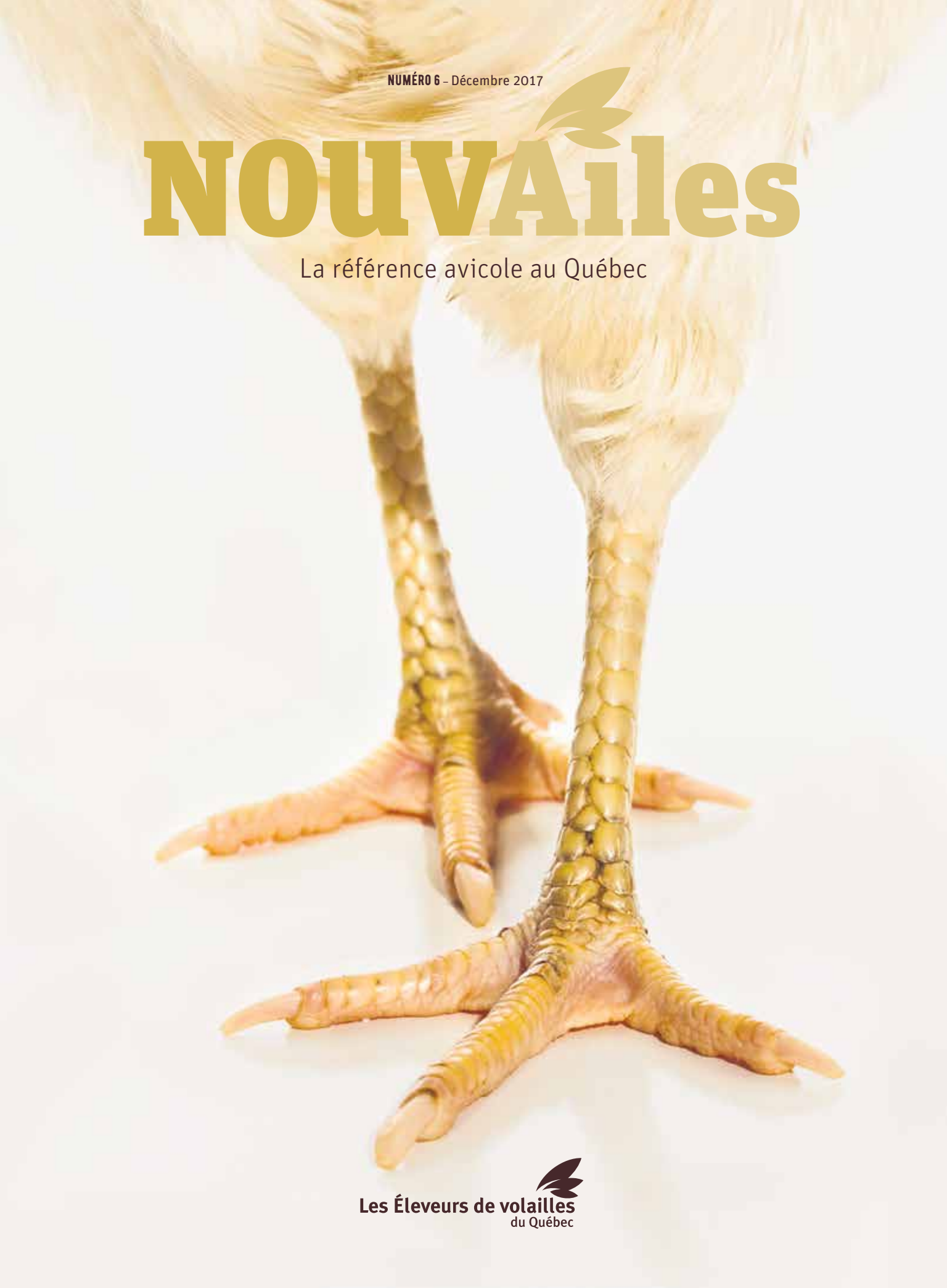
NUMÉRO 6 – Décembre 2017

NOUVAiles

La référence avicole au Québec



Les Éleveurs de volailles du Québec

PARTENAIRES DE LA TERRE AUX AFFAIRES

Pour assurer la bonne croissance de vos poussins, votre expert-conseil travaille avec vous pour optimiser la conversion alimentaire et atteindre vos objectifs de rentabilité jour après jour.

Ensemble pour construire l'avenir.

