la passion ! L'émission avec les Bellerose a été diffusée le 1er avril sur les ondes de TVA.

Cette troisième saison aura également permis de véhiculer nos messages-clés, de démentir certains mythes tenaces associés à l'élevage et d'humaniser l'élevage pour des milliers de téléspectateurs.

Nous remercions grandement nos éleveurs « branchés » Christian et Denise ainsi que leur famille pour leur temps précieux et l'énergie contagieuse qu'ils ont su transmettre dans le cadre de ce beau projet télévisuel.

Marché américain des viandes

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Le poulet

La production de poulet aux États-Unis a totalisé 43,9 milliards de livres (19,9 milliards de kg) en 2019, une croissance de 3,1 % par rapport à 2018. C'est la septième année consécutive de production record, mais s'il faut en croire les prévisions du département américain de l'Agriculture (USDA), cette croissance est bien soutenue par la consommation par habitant de poulet, laquelle devrait augmenter de 4 % aux États-Unis en 2020.

Le poids moyen des oiseaux abattus a atteint 6,32 livres (2,87 kg), en hausse de 1 %. Ce sont les oiseaux de plus de 6,25 livres (2,83 kg) qui font monter la moyenne puisque le nombre de têtes abattues dans cette catégorie a augmenté de 2,4 % en 2019. Les prévisions pour l'année 2020 font état d'une production totale encore en croissance. Elle pourrait atteindre 46,0 milliards de livres (20,8 milliards de kg), en hausse de 4,9 % par rapport à l'année 2019.

Dans son rapport *Livestock, Dairy, and Poultry Outlook* du 16 janvier 2020, le USDA souligne que l'offre abondante de poulet en 2019 a exercé une pression considérable sur le prix de gros composite. Avec un prix moyen de 88,6 cents la livre (1,95 $US/kg), cela équivaut à une baisse de 9,4 % par rapport à 2018. Considérant la hausse attendue de la production en 2020, le prix devrait rester faible et s'établir 82,8 cents la livre (1,83 $US/kg) selon les prévisions de l'agence du 16 mars 2020. Parmi les coupes, c'est le prix de la poitrine qui a le plus souffert, avec un prix moyen de 105,5 cents la livre, soit 3,6 % plus bas qu'en 2018. De leur côté, le prix du haut de cuisse et de la cuisse entière ont augmenté de 12,7 % pour le premier et de 27,2 % pour le deuxième. Le USDA prévoit que ces niveaux de prix resteront stables en 2020 compte tenu de l'augmentation attendue de la demande et des exportations vers la Chine.

Du côté du commerce international, les exportations américaines de poulet ont atteint 7,2 milliards de livres (3,3 milliards de kg). C'est une hausse de 0,6 % par rapport à 2018. Le Mexique est resté le principal marché pour le poulet des États-Unis, recevant 21 % des volumes exportés. À noter que le Vietnam a dépassé le Canada comme cinquième destination. Les livraisons vers ce pays asiatique ont augmenté de 48 %, probablement en raison de la demande

La consommation par habitant de poulet **devrait augmenter de 4 % aux États-Unis** en 2020.

accrue de protéines importées causées par les pertes engendrées par la peste porcine africaine. Les livraisons de poulet vers ce pays ont atteint 332 millions de livres (150 Mkg) en 2019. Le Canada est donc devenu le sixième marché pour les exportations américaines l'an dernier. Le Canada a d'ailleurs importé 287 millions de livres (130 millions de kg) de poulet américain l'an dernier; une baisse de 7,7 % (-24 millions de livres ou 10,9 millions de kg) par rapport à 2018.

Pour 2020, les premières prévisions du USDA font état d'une croissance de 4,4 % des exportations, ce qui peut être conservateur compte tenu notamment de la réouverture du marché chinois. Les exportations vers ce pays devraient augmenter progressivement au cours du premier semestre 2020.

Le dindon

La production de dindon aux États-Unis en 2019 s'est établie à 5,8 milliards de livres (2,65 milliards de kg), accusant une baisse de 1 % par rapport à 2018. Les abattages ont diminué de 3,9 %, tandis que le poids moyen a augmenté de 3 %. Les 228 millions de dindons abattus avaient un poids moyen de 31,1 livres (14,56 kg vif).

La production devrait encore baisser par rapport à 2019 dans le premier semestre 2020, selon l'USDA. L'objectif est de contrôler le niveau élevé des inventaires en équilibrant mieux l'offre et la demande. Les prévisions de l'agence pour l'ensemble de l'année font tout de même état d'une légère augmentation de la production, de 1 % par rapport à 2019, pour s'établir à 5,89 milliards de livres (2,671 milliards de kg).

Du côté des prix de gros, notons qu'en 2019, le prix du dindon entier congelé s'est chiffré à 89,2 cents la livre (1,97 $US/kg). Ce prix s'avère supérieur à celui de 2018 alors qu'il a été stable à 80,2 cents la livre (1,77 $US/kg). D'après le USDA, la hausse se poursuivra en 2020, alors que l'on s'attend à un prix moyen de 100,5 cents la livre (2,22 $US/kg), équivalant à une hausse de 12,7 % par rapport à 2019.

Les exportations américaines de dindon ont atteint 639 millions de livres (289,8 millions de kg) en 2019. Cela représente une hausse de 5 % par rapport à 2018.

Le Mexique est toujours le principal acheteur de viande de dindon en provenance des États-Unis. Ce pays a reçu 61 % des volumes de dindons exportés par son voisin du nord. Les exportations poursuivront leur croissance en 2020 pour atteindre 660 millions de livres (299 millions de kg), toujours selon les estimations du USDA.>

Le porc

La production de porc américaine s'est accrue fortement en 2019, atteignant 27,6 milliards de livres (12,5 milliards de kg). On parle d'une croissance de 5 % par rapport à 2018. L'année 2020 devrait suivre la même tendance. Le cheptel porcin était énorme au début de l'année 2020 et la peste porcine africaine est toujours un facteur qui stimule la demande en Chine. Le USDA s'attend donc à que la production continue de croître à des niveaux historiquement élevés tout au long de l'année pour atteindre un total de 29 milliards de livres (13 milliards de kg). Cela représenterait une hausse de 4,5 % de la production.

Les Américains ont exporté 6,3 milliards de livres de viande de porc en 2019, 7,6 % de plus qu'en 2018. Avec 16,9 % des achats, la Chine est devenue la troisième destination des exportations de porc américain après le Mexique (24,7 %) et le Japon (18,2 %). L'année précédente, en 2018, la Chine n'avait reçu que 6,7 % des volumes de porc exportés par les États-Unis.

Le bœuf

La production de bœuf s'est chiffrée à 27 milliards de livres (12 milliards de kg) en 2019 et devrait augmenter de 1,2 % en 2020. Cette prévision survient tandis que l'on assiste à une première année de contraction du cheptel depuis 2014. Au 1er janvier 2020, on comptait en effet 94,4 millions de bovins et de veaux, soit près de 400 000 têtes de moins que l'année précédente.

La COVID-19

La pandémie de la COVID-19 génère de l'instabilité sur le marché domestique des viandes aux États-Unis. À la mi-mars, avec le début des mesures de mise quarantaine et de confinement, les consommateurs se sont précipités dans les épiceries pour stocker les produits considérés comme essentiels. Ce comportement a épuisé les comptoirs de toutes protéines animales en faisant grimper leur prix. Si la situation est revenue rapidement à la normale, les experts craignent maintenant que la demande continue de faiblir dans les prochaines semaines notamment à cause de la fermeture des restaurants et autres services alimentaires. Ces marchés sont d'importants débouchés pour le bœuf et les côtes levées, entre autres. Même si les grossistes cherchent d'autres marchés, ils ne peuvent que se tourner vers le détail. Reste à voir si la demande de ce segment de marché sera suffisante pour compenser la perte du service alimentaire.

Par ailleurs, les experts considèrent que grâce à la reprise des exportations vers la Chine, qui aurait surmonté l'épidémie, les secteurs porcin et avicole sont les mieux placés pour ce sortir de cette crise sans précédent.

À la mi-mars, les consommateurs se sont précipités dans les épiceries **pour stocker les produits considérés comme essentiels**.

Variation de la production américaine en 2019 et estimation pour 2020

	2019	2020
Poulet	3,1 %	4,9 %
Dindon	-1,1 %	1,8 %
Porc	5,0 %	4,9 %
Bœuf	1,0 %	2,0 %

Source : *Livestock, Dairy, and Poultry Outlook*, ERS (USDA), 16 mars 2020.

POULET
VERS UNE CROISSANCE PLUS FAIBLE DANS LE POULET

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Offre

Pour les sept périodes couvrant l'année 2019 (A154 à A160), la production totale québécoise, pour le marché domestique et l'expansion des marchés, a atteint 369,4 Mkg éviscérés, une augmentation de 1,9 % par rapport aux périodes équivalentes de l'année précédente (A148 à A154). Cela représente 26,7 % de la production canadienne.

Au cours de la période A161, du 19 janvier au 14 mars 2020, la production canadienne de poulet a été de 201,7 Mkg éviscérés. Cela représente 100,9 % de l'allocation définie pour la période. L'Ontario, qui produit le tiers des poulets canadiens, a réalisé 100,7 % de son allocation. Le Québec, deuxième province productrice avec 53,6 Mkg pendant la période, a produit 100,9 % de son droit de produire.

Des inventaires élevés

Les inventaires canadiens de poulet ont atteint des niveaux record tout au long de l'année 2019. La moyenne des inventaires excluant les catégories *Cuisses* et *Divers* s'est établie à 45,6 Mkg, une hausse de 11 % (+ 4,6 Mkg) par rapport à la moyenne de l'année 2018.

Les inventaires au 1er mars semblent briser cette tendance. En effet, ils se sont élevés à 45,69 Mkg, en diminution de 4,3 % (- 2,1 Mkg) par rapport à pareille date l'année dernière. Ces inventaires sont constitués principalement de poulet en morceaux (45 %) et de poulet transformé (52 %).

Importations

Pour 2019, les importations de poule de réforme sont en hausse de 6,6 % (+ 5,5 Mkg) par rapport à 2018. Les importations des produits de cette catégorie, qui n'est pas limitée par des contingents tarifaires, ont totalisé 88,3 Mkg en équivalent éviscéré désossé. Ces importations sont surtout constituées de poitrines désossées (40,6 %) et de morceaux avec os (34,3 %) en provenance des États-Unis.

Du côté du poulet, le contingent d'importation contrôlé par Affaires mondiales Canada n'a pas été complètement utilisé en 2019. Ces importations se sont élevées à 91,7 Mkg, 2,6 % sous le niveau permis. Il est difficile d'expliquer les raisons pour lesquelles les détenteurs de licences ne se sont pas prévalus de ces 2,4 Mkg de droits d'importation. Une partie de la réponse se trouve probablement dans la faiblesse du prix de gros au Canada et du niveau des inventaires que nous pouvions constater à la fin de l'année 2019.

Les importations totales de poulet se sont élevées à 165,9 Mkg en équivalent éviscéré désossé. C'est aussi une baisse de 3 % (- 4,8 Mkg) par rapport à 2018. Les importations canadiennes de poulet proviennent principalement des États-Unis (75 %), du Brésil (10 %) et de la Thaïlande (8 %).

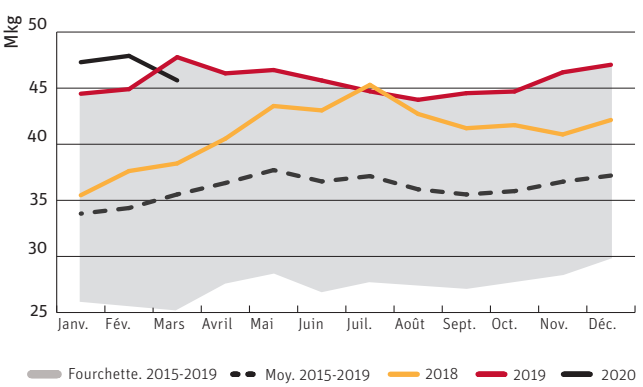
INVENTAIRES CANADIENS - 1ER MARS 2020
EXCLUANT LES CATÉGORIES *CUISSES* ET *DIVERS*

En milliers de kilogrammes

Mkg	2019	2020	% Δ
Morceaux	20 551	20 682	0,6 %
Surtransf.	25 774	23 745	-7,9 %
Entier	1 436	1 263	-12,1 %
Total	47 761	45 690	-4,3 %

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

INVENTAIRES CANADIENS DE POULET
EXCLUANT LES CATÉGORIES *CUISSES* ET *DIVERS*



COVID-19

Le marché des viandes est affecté depuis la mi-mars par la pandémie de COVID-19. Les mesures de confinement et la fermeture des commerces et restaurants ont entraîné un changement majeur de la demande. Si certains consommateurs se sont précipités dans les supermarchés pour faire des stocks, le marché de la restauration s'est effondré. Au moment de publier, il était encore trop tôt pour connaître le niveau auquel la demande de poulet au Canada se stabilisera pendant la pandémie et le rythme de la reprise du marché de la restauration et de l'institutionnel.

Les accords commerciaux

Le 13 mars, le gouvernement canadien a donné le feu vert à l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM). Cet accord prévoit 47 Mkg pour la première année, c'est-à-dire presque 10 Mkg sous le volume prévu dans le cadre de l'ALENA pour 2020. Toutefois, comme le nouvel accord n'entrera en vigueur qu'au 1er juillet, le volume du contingent sera recalculé au prorata des deux accords. Le contingent total de 2020 serait de 92,1 Mkg, soit 5 Mkg sous le niveau de l'accord précédent.

Il reste encore de l'incertitude concernant le Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) qui accorde des droits d'importations de 11,7 Mkg pour l'année en cours. Parmi les signataires, le Chili est le seul pays ayant la capacité d'exporter du poulet vers le Canada, mais la situation politique conflictuelle qui prévaut dans ce pays sud-américain retardera encore pour quelques mois la ratification. Une fois approuvé par le sénat chilien, l'accord entrera en vigueur dans les 60 jours.

Prix de gros

En 2019, l'indice composite du prix de gros publié par EMI Express Markets a suivi étroitement la tendance saisonnière de l'année 2018. En début d'année, ce prix, qui reconstitue la valeur de la carcasse à partir de la valeur des découpes, était au niveau le plus bas en cinq ans (3,20 $/kg). Ensuite, à partir du mois de mars, il a connu une hausse constante pour atteindre un sommet pendant la période estivale, à 3,87 $/kg pour finalement commencer à diminuer et à s'établir à 3,32 $/kg à la fin de l'année. En moyenne, le prix a été de 3,66 $/kg en 2019, 1,05 cent (+ 0,3 %) de plus que la moyenne de 2018.

Pendant le premier trimestre de l'année en cours, l'indice composite du prix de gros a été en moyenne 0,10 $/kg plus élevé qu'en 2019. La semaine se terminant le 29 mars, l'indice composite du prix de gros a atteint 3,68 $/kg, soit une hausse de 1,5 % (+ 0,05 $/kg) par rapport à 2019. La pandémie de la COVID-19 affecte le prix de gros sous plusieurs aspects; un élément à surveiller.

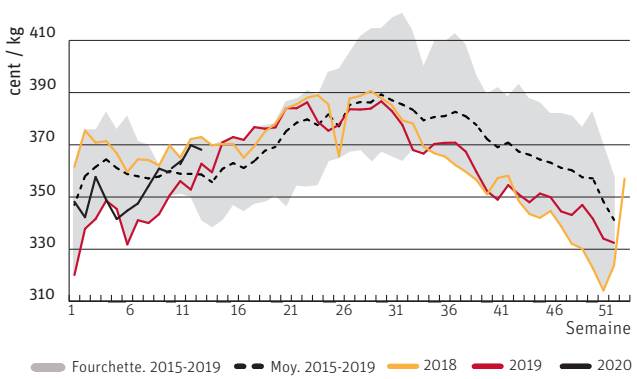
Demande

Du côté du marché au détail des viandes, les données Nielsen présentaient un portrait peu réjouissant avant la pandémie de la COVID-19. Là encore, il sera intéressant de suivre le comportement des consommateurs canadiens. Ceci dit, au Canada, les volumes des ventes de poulet en supermarché ont atteint 284 Mkg au cours des 52 semaines finissant le 4 janvier 2020, accusant une baisse de 7,6 Mkg (- 2,6 %) par rapport aux 52 semaines précédentes (du 7 janvier 2018 au 5 janvier 2019). De leur côté, le bœuf a connu une diminution de 2,5 % (- 5,8 Mkg), le porc, de 9,4 % (- 12,2 Mkg), et le dindon, de 5,4 % (- 3,1 Mkg).

Par contre, les prix au détail ont été en hausse. Toujours pendant les mêmes 52 semaines, le prix moyen du poulet au Canada a augmenté de 2,0 %, passant de 9,0 $/kg à 9,18 $/kg d'une année à l'autre. Le prix du bœuf a augmenté de 2,8 %, le porc de 7,5 % et le dindon à 2,7 %, pour s'établir à 12,70 $/kg, 8,45 $/kg et 4,95 $/kg respectivement.

Au Québec, le prix moyen du poulet à l'épicerie a été plus stable d'une année à l'autre (9,66 $/kg à 10,0 $/kg) ce qui peut expliquer, du moins en partie, la hausse du volume de ventes (+ 1 Mkg) dans la Belle Province. Ici, les ventes en supermarché ont atteint 65 Mkg toujours pendant 52 semaines.

INDICE COMPOSITE DU PRIX DE GROS DU POULET



Source : EMI Express Markets Inc.

Les Producteurs de poulet du Canada
Chicken Farmers of Canada

IMAGE DE MARQUE ET ACTIVISME VÉGÉTALIEN

TEXTE FRANÇOIS CLOUTIER, ADMINISTRATEUR DU QUÉBEC, DÉLÉGUÉ DU QUÉBEC AUX PPC

Depuis les dernières années, les activistes s'organisent de plus en plus. Un des mandats des Producteurs de poulet du Canada consiste à accompagner les provinces face aux actions mises en place par le militantisme végétalien. Pour ce numéro, nous avons décidé de publier un article complet sur ce sujet en remplacement de l'habituel rapport des PPC.

Le *Programme de soins aux animaux élevés par un producteur canadien* — votre rôle et le nôtre

Nous savons que le *Programme de soins aux animaux élevés par un producteur canadien* a un impact sur la vie quotidienne et la routine à la ferme. Nous savons également qu'il est parfois difficile d'avoir une vue d'ensemble, de comprendre pourquoi ce programme est si important et il semble parfois facile de se demander si tout cela vaut la peine.

Nous sommes là pour vous dire que oui.

PROGRAMME DE SOINS AUX ANIMAUX
Élevé par un PRODUCTEUR CANADIEN

Les normes que vous respectez chaque jour renforcent la crédibilité des producteurs de poulets auprès des consommateurs. Les éleveurs ont, pour une bonne raison, la confiance des consommateurs et nous avons tous un rôle à jouer pour maintenir cette confiance. Lorsque ces programmes sont respectés, les PPC peuvent travailler avec leurs partenaires tout au long de la chaîne de valeur pour garantir au consommateur que les éleveurs ont à cœur le bien-être des animaux et qu'ils sont déterminés à prendre les bonnes décisions.

Comme vous le savez, l'engagement des éleveurs de poulets canadiens envers le bien-être animal est devenu la cible de diverses campagnes, plus particulièrement contre les entreprises de restauration et de vente au détail qui ont subi de la pression pour imposer des changements aux pratiques de notre industrie.

En contrepartie, le personnel des PPC et du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) a tenu des réunions avec les principales entreprises de vente au détail et de restauration partout au pays. L'objectif principal de ces réunions est de faire en sorte que les membres de la chaîne de valeur sachent que nous sommes la principale source vers laquelle se tourner lorsqu'ils sont confrontés à des militants, plutôt que de céder aux pressions et à des exigences irréalistes pour leurs fournisseurs (transformateurs et agriculteurs). Nous avons besoin qu'ils comprennent qu'ils n'ont pas besoin de réinventer la roue en ce qui concerne les soins aux animaux — que le système que nous avons au Canada n'est pas seulement assez bon — il est très bon, et en fait, est envié partout dans le monde.