La Coop

lacoop.coop

194097

NUMÉRO 6 – Décembre 2017

SOMMAIRE

Mot du conseil d'administration **6**
Éditorial **8**
Politique : ALÉNA **10**
Commerce international **14**
Actualité : innovations avicoles **20**
Philanthropie **24**
Reportage à la ferme : La famille Villeneuve **28**
Marketing poulet **34**
Rapport économique : Poulet **42**
Rapport des PPC **44**
Reportage à la ferme : étudiants ITHQ **50**
Reportage à la ferme : Les Volailles d'Angèle **54**
Rapport des ÉDC **63**
Marketing dindon **66**
Stratégie bien-être animal **73**
Nouveaux produits Butterball **76**
Rapport économique : Dindon **80**
Recettes **82**
Hommage à Pierre Fréchette **86**
Agenda et babillard **89**

NOUVAÎles

L'ÉQUIPE

Rédaction en chef
Lizianne Fortier, directrice du marketing et des communications
lfortier@upa.qc.ca

Chloé Lefebvre, conseillère aux communications
chloelefebvre@upa.qc.ca

Marylène Jutras, agente de communication
mjutras@upa.qc.ca

Collaborateurs pour ce numéro
Suzanne Duquette

Équipe des ÉVQ : Direction, Affaires économiques et Direction, Marketing et communications

Conception graphique et réalisation
TCN Studio

Directrice de production
Brigit Bujnowski

Conceptrice graphique
Judith Boivin-Robert

Infographistes
Céline Dupras
Geneviève Gay
Nancy Litjens

Photo de la couverture
iStock

Photographe
Marie-Michèle Trudeau
(p. 3, 6, 24, 28-33, 36, 50-53, 55, 56-62)

PUBLICITÉ
450 679-8483 / 1 800 528-3773

Directeur des ventes
Pierre Leroux
pleroux@laterre.ca / poste 7290

Représentants
Sylvain Joubert
sjoubert@laterre.ca / poste 7272

Marc Mancini
marcmancini@laterre.ca / poste 7264

Daniel Lamoureux
ads@laterre.ca / poste 7275

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
TC Imprimeries/Ross-Ellis

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 fibres recyclées postconsommation.

FSC www.fsc.org 100% From well-managed forests FSC® C000000

EDGE

NOUVELLE GÉNÉRATION DE CONTRÔLEURS

Fabriqué au Québec

Nouvelles sondes del

AP | Cumberland

★★★★★

UN INCONTOURNABLE POUR LES PRODUCTEURS QUI EXIGENT L'EXCELLENCE

Plat HI-LO

Maximisez votre rendement grâce au plateau extensible qui s'adapte selon la taille de vos oiseaux (2" à 3.5")

LUBING

Optimisez la croissance de vos volailles et maintenez la qualité de votre litière

OptiGROW

LEAD'AIR

Récupérez votre chaleur baissez votre humidité tout en améliorant l'environnement du bâtiment

Le Roy LLC

191120

EML
ÉQUIPEMENTS DE FERME

500, rue Principale, Ange-Gardien (Québec) J0E 1E0

450 293-1444 • 1 888 450-1444

www.equipementeml.com

Gamme complète de produits pour volailles

LABOURER, SEMER ET RÉCOLTER

Beaucoup d'entre vous, chers lecteurs du *NouvAiles*, éleveurs de volailles, tout comme nous, membres du conseil d'administration, partageons une même culture, un même héritage, une même passion pour notre métier quotidien d'aviculteur. Nous avons le sens du travail, de l'effort, du mérite. Nous travaillons fort pour nos entreprises, pour nos fermes, pour ceux que nous chérissons et qui, un jour, prendront notre relève.

Nous, gens de la terre, savons mieux que quiconque l'importance de l'entraide et de la solidarité pour donner vie à nos projets, qu'ils soient personnels, professionnels ou collectifs. Mais la solidarité n'est jamais acquise. Elle se tisse patiemment au fil de la confiance et de la transparence dont les partenaires doivent savoir faire preuve.

L'année 2017 a été mobilisatrice pour nous, éleveurs. Les nombreuses réunions formelles et informelles tenues entre producteurs aux quatre coins de la province nous ont permis de déterminer les balises qui permettront de construire ensemble un avenir qui nous ressemble.