Lors de ces réunions, nous profitons de l'occasion pour expliquer les principales différences entre les droits des animaux et le bien-être animal. Nous nous assurons que l'entreprise comprenne le fonctionnement de notre filière. Nous essayons d'expliquer aux représentants de l'industrie que l'impact réel des pressions qu'ils exercent sur les producteurs, bien qu'elles découlent de l'intention de promouvoir des changements pour l'amélioration de nos pratiques, est de rendre le travail de producteurs de poulet plus difficile, plus frustrant et plus cher ce qui provoque une augmentation du prix final du produit, devenu parfois trop cher pour les consommateurs. C'est une « mort lente », conçue pour réduire peu à peu la capacité des producteurs à élever des animaux pour se nourrir.

Nous sommes d'accord avec les gens qui choisissent de suivre un régime végétalien, mais ce choix doit être fait avec des faits, pas des mythes. Nous sommes toujours prêts à nous adapter à l'évolution du palais canadien — mais nous ne sommes pas prêts à le faire sous la pression de militants qui veulent finalement dire aux Canadiens quoi manger et forcer nos agriculteurs à la faillite.

Dans le cadre de la stratégie, nous sommes proactifs et essayons d'éviter ce que nos amis et collègues de l'industrie des œufs ont vécu il y a quelques années. À cette époque, les groupes de défense des droits des animaux ont décidé collectivement que 2015 serait « l'année de l'œuf » et ont concentré les pressions sur l'industrie des œufs aux États-Unis et au Canada pour qu'elle s'engage à éliminer progressivement les cages pour les poules pondeuses. Les entreprises et leurs marques ont été menacées, des campagnes sur les réseaux sociaux ont été lancées et pour faire disparaître les militants, de nombreuses entreprises ont décidé qu'il serait plus facile de simplement dire oui. Cela a eu pour conséquence que le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) s'est engagé à n'acheter que des œufs sans cage jusqu'à la fin de 2025.

Bien sûr, cela n'a jamais vraiment été l'objectif final des militants, et maintenant, nous voyons que ces groupes critiquent les systèmes pour lesquels ils ont plaidé — et, comme toujours, accroissent leurs demandes. >

Dernièrement, les militants ont tourné leur attention vers les poulets de chair.

L'activité militante a augmenté au cours des deux dernières années, et après une petite pause cette année, il y a eu une augmentation au cours du dernier mois (il semble que 2019-2020 soit « l'année du poulet »). Les groupes envoient directement des courriels aux entreprises, demandent des changements et demandent à les rencontrer. En l'absence de réponse à ces demandes, les groupes demandent par la suite à l'entreprise de « respecter des normes de bien-être plus élevées » pour son approvisionnement canadien en poulet de chair. Parmi leurs demandes, ils souhaitent un passage vers une méthode de croissance lente du poulet de chair, et nous voyons cela comme le prochain grand sujet de soins aux animaux auquel notre industrie devra s'attaquer. Lorsque cet engagement n'est pas pris, la prochaine étape consiste à organiser des campagnes et des démonstrations bruyantes sur les réseaux sociaux, conçues pour inciter les entreprises à modifier leurs politiques.

En réponse, nous avons développé ce que nous aimons appeler notre « roadshow itinérant ». À ce jour, nous avons rencontré 14 entreprises (dont McDonald's, Metro, Loblaws, Walmart), ainsi que le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) et la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI). Une rencontre est prévue à l'automne avec Restaurants Canada, qui représente toutes les grandes entreprises de restauration au pays. À la suite de ces réunions, nous sommes convaincus que si les entreprises sont confrontées à des revendications militantes, elles viendront d'abord à nous pour connaître les faits. Nous leur fournirons tout le soutien et l'information dont elles ont besoin pour défendre notre système canadien et notre *Programme de soins aux animaux élevés par un producteur canadien*. La rétroaction de la tournée de présentation a été extrêmement positive et très complémentaire à l'égard des secteurs de l'agriculture et de la transformation pour le travail effectué dans le domaine des soins aux animaux, de la sécurité alimentaire et de la durabilité.

UNE ÉQUIPE ENGAGÉE, COMPÉTENTE ET ACCESSIBLE!

Le meilleur coffre à outils de l'industrie pour les **AVICULTEURS**

Cash@comax.qc.ca
1 800 363-1005

Comptoir Agricole de St-Hyacinthe

191268

Mais comment tout cela est-il lié au programme de protection des animaux et à ce que vous faites à la ferme ? VOUS, les 2 800 éleveurs de poulets de chair au Canada, vous êtes la raison pour laquelle nous avons un excellent programme à promouvoir et à défendre. Votre engagement envers le programme, le fait que nous pouvons dire que 100 % de nos fermes sont certifiées, est un élément essentiel pour gagner la confiance des consommateurs et des entreprises de vente au détail et de restauration. Nous avons un système qu'ils peuvent défendre devant des militants ou qui leur permet de répondre aux questions de leurs clients. L'objectif a toujours été de maintenir une norme nationale pour les agriculteurs, et bien qu'il puisse toujours y avoir une poignée d'intervenants qui souhaitent une vérification différente, dans l'ensemble, nous sommes en mesure de vanter notre programme comme LE programme au Canada. Et c'est votre mise en œuvre du programme, au quotidien, qui nous permet de le faire.

Vous êtes la raison pour laquelle nous pouvons dire que le poulet élevé par les agriculteurs canadiens est vraiment excellent. Et nous le faisons :

La marque *Élevé par un producteur canadien* a été lancée il y a environ cinq ans, dans l'espoir que nous puissions répondre aux demandes croissantes des consommateurs de savoir d'où vient leur poulet — et nous avons livré la marchandise.

Peu de temps après le lancement de la marque, cependant, nous avons appris que les consommateurs voulaient que la marque représente plus qu'un simple pays d'origine — ils voulaient qu'elle soit synonyme de qualité, d'excellence et d'engagement. Nous livrons à nouveau.

La marque représente désormais également l'engagement des agriculteurs envers l'excellence en matière de sécurité sanitaire des aliments, de soins aux animaux et de gérance environnementale. Cet engagement résonne fortement auprès des consommateurs. Ils savent maintenant que la marque *Élevé par un agriculteur canadien* signifie que le poulet portant le logo est un choix nutritif pour leur famille et qu'il est élevé par des agriculteurs en qui ils peuvent avoir confiance.

Cela résonne également auprès des restaurants et des détaillants. De plus en plus d'entreprises adoptent la marque pour assurer à leurs clients leur engagement à s'approvisionner en poulet canadien et à l'excellence que représente la marque — ce à quoi vous contribuez chaque jour dans votre ferme.

UNE BELLE HISTOIRE, AU FIL DES SAISONS

Jean et Pierre-Alain Provost poursuivent une belle histoire qui a commencé au milieu des années 1960 à La Présentation, près de Saint-Hyacinthe : la Ferme 4-Saisons, un élevage de volailles où l'on met son cœur à l'ouvrage, comme dans toutes les autres fermes, mais de façon unique.

Jean et
Pierre-Alain Provost

Les débuts

Comme très souvent dans les exploitations agricoles, l'aventure de la Ferme 4-Saisons a commencé par une histoire de cœur entre un homme et une femme, Rosaire Provost et Suzanne Côté. En 1966, Rosaire, fils d'agriculteurs, construit un poulailler à deux étages de 30 m de long, sur le rang des Grands Étangs de La Présentation, pour compléter ses revenus d'ouvriers dans une usine de produits chimiques à Belœil. Cette exploitation agricole allait prendre le nom, quelques années plus tard, de Ferme R. S. Provost (pour Rosaire et Suzanne).

Le jeune Rosaire voit grand : il s'associe en 1969 au père de sa conjointe, Henri Côté, pour fonder la compagnie Ferme 4-Saisons, sur la route 137, non loin de là. « Mon mari a ensuite acheté des terres, ajoute Suzanne, qui est devenue l'administratrice en chef de l'établissement. Rosaire aimait travailler la terre pour produire des aliments : il a transmis cette passion à ses trois fils. » Patrick, l'aîné, a décroché le titre d'ingénieur agricole et ses deux frères cadets ont rejoint l'entreprise familiale. « Patrick supervise des chantiers de drainage et d'installation de gazoduc en milieu rural », explique Jean. « Mais il vient souvent donner un coup de main à la ferme, sur le tracteur et la machinerie ! », précise sa mère. Jean s'est associé en 1986, pour s'occuper surtout de la division Ferme R. S. Provost, consacrée à la production de poulets, tout en devenant peu à peu copropriétaire de l'exploitation principale, Ferme 4-Saisons. Pour sa part, c'est en 2005 que Pierre-Alain s'est impliqué officiellement dans l'entreprise mère, tout en créant sa propre affaire, Ferme P. A. Provost, spécialisée dans l'élevage du dindon. >

Avant de prendre leur décision, Pierre-Alain et Jean avaient envisagé d'autres options et ils ont ajouté des cordes à leur arc. Jean a décroché un diplôme de technicien en génie rural et Pierre-Alain, en mécanique du bâtiment. « Il y a toujours un plan qui traîne quelque part ! », glisse leur mère Suzanne. Pas besoin de préciser que ces connaissances aident le duo dans leurs vies de tous les jours. Par exemple, au cours des 12 dernières années, tous les poulaillers ont été presque entièrement reconstruits.

Une bonne vitesse de croisière

Aujourd'hui, la Ferme 4-Saisons et ses deux filiales comptent un total de sept bâtiments d'élevage répartis sur deux emplacements, des garages, deux entrepôts à fumier et un centre de séchage du grain. On livre en tout quelque 2 millions de kilogrammes de volailles par année, environ en parts égales entre le dindon et le poulet.

« Pierre-Alain et moi élevons en copropriété trois poulaillers de dindons sur le site principal », explique Jean. Ils produisent des dindons lourds de 18 kg et des dindons à griller de 5 à 6 kg. « Sur deux de ces bâtiments, nous avons optimisé l'espace : un tiers de la superficie sert à commencer l'engraissement des dindons lourds et les deux tiers restants, celui des dindons à griller. Après six semaines, on ouvre une grande porte et les dindons lourds sont transférés dans le local voisin pour laisser toute la place aux dindons à griller, jusqu'à l'âge de 11 à 12 semaines. C'est un peu comme transformer deux poulaillers en trois. »

Dahlie, la fille cadette de Pierre-Alain et Mathilde.