Oui, certains projets demandent plus de temps et d'efforts avant de prendre complètement forme dans notre réalité quotidienne. Le projet du *Règlement* et les travaux sur la *Convention de mise en marché* en font certainement partie. À titre de membres du conseil, nous avons tous consacré plusieurs heures de notre temps, pendant des mois, à concevoir et à développer des projets qui encourageront la transparence et l'équité pour notre secteur et feront en sorte que les éleveurs pourront faire croître tous les marchés.

À travers de tels projets porteurs, nous souhaitons renforcer la filière de l'industrie avicole. Nous avons le souhait de créer une chaîne définie, coordonnée, durable et collaborative au sein de laquelle les producteurs répondent à une demande spécifique des consommateurs en procurant une valeur ajoutée à chaque maillon. Nous sommes partie intégrante de cette chaîne et nous jouons un rôle central dans le développement et la prospérité de notre secteur agricole.

La confiance est l'un des ingrédients essentiels du succès de notre chaîne de valeur qui nous permet de récolter le plein potentiel de notre travail. Les producteurs doivent faire confiance aux acheteurs et les acheteurs doivent faire de même à l'égard des producteurs. En fait, tous les acteurs d'une chaîne de valeur doivent se faire mutuellement confiance, qu'il s'agisse de consommateurs, de restaurateurs, de gouvernements, d'organisations de producteurs ou de financiers. Nous arrivons justement au temps de l'aboutissement des projets de *Règlement* et de la *Convention*. La Régie devra rendre sous peu ses décisions.

En tant qu'agriculteurs, nous savons que pour récolter, il faut du temps, de la sueur et du travail. Ça fait partie de notre ADN. Il faut labourer, préparer le terrain, semer, arroser, s'ajuster, pour que nous puissions enfin récolter le fruit de nos efforts.

Nous profitons de cette occasion pour remercier les éleveurs de volailles de chacune des régions d'avoir fait de nous les voix officielles au conseil d'administration afin de défendre leurs intérêts.

Le conseil d'administration des Éleveurs
de volailles du Québec
Pierre-Luc Leblanc, administrateur
Louis-Philippe Rouleau, administrateur
Stéphane Veilleux, administrateur
Lise St-Georges, administratrice
Mario Bérard, administrateur
François Cloutier, administrateur
Yvan Ferron, administrateur
René Gélinas, administrateur
Daniel Husereau, administrateur
Martin Lemieux, administrateur
Alain Talbot, administrateur

ŁUMIÈRE SUR *le partage*

Depuis le commencement du projet NouvAiles, je dois avouer que chaque numéro est toujours mon préféré! Pas très objectif me direz-vous? Certes! Mais, ce qui rend ce projet intéressant et ce métier précieux, à mes yeux, c'est de constater le pouvoir et la force du partage. Plus on partage, plus on possède.

Chaque nouveau numéro, quand nous débutons et que nous nous retrouvons devant une page blanche, c'est toujours un moment angoissant, mais surtout stimulant et créatif ! En équipe, nous proposons des sujets, des idées, des projets de recherche, des gens inspirants à découvrir, etc. À tous les coups, nous constatons, lors de nos appels, de nos rencontres et de nos séances de photos, le désir de tous de partager leurs histoires de famille, leurs accomplissements professionnels et personnels, leurs bons coups et leurs échecs.

Chaque histoire et chaque contenu sont riches et porteurs de futures idées qui, je l'espère, vous inspirent, vous font vous questionner sur comment appliquer ces apprentissages dans votre entreprise et vous encouragent à vous dépasser. L'innovation dans le secteur agricole est un immense facteur de croissance. Pour cette raison, le partage des idées et du savoir constitue certainement la force d'une communauté comme la nôtre. Le monde du partage, c'est bien mieux que le partage du monde.

Ce qui me rend fière, particulièrement dans ce numéro, c'est… une avicultrice, Isabelle Foisy, qui accepte notre projet ambitieux d'enseigner à des futurs chefs cuisiniers nos techniques d'élevage; une jeune famille dynamique, les Villeneuve, qui a débuté récemment à élever des poulets et qui a même changé de province pour se créer un avenir meilleur; des jeunes adultes comme Meggie et Adam qui ont soif d'apprendre et de vivre de l'agriculture; Angèle et sa famille qui créent de nouveaux produits mensuellement et qui partagent leur savoir-faire aux consommateurs intéressés à en savoir plus; sans oublier les nouveaux projets stimulants, en communication marketing, avec de nouveaux collaborateurs avec lesquels nous repoussons toujours un plus loin les limites pour laisser place à des idées novatrices et porteuses pour le poulet et le dindon du Québec!

La fierté qui m'habite découle plus spécifiquement de la bonté des aviculteurs du Québec de redonner à leur communauté et surtout à ceux qui sont dans le besoin en offrant plus de 22 000 $ en dons de poulet à travers la province. Merci aux syndicats régionaux et à tous les éleveurs de volailles du Québec de soutenir ce projet de philanthropie auprès des banques alimentaires pour ainsi partager les produits de notre ferme à la table de tous.

Lizianne Fortier
Directrice du marketing et des communications
aux Éleveurs de volailles du Québec

L'ALÉNA : *pas fini !*

TEXTE JOHN PARISELLA

Depuis son élection l'an dernier, le président des États-Unis Donald Trump remet en question les politiques américaines liées au commerce international et les traités de libre-échange tels que le Partenariat transpacifique (PTP) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA). D'emblée, il s'est retiré du PTP.

Quant à l'ALÉNA, la première rencontre entre le premier ministre Justin Trudeau et le président Trump a témoigné du fait que les États-Unis s'inquiètent plus du déficit commercial avec le Mexique que de celui avec le Canada. Les trois pays ont toutefois convenu qu'une renégociation de l'entente de 1993 était due, à la suite d'une demande de Washington.

Ce qui provoque l'impasse dans les négociations est, entre autres, les demandes des Américains concernant l'élimination sur 10 ans de la gestion de l'offre, ainsi que leurs demandes sur les mécanismes internationaux pour régler les différends entre les trois pays (le chapitre 19 de l'ALÉNA). Pour le Canada, ces exigences sont parmi les impératifs pour garder l'ALÉNA viable.

À la suite de la présumée demande des négociateurs américains d'abolir le système de la gestion de l'offre dans son ensemble, un climat d'inquiétude s'installe progressivement. Avec le durcissement de la position des Américains sur certains enjeux clés pour les autres partenaires, force est de constater qu'une nouvelle entente à court terme est impossible. La fin des négociations était d'ailleurs prévue au moment de la publication de ce texte, mais elles ont été prolongées jusqu'au printemps 2018.

L'élimination de la gestion de l'offre toucherait directement les 826 membres des Éleveurs de volailles du Québec, qui sont représentés à la table de négociation par les membres de la Coalition GO5 (spécifiquement pour la volaille, représentée par Pierre-Luc Leblanc et Guillaume Côté), ainsi que par les offices nationaux PPC et ÉDC afin de défendre les intérêts de l'industrie.

À la suite de la présumée **demande des négociateurs américains d'abolir le système de la gestion de l'offre** dans son ensemble, un climat d'inquiétude s'installe progressivement.

La gestion de l'offre permet aux producteurs canadiens de tirer un prix équitable directement de leur marché et de gérer collectivement et rigoureusement leurs productions afin d'assurer la rentabilité et la durabilité des pratiques agricoles concernées.

Le litige sur la gestion de l'offre prend toute son importance du fait que la position des États-Unis ne concorde pas avec la réalité commerciale qui favorise le secteur agricole américain. Notre consommation dans le secteur de la viande de volaille et des œufs a vu une augmentation marquée de nos importations des États-Unis. ›

Nos voisins américains ont beau qualifier notre gestion de l'offre comme une intervention déloyale de l'État, on constate néanmoins que la politique agricole américaine distribue 100 milliards $USD par année à son secteur. Cette pratique facilite la création de mégafermes orientées vers le marché de l'exportation. Finalement, malgré toutes leurs protestations, les Américains doivent reconnaître que le marché canadien importe plus que le marché américain.

Soulignons que le Canada demeure le premier pays d'exportation pour 35 États américains et ce sont 14 millions d'emplois aux États-Unis qui sont reliés à l'ALÉNA. Certains membres influents du Congrès de part et d'autre des deux grands partis, des États qui font partie de la coalition Trump, des associations comme la Chambre de commerce des États-Unis et d'autres provenant des secteurs clés de l'économie américaine souhaitent un règlement et non un échec. Davantage de supporteurs et d'arguments se rangent du côté de la poursuite des négociations plutôt que l'inverse. Toutefois, si les Américains, sous l'impulsion de Trump, donnent le préavis prévu dans l'ALÉNA pour se retirer d'ici six mois, on ne doit pas paniquer. Les actions de Trump, à savoir s'il dispose de l'autorité légale de suspendre unilatéralement l'ALÉNA, pourraient être remises en cause par le Congrès américain, qui a le rôle constitutionnel de réguler le commerce.