Depuis un an et demi, les jeunes aviculteurs gèrent une partie de leurs dindons sans antibiotiques de prévention. « Et cela se passe bien, on n'a pas eu à traiter de manière curative », constate Jean.

Les 486 hectares de terres de l'entreprise, parsemés dans la municipalité de La Présentation, sont ensemencés en maïs-grain, en soya, en haricots et en pois de conserverie. L'an prochain, des céréales à paille compléteront peut-être l'assolement.

Quatre saisons bien occupées

Trois employés travaillent dans l'entreprise. Marc-André Laberge participe surtout, depuis 10 ans, aux opérations de grandes cultures, de nettoyage et d'entretien des bâtiments et de la machinerie. Marie-Ève Laberge, sa sœur, fait le suivi des lots d'oiseaux, voit à leur santé et à la propreté des locaux. Un nouvel employé, Marc-André Fontaine, seconde Marie-Ève depuis un an.

Suzanne continue d'aider ses fils en prêtant de son temps à la comptabilité, au transport du personnel, aux commissions et aux menus achats.

Pierre-Alain et Jean touchent bien sûr à toutes les opérations. Toutefois, du printemps à l'automne, ils délèguent un peu leurs tâches dans les bâtisses pour se concentrer sur les semis, les arrosages, les récoltes. Et ils adorent ça !

L'hiver, l'horaire est un peu plus relax. Bien sûr, il y a toujours le train à faire le matin et le soir.

Les **486 hectares de terres de l'entreprise**, parsemés dans la municipalité de La Présentation, sont ensemencés en maïs-grain, en soya, en haricots et en pois de conserverie.

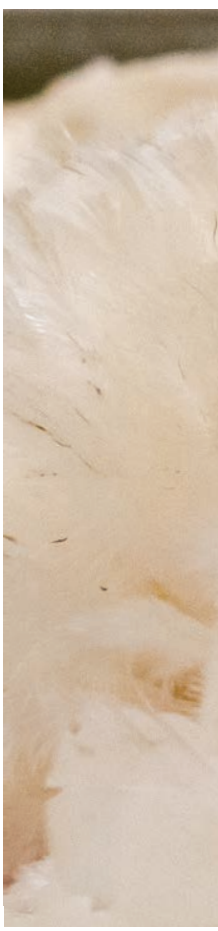
Un soutien vraiment apprécié

Dominique Cloutier, l'épouse de Jean, est ergothérapeute : elle coordonne les soins à domicile au CLSC des Maskoutains. Dominique et Jean sont les parents d'Émile, 20 ans, de Rosalie, 17 ans, et de Sarah-Jeanne, 14 ans.

Mathilde Morin, la conjointe de Pierre-Alain, possède et gère une boutique de chaussures à Saint-Hyacinthe. Gabriel, Dahlie et Mila, âgés respectivement de 15 ans, 6 ans et 4 ans, sont les enfants du couple.

Les deux producteurs sont très reconnaissants du soutien moral apporté par leurs « blondes », en général, et en particulier pendant leurs longues journées au champ. Et de son côté, leur mère Suzanne est une grand-mère très appréciée !

Rosalie, Émile, Sarah-Jeanne et leurs parents Dominique Cloutier et Jean Provost, Mila, Pierre-Alain Provost, Mathilde Morin, Gabriel, Dahlie et Suzanne Provost.



Enjeux

La relève et l'investissement sur l'entreprise sont des enjeux à lesquels jonglent les entrepreneurs. Pierre-Alain et son frère ont acheté des terres récemment mais leurs coûts, tout comme celui du quota, deviennent des facteurs qui limitent le développement de l'entreprise. « Ce sont les mêmes valeurs pour tout le monde. » Concernant la relève, aucune décision n'a encore été prise, d'autant que certains d'entre eux sont encore trop jeunes. Jean et Pierre-Alain leur laissent toute la liberté de choisir, sans les influencer.

Les exigences de plus en plus rigoureuses sur le plan du bien-être animal et de l'environnement préoccupent les deux copropriétaires. « Les consommateurs doivent savoir que le bien-être et la santé de nos oiseaux sont pour nous une priorité, car notre gagne-pain en dépend », souligne Jean. « Lors d'une journée Portes ouvertes, mon mari a rappelé à une dame que dans les basses-cours, autrefois, les poules mangeaient ce qu'elles trouvaient par terre, y compris des fientes des autres oiseaux, raconte Suzanne. Alors qu'aujourd'hui, les volailles ont une moulée saine et nutritive. »

Jean et Pierre-Alain sont sensibles à l'utilisation judicieuse des pesticides au champ. Ils sont bien d'accord d'accentuer leurs efforts au profit de l'environnement, si on les aide à adopter des solutions de rechange écologiques qui demeurent rentables.

Face aux exigences du marché, les entrepreneurs sont d'avis qu'il faut s'adapter. « C'est certain que le client a toujours raison, croit Pierre-Alain. Nous avons la chance d'avoir un marché fermé et protégé, mais on ne doit pas oublier qu'il faut être à l'écoute des besoins des transformateurs et répondre à ceux des consommateurs. »

C'est comme cela que pensent les agriculteurs qui travaillent avec leur cœur, et que se poursuit leur histoire, au fil des saisons !

LE DINDON DU QUÉBEC, UNE MARQUE PROACTIVE!

TEXTE DIRECTION DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

En 2019, les activations en épicerie ont été priorisées afin d'appuyer les bannières dans la commercialisation du dindon.
On le sait, le dindon avec son apport en protéines enviable est la viande de l'avenir. Faible en gras, il se prête à de multiples recettes en plus de se marier à une multitude d'ingrédients et de saveurs. Le mandat était de véhiculer ces messages-clés auprès des consommateurs, mais aussi des dirigeants des supermarchés, des gérants des viandes, des bouchers ainsi qu'auprès des chefs de demain.

Modifier le processus d'achat du consommateur

Que ce soit par l'entremise de concours ou de promotions croisées, les actions ont permis d'intervenir dans le processus d'achat du consommateur. Ainsi, en collaboration avec Attitude fraîche, des promotions croisées ont été organisées en juillet dans les épiceries Metro et en septembre dans les marchés IGA. Les consommateurs ont aussi pu participer aux concours « Célébrez l'été avec le Dindon du Québec » en juin chez IGA et « Simplifiez votre rentrée avec le Dindon du Québec » en septembre chez Metro. Deux initiatives créatives et dynamiques pour mieux les inciter à choisir le dindon du Québec pour leur famille!

Une opération séduction en épicerie

Les efforts soutenus de l'équipe marketing ont finalement porté leurs fruits et le camion de rue du Dindon du Québec est plus populaire que jamais. Plus de 85 événements à travers le Québec ont permis d'aller à la rencontre des consommateurs pour démontrer l'importance d'intégrer le dindon au menu. Pour séduire ces derniers, le Dindon du Québec pouvait compter sur l'expertise des membres de l'équipe du Pavillon Service-traiteur.

Afin d'offrir aux consommateurs une expérience complète, des dépliants de recettes ont été imprimés exclusivement pour Metro et IGA pour la saison estivale et l'automne, en plus de faire produire des vidéos de type « Comment faire » qui étaient diffusées à proximité des comptoirs réfrigérés de découpes de dindon. Passion, dévouement et dynamisme étaient au rendez-vous cet été.

- Activations : 87
- Bouchées dégustées : 25 000
- Moyenne de 287
- Sacs d'épicerie : + de 3 000
- Coupons de tirage : + de 6 000

Le Dindon du Québec en vedette dans 24 épiceries Metro!

Le Dindon du Québec a aussi rayonné à l'extérieur de Montréal dans des régions plus éloignées avec près de vingt dégustations en épicerie. Organisées en collaboration avec Vegpro, ces dégustations ont su mettre à l'honneur le dindon haché.

- 28 et 29 septembre 2019
- Dindon haché de marques Irresistibles et WOK
- 18 magasins (Québec, Trois-Rivières, etc.)
- Nombre total d'échantillons distribués : 3 890
- Ventes : 1 179 barquettes de dindon haché
- Hausse des ventes comparativement à 2018 : 446 %
- Conversion (Vente/échantillon) : 30 % >

22 commandites pour savourer le dindon

Lors de 22 événements, plus de 10 000 personnes ont pu déguster de succulents mets à base de dindon. C'est près de 4 000 kg de viande qui ont servi à la préparation de ces plats!

- Gala Cérès
- Gala Agristars
- Journée annuelle Aliments du Québec
- Journée Pacini pour la qualité de vie!
- Les Lauriers de la gastronomie québécoise
- Camp culinaire estival de l'ITHQ
- Classique Phillip Danault
- Journée champêtre Andréane Benoît
- Après-gala des prix Gémeaux
- Congrès annuel de l'ADA
- La Coop Comax
- Les Mega Workout avec Jimmy Sévigny
- Tournoi de golf ADAQ
- Événement Colabor, Québec
- Classique de golf et On roule pour la Fondation St-Hubert
- Party des 1000 de l'industrie
- BBQ des employés de Metro
- Événement employés d'IGA
- BBQ des employés de Metro – Département des viandes
- Tournoi de golf de la Chambre de commerce de Saint-Hyacinthe
- Tournoi de golf Fondation Jean Lapointe-Bombardier
- Fondation du CHUM

Le camion de rue du Dindon du Québec présent pour les grands événements

Le camion de rue a été présent lors de plus de 10 événements. Une belle façon de mettre le dindon en bouche lors d'occasions festives. Près de 10 000 portions de dindon vendues lors de 11 événements majeurs :

1. Grand prix Ski-doo de Valcourt
2. BBQ Colabor, Québec
3. F1, Grand prix du Canada
4. Festival Arrivals
5. Expo agricole de Saint-Hyacinthe
6. Festival de la poutine de Drummondville
7. Expo-Champs
8. Portes ouvertes sur les fermes du Québec de l'UPA
9. Le Grand Marché de Québec
10. Colabor, Drummondville
11. Les Délices d'automne, Trois-Rivières

Jimmy Sévigny s'active pour le Dindon du Québec

Le camion de rue a été présent aux quatre Méga Workout de Jimmy Sévigny où plus de 4 000 bouchées de dindon General Tao ont été servies et dégustées. Ce partenariat permet de prôner la santé et le bien-être tout en empruntant une approche immersive et divertissante.