Un retrait par les Américains signifierait que l'entente Canada–É.-U. de 1988 continuerait de s'appliquer et que l'ALÉNA resterait en vigueur pour le Canada et le Mexique. Je concède qu'un tel développement n'est pas souhaitable, mais cela indique que tout n'est pas fini pour l'ALÉNA.

John Parisella, rédacteur invité

UNE ÉQUIPE ENGAGÉE, COMPÉTENTE ET ACCESSIBLE!

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

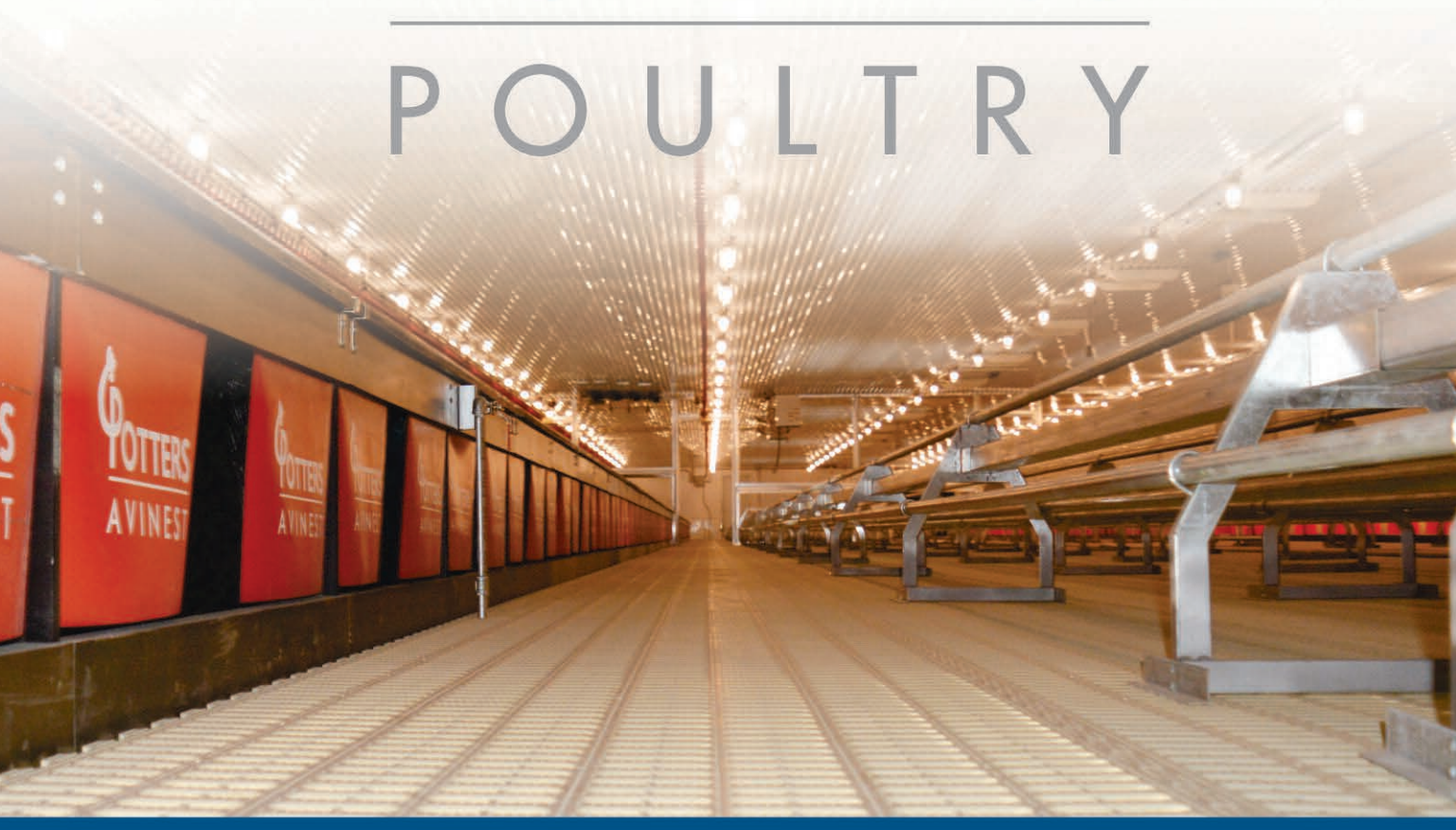
Cash@comax.qc.ca
1 800 363-1005

Comptoir Agricole de St-Hyacinthe

191268

POTTERS

POULTRY



Communiquez avec nous afin de trouver votre représentant local.