Une réussite!

« Les aliments du Québec dans mon panier » : un concours percutant pour le dindon

L'épicerie IGA extra Marché Lambert et frères inc. de Chambly, en partenariat avec Le Dindon du Québec, a gagné le prix pour le volet Grande surface du concours « Les Aliments du Québec dans mon panier » organisé par l'ADA, le MAPAQ et Aliments du Québec! Plus de 120 partenaires (détaillants-fournisseurs) ont participé au concours. Le IGA extra Marché Lambert et frères inc. de Chambly a su se démarquer en étalant sur un mois des activités originales qui mettaient en valeur le dindon du Québec. Activités réalisées dans le cadre de ce concours :

- Marchandisage croisé
- Dégustations en magasin chaque week-end
- 3 et 4 août : Activité de dessin de dindons
- 10 et 11 août : Mascotte de dindon
- 17 août : Éleveur Sylvain Choquette et son fils William
- 18 août : BBQ à l'extérieur pour promouvoir le dindon haché
- 25 août : Activation avec le camion de rue
- 31 août : Présence de Jimmy Sévigny pour promouvoir son nouveau livre de recettes et dégustations >

La Coupe Rogers, une commandite d'envergure

Pour une quatrième année consécutive, le Dindon du Québec a été un fier partenaire de la Coupe Rogers présentée par Banque Nationale. Ce tournoi d'envergure où les meilleurs joueurs de tennis au monde se sont affrontés s'est déroulé au Stade IGA du 2 au 11 août dernier. Pendant ce tournoi, le Dindon du Québec était partout, que ce soit dans le programme officiel de l'événement ou dans l'un des salons privés. Les amateurs de tennis ont aussi pu déguster plusieurs plats à base de dindon du Québec ! Les résultats de ce partenariat sont au rendez-vous.

- Augmentation de 27 % d'unités vendues de 2018 à 2019
- Offre de 9 plats différents
- Augmentation de 7 360 unités vendues depuis 2016
- Augmentation de 41 % par rapport à l'an dernier de l'achat de produits de dindon par Fairmont Le Reine Elizabeth, soit 521 kg supplémentaires

Des articles promotionnels à l'effigie du Dindon du Québec

Plusieurs articles promotionnels ont été remis aux consommateurs aussi bien lors des activations et des commandites que des démonstrations en épicerie et des grands événements comme la Coupe Rogers. Ils ont aussi été offerts aux gérants des viandes de certaines épiceries ainsi qu'aux étudiants des écoles de cuisine.

- Sacs réutilisables
- Ballons
- Casquettes
- Couteaux à désosser
- Planches à découper

Création de nouveaux contenus

En 2019, les épiceries Metro et IGA ont eu droit à du contenu exclusif. Vingt délicieuses recettes, simples et attrayantes, ont été réalisées et 370 000 exemplaires ont été distribués dans les épiceries et lors des activations avec le camion de rue à travers le Québec. Des vidéos ont aussi été produites et diffusées près des comptoirs réfrigérés des découpes de dindon, sur nos différentes plateformes numériques et sociales ainsi que sur celles de Metro et IGA.

Le Dindon performe sur les plateformes numériques et sociales

L'année 2019 a été une année faste sur les médias sociaux pour le Dindon du Québec. Plusieurs concours ont été mis en place pour nos abonnés afin de les remercier de leur engagement et de leur fidélité. Nos publications ont rejoint des milliers d'abonnés à travers le Québec et le taux de participation a été à son meilleur. Nous sommes fiers de constater que l'analyse des besoins et des attentes de nos abonnés est de plus en plus précise, de plus en plus efficace.

Du 1er janvier au 10 décembre 2019

- Utilisateurs : 125 657 (+47 %)
- Pages vues : 593 357 (+69 %)
- Pages/session : 3,08
- Durée moyenne des sessions : 1 min 47 sec

La page Facebook du Dindon du Québec avec ses 51 402 fans n'a pas été en reste. Plus de 98 publications ont atteint près de 700 000 utilisateurs.

Nos plateformes numériques et sociales, moyens de communication à la fois rapides et économiques, sont devenues des outils essentiels pour nous adresser aux consommateurs sur une base régulière.

Le Dindon du Québec forme les chefs de demain

Le chef Thierry Maurer a initié un groupe d'étudiants au DEP en cuisine de l'École professionnelle des métiers à Saint-Jean-sur-Richelieu à l'utilisation du dindon. Ce cours est offert pour les programmes de cuisine DEP, de cuisine ASP et boucherie DEP. Il comporte un volet théorique (élevage, mythes, valeurs nutritives, coupes) et un volet pratique alors que le chef aborde les modes de cuisson des différentes découpes. Quatre autres formations ont eu lieu en avril et en mai dans différentes régions du Québec. Le Dindon du Québec est fier de s'associer au chef Maurer de l'Escouade culinaire pour cette formation qui entraîne les chefs de demain de la ferme à la table!

Le dindon au cœur de l'émission de Noël d'*Arrive en campagne*

À l'aube de sa 5e année, l'émission *Arrive en campagne* a ravivé la tradition du repas de Noël en réunissant autour d'une table champêtre quelques familles de la ville et de la campagne. L'ambiance était festive et chaleureuse lors de ce souper, à la fois simple et raffiné, préparé par Stefano Faita et où d'amusantes bouchées croustillantes ainsi qu'un spectaculaire dindon entier ont été servis aux invités. Nous pouvons affirmer que le dindon a définitivement volé la vedette lors du repas.

Cette précieuse collaboration a permis de véhiculer plusieurs messages-clés et, surtout, de bénéficier de la crédibilité de Stefano Faita pour déboulonner les vilains mythes tenaces qui font la vie dure au dindon. Les Éleveurs de volailles du Québec sont fiers de s'associer à une émission qui met de l'avant l'agriculture au Québec et l'importance de consommer des aliments locaux! *Arrive en campagne* est une vitrine incomparable pour attester du valeureux travail des éleveurs. >

L'émission *Arrive en campagne* a ravivé la tradition du repas de Noël en réunissant autour d'une table champêtre quelques familles de la ville et de la campagne.

CONSTATS

Bons coups

- Amélioration des relations avec les bannières
- Éducation des gérants des viandes en épicerie
- Intervention directe dans le processus d'achat des consommateurs
- Collaboration dynamique avec Olymel
- Promotions croisées qui permettent un large échantillonnage
- Marque proactive qui incite les partenaires d'affaires à s'associer avec nous

À améliorer

- Besoin de mesurer l'habitude d'achat post-intervention promotionnelle
- La dynamique promotion-disponibilité-prix comporte des lacunes

Cette campagne, en plus d'améliorer les relations avec les bannières et de former les gérants des viandes en épicerie, nous permet d'intervenir directement dans le processus d'achat des consommateurs. Grâce à une collaboration dynamique avec Olymel et à des promotions croisées qui assurent un large échantillonnage, le dindon sera en mesure de se tailler une place enviable dans le panier des Canadiens. Les prochaines années nous permettront de mesurer les habitudes d'achat des consommateurs pour faire du dindon un incontournable!

« Pensez dindon », une campagne pancanadienne pour stimuler la consommation à l'année

Une campagne nationale a été lancée le 6 mai dernier à travers le Canada avec pour objectif d'augmenter les ventes de dindon de 20 % en cinq ans. La mission consiste à démontrer aux Canadiens combien le dindon est savoureux, délicieux, polyvalent et pertinent, 365 jours par année. Cette campagne d'esprit ludique comptera sur l'affichage extérieur, les médias sociaux, le référencement payant, la vidéo en ligne et la collaboration avec différents influenceurs pour faire rayonner ce message.

RÉSULTATS
(de mai à décembre 2019)

La campagne a été lancée en mai

Impressions totales :
431 M

Impressions /affichage extérieur :
219 % de plus que notre objectif
259 M

Impressions média :
390 % de plus que notre objectif
100 M

Articles dans les médias :
235 % de plus que notre objectif
269

Impressions télé :
La publicité télé a été diffusée juste avant l'Action de grâce et les Fêtes
42 M

Taux de clics sur les publications payées :
Objectif de la campagne : 2 % à 4 %
6,64 %

Taux d'engagement sur Facebook :
Référence de l'industrie : 5 %
9,26 %

Taux d'engagement sur Instagram :
Référence de l'industrie : 5 %
7,76 %

esa SERIES
ÉCHANGEURS D'AIR AGRICOLES

« Après l'installation de mes échangeurs d'air ESA, j'ai eu mes meilleurs résultats d'élevage. »

- Stéphane Forest
Ferme du Grand Orme

Les échangeurs d'air ESA-1000

- Diminuent les taux d'ammoniac et d'humidité dans vos bâtiments d'élevage
- Améliorent le bien-être de vos animaux
- Réduisent vos coûts de chauffage

Contactez nos experts en qualité d'air.
Ils sont là pour vous aider!
info@esair.ca | 1 (855) 573-2877 | esair.ca

205628

PEU D'INDICATEURS POSITIFS DANS LE DINDON

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

En 2019, la production canadienne de dindon a été de 165,3 Mkg éviscérés, en baisse de 1,7 % par rapport à 2018. Le Québec, deuxième province d'importance, a produit 34,8 Mkg, ce qui représente 21 % du total canadien. De leur côté, l'Ontario et la Colombie-Britannique, premier et troisième producteurs de dindon, ont produit respectivement 72,7 Mkg et 21,1 Mkg.

Le détail de l'abattage par catégorie, mais excluant les dindons adultes, montre que les deux principales provinces productrices élèvent plus de dindons lourds (oiseaux de plus de 9 kg en poids éviscérés, ou plus de 10,8 kg vif) que de dindons légers (oiseaux de moins de 9 kg). Près des deux tiers (63 %) des dindons élevés au Québec pesaient plus de 10,8 kg vif, une proportion plus élevée que l'année précédente, alors qu'ils représentaient 59 % de la production. Au niveau canadien, les dindons légers occupent une place plus importante puisqu'ils représentaient 43 % des abattages contre 57 % de dindons lourds. En 2018, cette proportion était de 45 % et 55 % respectivement.