JOLCO ÉQUIPEMENTS
DEPUIS - 1960 - SINCE

VENTEC

LES ÉQUIPEMENTS DUSSAULT 2014

LBJ FARM EQUIPMENT

Membres du Groupe Jolco / Jolco Group members

1 800 361-1003

jolco.ca | ventec.ca | equipementsdussault.com

Suivez-nous sur Facebook

189981

OMC

UN CHANGEMENT DE DISCOURS, MAIS PAS D'ENTENTE MAJEURE À L'HORIZON

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Le Forum public de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) s'est tenu à la fin du mois de septembre, en prévision de la Conférence ministérielle de Buenos Aires du 11 au 14 décembre 2017. Lors du Forum public, des représentants fédéraux et provinciaux des productions sous gestion de l'offre ont assisté à une série de conférences sur le commerce et ont rencontré des délégations de différents pays.

Ces démarches ont permis à l'organisation GO5 d'en apprendre davantage sur les discussions en cours en vue de réduire les barrières au commerce mondial en agriculture. À cet effet, il est pertinent de rappeler que les conférences ministérielles bisannuelles sont généralement l'occasion, pour les membres de l'OMC, de conclure des accords visant à libéraliser les marchés et à harmoniser les règles commerciales. Les deux dernières conférences ministérielles ont d'ailleurs engendré des accords relatifs à l'agriculture. Alors qu'en 2013, à Bali, les pays membres s'étaient, entre autres, entendus sur la question de l'utilisation d'inventaires publics pour favoriser la sécurité alimentaire, l'entente de Nairobi, en 2015, portait sur la réduction des subventions à l'exportation.

Les discours tenus par les panélistes de la conférence d'ouverture du Forum public détonnaient de celui tenu historiquement par l'OMC. Christine Lagarde, présidente du Fonds monétaire international (FMI), et Paul Krugman, récipiendaire du prix Nobel d'économie en 2008, s'entendaient tous deux pour dire que les économistes ont négligé les conséquences négatives des accords de libre-échange au cours des dernières décennies. Ils reconnaissent aujourd'hui que les dividendes du libre-échange ne sont pas distribués équitablement entre les groupes sociaux, que les inégalités économiques des pays ont été exacerbées par la mondialisation et que des infrastructures sont requises pour que les impacts des échanges soient positifs pour un plus grand nombre de personnes. Dans leurs discours respectifs, Mme Lagarde et M. Krugman ont souligné l'importance des institutions pour encadrer le commerce ainsi que des investissements en éducation. Ils ont aussi précisé que les prix des biens et services devraient refléter les externalités sociales et environnementales qu'ils engendrent. Alors que plusieurs porte-étendards de l'OMC ont vanté les mérites inconditionnels du libre-marché mondial et de la déréglementation pendant de nombreuses années, les plaidoyers des panélistes – invités par l'OMC – en faveur d'un commerce plus modéré et inclusif se sont avérés rafraîchissants et réfléchis. >

En plus d'assister à diverses conférences sur le commerce international, la délégation de GO5 a rencontré, en marge du Forum public, les ambassadeurs auprès de l'OMC et les délégations de plusieurs pays. Les groupes rencontrés considèrent qu'il n'y a actuellement pas d'appétit pour un accord visant à réduire les tarifs sur les produits agricoles ou à augmenter l'ouverture au marché de certains pays. À la lumière de ces informations, il est donc peu probable que des répercussions négatives pour la gestion de l'offre découlent de la Conférence ministérielle de décembre. En fait, les sujets les plus susceptibles de faire l'objet d'un accord entre les pays de l'OMC cette année sont – selon les intervenants rencontrés – l'élimination des subventions aux pêches illégales, l'augmentation de la transparence des exportations de produits agricoles, l'utilisation d'inventaires publics à des fins de sécurité alimentaire dans les pays en développement et la diminution du niveau général des subventions à l'agriculture. Puisque le niveau des subventions visées par les discussions est relativement faible au Canada, la conclusion d'une entente à ce sujet présente peu de risque pour l'agriculture québécoise.