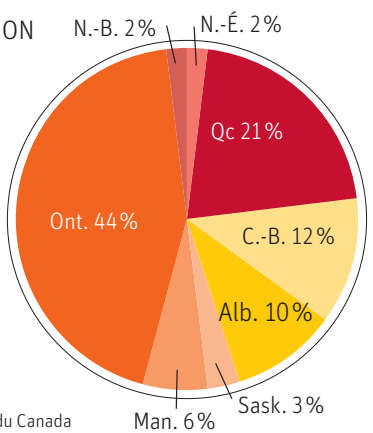
Les inventaires poursuivent leur baisse

Les inventaires canadiens de dindon compilés par Agriculture et Agroalimentaire (AAC) ont été très proches de la limite inférieure de la fourchette quinquennale (2014 à 2018), pendant une grande partie de l'année 2019. Les inventaires moyens ont été de 30,4 Mkg, une baisse de 8 % (-2,6 Mkg) par rapport à la moyenne de 2018 et de 7 % (-2,4 Mkg) par rapport à la moyenne 2014-2018.

Au 1er mars 2019, les inventaires s'élevaient à 25,1 Mkg, une augmentation de 6 % (1,5 Mkg) par rapport à la même date en 2019 et une baisse de 8 % (- 2,0 Mkg) par rapport à la moyenne 2015-2019. Ces inventaires des entrepôts frigorifiques au Canada sont constitués principalement de dindons entiers de moins de 9 kg pour 57 % des volumes, de dindon en morceaux (24 %) et de dindons entiers de plus de 9 kg (11 %).

Malgré le niveau plus faible des inventaires comparativement aux années précédentes, ils sont considérés élevés par rapport à la consommation canadienne de dindon. Selon les Éleveurs du dindon du Canada (EDC), le ratio des inventaires sur la disparition domestique (la consommation) devrait être inférieur à 25 %, mais les prévisions font état d'un ratio qui s'approcherait de 32 % à la fin de la période réglementaire 2019-2020, à la dernière semaine d'avril. C'est en grande partie sur cette base que les transformateurs primaires demandent une diminution de l'allocation pour la période 2020-2021.

PRODUCTION CANADIENNE DE DINDON PAR PROVINCE, 2019



Source : Les Éleveurs de dindon du Canada

	EN MILLIERS DE KG
Québec	34 764
Colombie-Britannique	20 142
Alberta	16 246
Saskatchewan	5 032
Manitoba	9 603
Ontario	72 686
Nouveau-Brunswick	3 313
Nouvelle-Écosse	3 486
Total	**165 274**

COVID-19 ET LE DINDON

Le marché des viandes, incluant celui du dindon, est bouleversé depuis la mi-mars par la pandémie de COVID-19. Les mesures de confinement et la fermeture des commerces et restaurants ont entraîné un changement majeur de la demande. Au niveau du dindon, c'est la demande de poitrine transformée en charcuterie qui est affectée par la fermeture des chaînes de restauration rapide comme Subway et Tim Hortons. Au moment de publier, il était encore trop tôt pour connaître l'impact de la pandémie sur la demande canadienne de dindon.

Importations stables

En 2019, les importations sous contingent tarifaire ont atteint un total de 5,5 Mkg, pour un taux d'utilisation du contingent de 98,6 %. Les importations étaient surtout constituées de parties désossées (69 %) et transformées (23 %) en provenance des États-Unis (84 %) et du Chili (14,8 %). Cette année, les importations entrent plus rapidement qu'en 2019. En effet, au cours des trois premiers mois de 2020, Affaires mondiales Canada a délivré des licences d'importation pour un total de 2,5 Mkg. C'est une hausse de 53,6 % par rapport à pareille date l'an dernier.

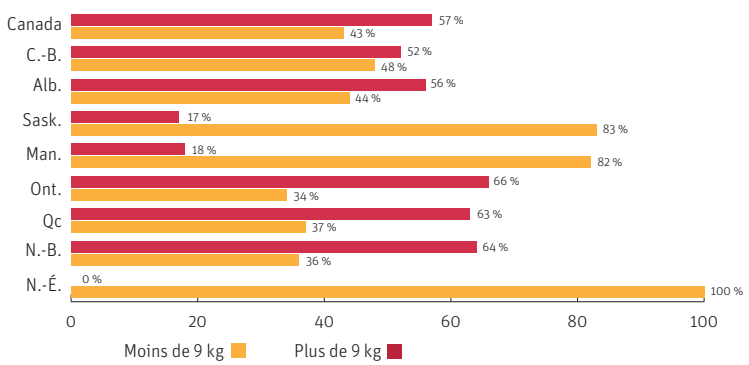
Conséquence du Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), les importations en provenance du Chili pourraient augmenter de 1,75 Mkg au cours de la période 2020-2021. Comme le Chili est le seul véritable exportateur potentiel vers le Canada et qu'il n'a pas encore ratifié l'accord, le secteur du dindon est pour l'instant épargné de la concurrence additionnelle qu'engendrera le PTPGP. Il semble d'ailleurs improbable que le Chili ratifie l'entente avant le début de la période 2020-2021 en raison de la situation politique conflictuelle qui prévaut dans ce pays sud-américain.

Ventes au détail

Au Canada, le volume des ventes de dindon en supermarché au cours des 52 semaines allant du 7 janvier 2019 au 5 janvier 2020 s'est établi à 50 Mkg. Ces ventes constituent pour ainsi dire les ventes totales de l'année 2019. Elles sont en baisse de 15 % (- 1,9 Mkg) par rapport à 2018. D'après ces données collectées par Nielsen, qui excluent les magasins spécialisés, les épiceries ethniques et les clubs-entrepôts comme Costco, les ventes ont diminué dans toutes les provinces. Au Québec, les ventes ont atteint 6,1 Mkg, soit une baisse de 6 % (- 0,4 Mkg) toujours par rapport aux semaines équivalentes de 2018. De son côté, le prix moyen par kilogramme a monté de 0,06 $/kg au pays et de 0,02 $/kg dans la Belle Province, pour s'établir à 2,26 $/kg et 2,64 $/kg respectivement.

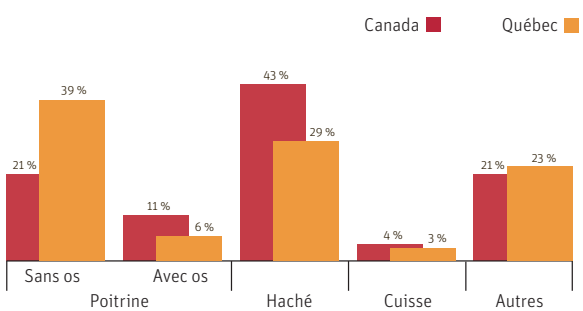
Un regard par catégorie à l'épicerie montre qu'une grande part du dindon est achetée entier : 78 % du total des ventes au Canada et 74 % au Québec. Les Québécois mangent moins de dindon entier que les Canadiens et parmi les catégories de dindon découpé, nous préférons la poitrine sans os (39 %), tandis que le dindon haché a la cote chez les Canadiens (43 %).

CANADA - LES ABATTAGES DE DINDONS LÉGERS ET LOURDS, 2019



Note : Excluant les dindons adultes (de réforme).
Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

ACHATS DE DINDON DÉCOUPÉ À L'ÉPICERIE, 2019



Source : Nielsen

LES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA

LES EDC FONT LE BILAN DE L'ANNÉE 2019 ET PRÉPARENT 2020

TEXTE CALVIN McBAIN, DÉLÉGUÉ DES EVQ AUPRÈS DES EDC

L'année 2019 a été occupée pour les Éleveurs de dindon du Canada et a apporté de nouveaux défis et obstacles pour l'organisation. Cela dit, un nombre important de dossiers ont avancé.

Les négociations commerciales ont continué de poser des défis au cours de la dernière année. L'impact de l'accord Canada-États Unis-Mexique (ACEUM), finalisé en 2019, commencera à se faire sentir à mesure que l'année 2020 avance. Les producteurs canadiens de dindons ressentiront, possiblement en 2021, l'impact de l'accès accordé au marché intérieur en vertu du Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

Cette campagne de marketing nationale pilotée sur cinq ans par les EDC et le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volaille (CCTOV) **vise à accroître la consommation globale de dindon** et à **sensibiliser les consommateurs sur cette viande.**

Depuis 2018, les EDC, en collaboration avec d'autres groupes de la filière avicole nationale, plaident au nom des éleveurs de dindons pour mitiger les impacts de ces négociations. Ce travail s'est poursuivi tout au long de 2019, bien qu'il fût mis en pause pour la campagne électorale fédérale. C'est en partie à cause des démarches entreprises à cet égard que les quatre principaux partis fédéraux ont pris deux engagements forts :

- des compensations justes et complètes aux producteurs qui ont subi des pertes liées à l'ouverture négociée des marchés lors de ces accords commerciaux ; et,
- un engagement contre toute nouvelle ouverture de marché sous gestion de l'offre lors de futures négociations.

Pour répondre à cette tendance et à d'autres tendances changeantes du marché, 2019 a été une bonne année pour redoubler nos efforts de marketing national des EDC, notamment avec la campagne « Think Turkey ™/Pensez Dindon ». Cette campagne de marketing nationale pilotée sur cinq ans par les EDC et le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volaille (CCTOV) vise à accroître la consommation globale de dindon et à sensibiliser les consommateurs sur cette viande. La campagne a été bien intégrée aux initiatives de promotion existantes des EDC et des conseils locaux. La campagne « Think Turkey™/Pensez Dindon » a été lancée le 1er mai 2019 et vous trouverez plus de détails sur son déploiement dans le rapport annuel des EDC. >

BOIRIEZ-VOUS DE L'EAU CONTAMINÉE ?
EUX NON PLUS.

POUR ACCROÎTRE LA SANTÉ ET LA PERFORMANCE DE VOS ÉLEVAGES, FAITES NETTOYER VOS CONDUITES D'EAU.

438 622-6971 | info@agrisum.ca |

Agrisum

206797

Gagner la confiance du consommateur est essentiel pour le développement du marché de dindon du Canada. Le *Programme de salubrité des aliments à la ferme* des EDC © et le *Programme de soin des troupeaux* des EDC continuent d'atteindre leurs objectifs et, grâce à des examens cohérents et réguliers, garantissent que les normes les plus élevées sont respectées pour que le dindon demeure une protéine compétitive.

En mars 2019, les EDC ont publié de nouveaux manuels de soutien pour les producteurs dans le cadre de programmes à la ferme. Le contenu des programmes a été amélioré. Les nouveaux manuels reflètent l'harmonisation de nos pratiques avec les codes en vigueur pour ce qui est du soin des animaux et de la manipulation des œufs à couver, des reproducteurs, des poulets et des dindons par le biais du processus du Cadre d'évaluation des soins aux animaux du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) et des révisions visant à renforcer les exigences en matière de biosécurité et de santé animale du PSAF des EDC. Les modifications mettent également en œuvre la stratégie d'utilisation des antimicrobiens (UAM) dans l'industrie du dindon, ainsi que les paramètres exigés pour qu'un rapport de chargement des oiseaux soit complété pour chaque lot.

L'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques des catégories II et III, suit son cours, et les EDC travaillent à sa pleine mise en œuvre en 2020.

Des modifications ont également été apportées en 2019 au cycle d'audit des programmes EDC à la ferme. Le nouveau cycle d'audit est de deux ans et comprend des audits complets et des audits d'examen de dossiers.

Les EDC ont travaillé en 2019 sur la mise en œuvre d'une stratégie sectorielle d'utilisation des antimicrobiens (UAM) pour répondre à l'attention mondiale accrue sur la résistance aux antibiotiques. L'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques des catégories II et III, qui sont des antibiotiques importants pour la médecine humaine, suit son cours, et les EDC travaillent à sa pleine mise en œuvre en 2020. Pour assurer le bien-être des oiseaux, il est toujours permis d'utiliser toutes les catégories d'antibiotiques pour le traitement incluant l'utilisation d'ionophores (antibiotiques de catégorie IV : non utilisés en médecine humaine) et de coccidiostatiques chimiques.

La révision de la politique nationale d'allocation de contingents commerciaux des EDC, commencée en 2017, s'est poursuivie tout au long de 2019. Lors de l'assemblée générale de novembre, le mandat du comité d'examen a été modifié et le nombre de membres élargi, tandis que les conseils provinciaux ont acquis une meilleure compréhension des besoins et des préoccupations des uns et des autres. Les EDC et tous les conseils provinciaux ont convenu d'aller de l'avant et de travailler activement à l'élaboration d'une nouvelle politique en 2020. Il s'agit d'un calendrier agressif ; un défi difficile, mais surmontable.

RÉUNIONS ET ÉVÉNEMENTS À VENIR

AGENDA

– AVRIL –

1	EVQ – Comité exécutif extraordinaire (vidéoconférence)
2	EVQ – Comité des éleveurs de dindons (conf. tél.)
3	AGA –Éleveurs de dindons de l'Ontario (London)
7	EVQ – Comité exécutif
14	PPC – Réunion sur l'allocation de la période A163 (conf. tél.)
15	EVQ – Réunions informatives, Montérégie, Cantons de l'Est et Rive-Nord (vidéoconférence) EVQ – Cellule de crise (vidéoconférence)
16	EVQ – Comité exécutif extraordinaire (conf. tél.) EVQ – Réunions informatives Mauricie–Centre-du-Québec et Est-du-Québec (vidéoconférence) EDC – Réunion des directeurs, gestionnaires et suppléants (vidéoconférence)
20	EVQ – Comité de négociation des prix et des approvisionnements du dindon (vidéoconférence) EVQ – Comité de négociation de la convention du poulet (vidéoconférence)
21	EVQ – Comité des éleveurs de dindons (vidéoconférence) EVQ – Comité de négociation de la convention du poulet (vidéoconférence) EVQ – Cellule de crise (vidéoconférence)
22	EVQ – Comité de production du poulet (vidéoconférence) EVQ – Comité de réglementation du poulet (vidéoconférence) AGA – Terre-Neuve-et-Labrador
23	EVQ – Conseil d'administration (vidéoconférence)
24	UPA – Table des présidents et des directeurs des groupes spécialisés (vidéoconférence)
27	EVQ – Comité des approvisionnements exceptionnels - période A165 (conf. tél.)
28	PPC – Allocation pour la période A164 (conf. tél.)
30	AGA – Île-du-Prince-Édouard AGA – Les Éleveurs de dindons du Nouveau-Brunswick

– MAI –

5	EVQ – Comité exécutif
12	EVQ – Conseil d'administration
18	Journée nationale des patriotes (congé férié)
20 –21	UPA – Conseil général
22	EVQ – Comité de la convention - Conditions de marché A165 et A166
26	EVQ – Présentation des besoins aux PPC
28	EVQ – Comité des éleveurs de dindons

– JUIN –

8 –10	UPA – Conseil exécutif de la Confédération
9	EVQ – Comité exécutif
11	UPA – Table des secrétaires des groupes spécialisés
12	EQCMA – Conseil d'administration
15	EVQ – Conseil d'administration
16 –18	EDC – 262e réunion
19	EVQ – Comité des approvisionnements exceptionnels - période A166
23	EVQ – Comité des éleveurs de dindons
24	Journée nationale du Québec (congé férié)

BABILLARD

Arrivées de

Les EVQ ont eu le plaisir d'accueillir dans leurs rangs depuis l'année dernière les personnes suivantes :

Christopher Pierce

Christopher Pierce est technicien aux opérations depuis le 4 février 2019. Christopher complète actuellement son BAC en sciences comptables et cumule également différentes expériences en administration et en comptabilité.

Sandra Pedro

Sandra Pedro a commencé ses fonctions de technicienne aux opérations le 29 avril 2019. Sandra est titulaire d'un BAC en enseignement au secondaire et d'une attestation en comptabilité et cumule dix-sept d'années d'expérience à titre, en autres, d'adjointe principale aux finances pour l'Institut des statistiques de l'UNESCO.

Gabriel Chouinard

Gabriel Chouinard a obtenu un poste temporaire d'une durée de 12 mois comme technicien aux opérations. Gabriel a débuté le 19 septembre dernier.

Hakima Saidi

Hakima Saidi a joint l'équipe des transferts le 15 octobre dernier. Elle détient un baccalauréat en économie, « Gestion des entreprises », et possède une grande expertise en analyse de dossiers.

Giovanni Gonzalez

Giovanni Gonzalez a joint l'équipe Audits et programmes en tant qu'auditeur. Il possède à son actif plusieurs années d'expérience en tant qu'inspecteur en contrôle de la qualité dans le domaine végétal. Il a débuté avec nous le 7 octobre dernier.

Sarah Joly-Simard

Sarah Joly-Simard a commencé ses fonctions d'agente de recherche économique le 15 octobre. Elle est titulaire d'un baccalauréat et d'une maîtrise en économie ainsi qu'un DEC en technique de santé animale.

Éric Niyitegeka

Éric Niyitegeka a débuté le 21 octobre dernier à titre d'analyste d'affaires dans l'équipe Administration, finances et TI. Il possède un baccalauréat en informatique et une expertise diversifiée en analyse de systèmes et en support applicatif.

Nous leur souhaitons la bienvenue au sein des EVQ.
Leurs expertises seront des ajouts importants dans toutes nos équipes!

Naissance

Notre collègue Sabrina Plourde de l'équipe des opérations a donné naissance le 9 janvier d'un petit garçon prénommé Louka! Le retour de Sabrina est prévu pour la mi-octobre 2020.

Toutes nos félicitations aux parents!

Retraite

Chantal Fortin a quitté les EVQ le 17 janvier dernier pour une retraite bien méritée. Elle était à l'emploi des EVQ depuis le 21 mai 1991. Au cours de sa longue carrière aux EVQ (29 ans!), Chantal a occupé les postes de coordonnatrice au contingentement, d'adjointe à la Direction réglementation et vérification et plus récemment de conseillère senior aux affaires réglementaires. Elle a coordonné avec rigueur les activités de surveillance et l'application des règlements de production, conventions de mise en marché et programmes. Elle était aussi responsable du contrôle de la qualité et des échéances des activités de suivi de la production. Elle participait également au développement de normes, procédures et règlements.

Chantal était reconnue pour sa passion pour son travail, sa rigueur, son professionnalisme, sa détermination et son dévouement.

Nous remercions Chantal pour sa contribution au sein des Éleveurs de volailles du Québec et nous lui souhaitons la meilleure des chances dans cette nouvelle étape de sa vie!

La force de la filière avicole

→ PRODUCTEURS D'ŒUFS D'INCUBATION
→ COUVOIRIERS → ÉLEVEURS → MEUNIERS
→ TRANSFORMATEURS → SURTRANSFORMATEURS
→ DÉTAILLANTS → RESTAURATEURS
→ CONSOMMATEURS

Les Éleveurs de volailles
du Québec

NOTES ET CONSEILS

Cette recette est vite faite. Elle vous permettra aussi d'avoir des surplus pour un repas de midi ou du soir pendant la semaine.

GRATIN DE MACARONI AU DINDON

PORTIONS : 8 - **TEMPS DE PRÉPARATION :** 15 MIN - **TEMPS DE CUISSON :** 30 MIN

Ingrédients

- 675 g (1 ½ lb) de dindon du Québec haché, cru
- 1 oignon, coupé en dés
- 3 gousses d'ail, émincées
- 1,25 ml (¼ c. à thé) de paprika
- 1,25 ml (¼ c. à thé) de chili en poudre
- 2,5 ml (½ c. à thé) CHACUN de basilic et origan séché
- 250 ml (1 tasse) d'eau ou de bouillon
- 1 boîte de 796 ml/ 28 oz de tomates en dés natures ou grillées sur le feu
- 1 boîte de 532 ml /18 oz de sauce tomate régulière ou marinara du commerce
- 5 ml (1 c. à thé) de piment fort concassé
- 30 ml (2 c. à soupe) de sirop d'érable
- 1,5 l (6 tasses) de macaronis, cuits (1 boîte de 454 g cru)
- 250 ml (1 tasse) de mozzarella, râpé

Étapes

1. Dans une grande casserole, faire cuire l'oignon et laisser ramollir, de 2 à 3 minutes. Ajouter l'ail, les épices et les fines herbes et laisser cuire une minute de plus.
2. Ajouter le dindon haché et faire cuire, à feu moyen, environ 10 minutes.
3. Verser le bouillon, les tomates en dés et la sauce tomate. Porter à ébullition et incorporer le piment fort et le sirop d'érable.
4. Préchauffer le four à « broil ».
5. Baisser le feu et laisser mijoter à découvert 10 minutes.

6. Incorporer les macaronis et bien mélanger.
7. Mettre le mélange dans des récipients individuels allant au four (des cassolettes) ou dans une grande cocotte et parsemer uniformément de fromage.
8. Mettre au four et faire griller jusqu'à ce que le fromage ait fondu et commence à dorer, soit environ 5 minutes.

NOTES ET CONSEILS

Cette salade est à base de bacon, de laitue et de sandwich aux tomates préférées. Elle est aussi très appétissante puisqu'elle ressemble et goûte un peu comme une salade César et a une très faible teneur en lipides comparativement à beaucoup d'autres variantes.

SALADE BLT AU POULET AVEC VINAIGRETTE À LA CRÈME SURE

Un peu de paprika !

PORTIONS : 8 - **TEMPS DE PRÉPARATION :** 30 MIN - **TEMPS DE CUISSON :** 20 MIN

Ingrédients

- 454 g (1 lb) de demi-poitrines de poulet désossées sans peau
- 4 tranches de bacon
- 2 tranches de pain de blé entier
- 60 ml (1/4 tasse) d'échalotes, émincées
- 15 ml (1 c. à soupe) d'huile d'olive
- 125 ml (1/2 tasse) de crème sure légère
- 125 ml (1/2 tasse) de yogourt nature, 1 - 2 % m.g.
- 30 ml (2 c. à soupe) de jus de citron
- 30 ml (2 c. à soupe) de vinaigre de cidre
- 1 gousse d'ail, émincée
- 5 ml (1 c. à thé) de moutarde de Dijon
- 2,5 ml (1/2 c. à thé) de sucre
- 5 ml (1 c. à thé) de paprika
- 5 ml (1 c. à thé) de basilic, séché
- 1,25 ml (1/4 c. à thé) de sel
- 1,25 ml (1/4 c. à thé) de poivre
- 3 L (12 tasses) de laitue romaine, déchiquetée
- 500 ml (2 tasses) de tomates cerise, coupées en deux
- 250 ml (1 tasse) de fromage mozzarella, partiellement écrémé, 16,5 % m.g., râpé

Cette recette est une gracieuseté des Producteurs de poulet du Canada et a été conçue par Nancy Guppy, RD, MHSc.

Étapes

1. Faire cuire le bacon à feu moyen dans une poêle antiadhésive jusqu'à ce qu'il dore des deux côtés - environ 6 à 8 minutes. Transférer le bacon dans une assiette recouverte de papier absorbant et laisser refroidir. Coupez-le en morceaux.
2. Vider et enlever presque 15 ml (1 c. à soupe) de gras de bacon de la poêle. Couper la demi-poitrine de poulet en lanières et la faire sauter dans une casserole jusqu'à ce qu'elle devienne légèrement dorée et bien cuite. Réserver.
3. Couper le pain en cubes de 2,5 cm (1 po). Faire chauffer 15 ml (1 c. à soupe) d'huile d'olive dans une poêle à feu moyen. Ajouter le pain et les échalotes dans la casserole et préparer, en remuant, pendant 5 à 7 minutes jusqu'à ce qu'il devienne légèrement doré.
4. Mélanger la crème sure, le yogourt, le jus de citron, le vinaigre de cidre, l'ail, la moutarde, le sucre, le paprika, le basilic, le sel et le poivre pour faire la vinaigrette. Le moyen rapide pour le faire est de secouer ensemble ces ingrédients dans un bocal avec couvercle, ou même dans un récipient en plastique réutilisable ayant un couvercle.
5. Mettre la laitue et les tomates cerise dans un grand saladier de même que le bacon, les cubes de pain et les échalotes. Ajouter la vinaigrette et tourner. Puis incorporer les lanières de poulet cuit et le fromage mozzarella râpé et tourner une fois de plus. Servir immédiatement.

VERSION PAPIER

Le magazine *NouvAiles* est publié quatre fois par année.

Le magazine *NouvAiles* est envoyé gratuitement par la poste aux éleveurs de volailles du Québec ainsi qu'aux partenaires de la filière avicole.

Pour tout changement de coordonnées, écrire à **volailles@upa.qc.ca**.

Pour des exemplaires supplémentaires ou pour toute autre personne désirant recevoir le magazine papier, contacter *La Terre de chez nous :*
Tél. : 1 800 528-3773
Courriel : abonnement@laterre.ca
Tarifs d'abonnement : Un an : 20 $; deux ans : 30 $; trois ans : 40 $

VERSION ÉLECTRONIQUE

Le magazine est également disponible en ligne sur le site Web des Éleveurs de volailles du Québec, dans la section *Publications*. Visitez le **www.volaillesduquebec.qc.ca**.

NOUVAiles ÉDITION EXPRESS

Le bulletin *NouvAiles Express* est publié par les Éleveurs de volailles du Québec.

Pour vous inscrire au bulletin ou pour tout changement d'adresse courriel, veuillez écrire à **volailles@upa.qc.ca**.

ÉCRIVEZ-NOUS!

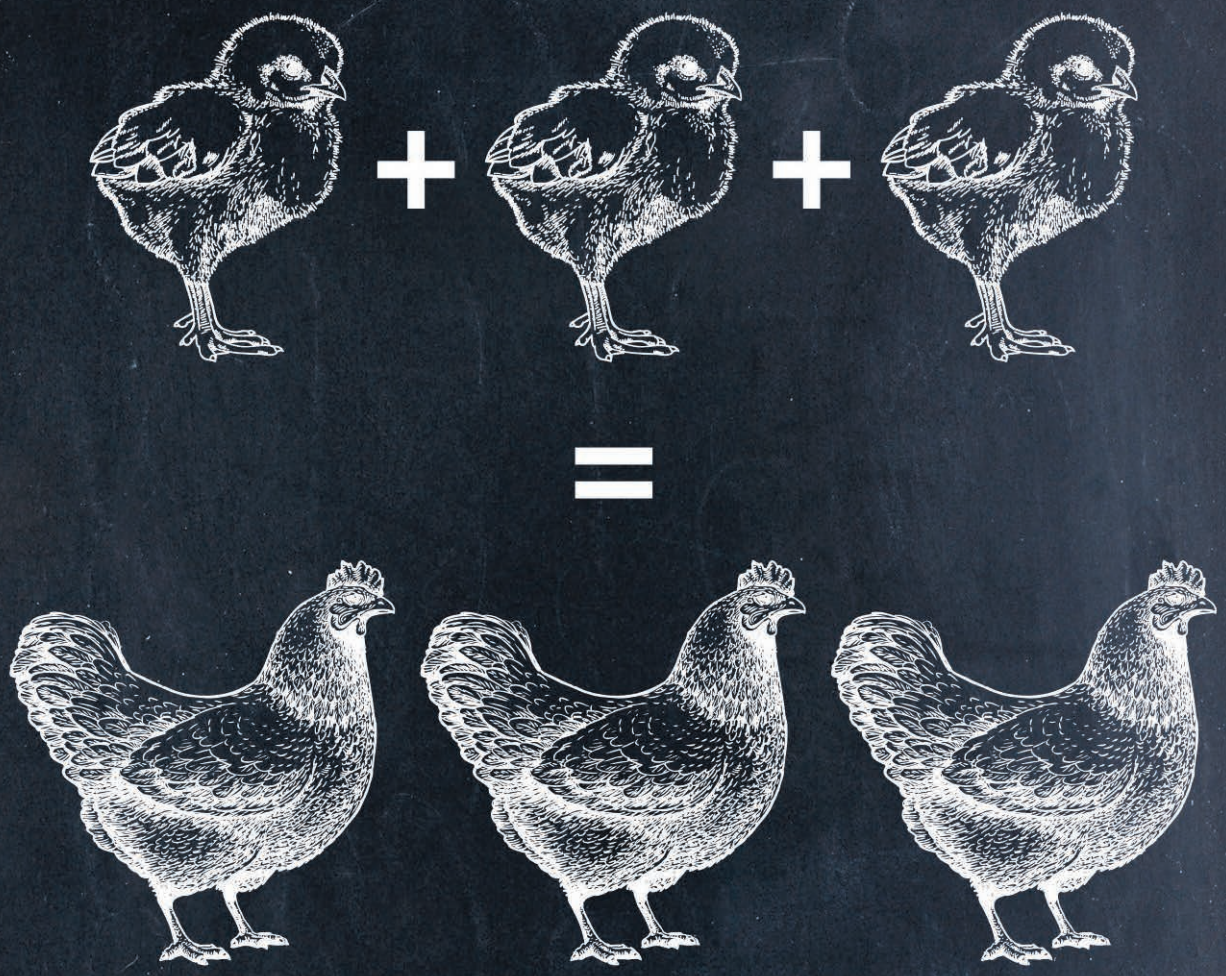
Vous avez des commentaires, des suggestions d'articles, de reportages, des questions? N'hésitez pas à nous écrire à **volailles@upa.qc.ca**.
C'est votre magazine!

VOUS AIMERIEZ QUE VOTRE FERME FASSE L'OBJET D'UN REPORTAGE ?

VOUS AIMERIEZ EN SAVOIR PLUS SUR UN SUJET PARTICULIER ?

N'hésitez pas et contactez-nous à
volailles@upa.qc.ca

C'est votre magazine!



C'EST TOUT À FAIT LOGIQUE!

Le calcul est simple! Que vous éleviez 4 000 poussins ou 4 millions, Victrio® est un produit sans agent de conservation ni antibiotique qui vous permet de stimuler le système immunitaire de vos poussins et de les aider à lutter contre *E. coli*. Administré *in ovo* au couvoir, Victrio réduit significativement la mortalité après l'éclosion causée par *E. coli* et soutient vos objectifs de production d'élevage sans antibiotique.

Demandez Victrio à votre couvoir. Pour en savoir plus, visitez victriofr.ca.

BAYER | Victrio®

© 2020, Bayer Inc., Mississauga (Ontario) L4W 5R6, Canada
® MC voir www.bayer.ca/tm-mc
207321