En somme, les intervenants rencontrés considèrent que les chances qu'une entente d'importance soit conclue à Buenos Aires sont faibles. Alors que les pays sud-américains, l'Union européenne et le Groupe de Cairns aimeraient beaucoup en venir à une entente, il semble que les États-Unis soient complètement désengagés des discussions et que l'Inde et la Chine soient peu enclines à négocier. Les échos qui émanent de l'OMC suggèrent donc qu'il est peu probable qu'une fronde contre la gestion de l'offre provienne de l'OMC cet hiver. La renégociation de l'ALÉNA et la reprise des discussions à l'égard d'un PTP à onze pays représentent des menaces plus tangibles pour le maintien intégral de la gestion de l'offre que la Conférence ministérielle de Buenos Aires.

PTP : UNE ENTENTE POSSIBLE SANS LES ÉTATS-UNIS ?

Il y a du nouveau dans le dossier du Partenariat transpacifique (PTP). Alors que cet accord multilatéral de libre-échange ne semblait plus une menace pour la gestion de l'offre canadienne à la suite du désengagement des États-Unis en janvier 2017, les onze autres pays partenaires sont aujourd'hui disposés à reprendre les discussions sans la partie américaine. En fait, des rencontres se sont tenues cet automne entre les pays partenaires afin de discuter de la possibilité de conclure l'accord malgré l'absence des États-Unis. Plusieurs pays seraient prêts à signer l'entente sans modification aux concessions effectuées initialement. C'est une mauvaise nouvelle pour le secteur avicole canadien, qui devait voir l'accès à son marché être augmenté de 2,1 % pour le poulet et de 2,0 % pour le dindon à la suite de la ratification du PTP.

Les concessions canadiennes dans le secteur avicole avaient été effectuées afin de répondre à une demande américaine. En fait, lors des négociations, la question de l'accès au marché avicole canadien n'était d'intérêt que pour nos voisins du Sud. Il serait inacceptable que le gouvernement canadien cède un accès supplémentaire à son marché domestique à des pays qui n'en ont pas fait la demande ou pour qui cet accès ne représente pas un enjeu crucial. En signant le PTP sans renégocier ses concessions, le Canada se priverait d'une partie des retombées économiques actuelles du secteur avicole, d'une partie de la croissance future de ce dernier et de nombreux emplois de qualité dans une industrie dynamique.

Parmi les pays impliqués dans cette nouvelle tentative d'entente multilatérale, seul le Chili exporte actuellement du poulet ou du dindon vers le Canada. En 2016, les importations de dindon en provenance du Chili ont représenté 22 % des licences d'importation délivrées. Dans le secteur du poulet, cette part du marché des importations représentait moins d'un pour cent pour la même année. Par ailleurs, le Mexique, la Malaisie et le Viêt Nam misent également sur des industries avicoles en croissance, mais ne peuvent pas exporter leurs produits au Canada pour des raisons sanitaires.

L'une des menaces qui planent sur l'industrie avicole canadienne demeure la possibilité que le Canada signe le PTP sans revenir sur ses concessions initiales, en plus de donner un accès supplémentaire à son marché domestique dans le cadre de la renégociation de l'ALÉNA. >

ALÉNA : UNE ATTITUDE AMÉRICAINE CAVALIÈRE ET DES DEMANDES IRRECEVABLES

La cinquième ronde de renégociation de l'Accord de libre-échange nord-américain s'est tenue à Mexico entre le 15 et le 21 novembre dernier. Lors de cette rencontre, les représentants des États-Unis ont formellement demandé l'abolition des barrières tarifaires – dans un délai de dix ans – pour tous les produits sous gestion de l'offre. Le lait, le poulet, le dindon, les œufs de consommation et les œufs d'incubation sont ainsi touchés par la proposition américaine. Lors de la conclusion de la quatrième ronde de négociations, les négociateurs des États-Unis avaient fait part à leurs homologues canadiens et mexicains de leur intention de déposer une demande en ce sens. La récente requête confirme donc l'intention du gouvernement américain d'attaquer directement la gestion de l'offre.

La demande du gouvernement américain en agriculture est, au même titre que celles dans les dossiers du secteur automobile, du processus de règlement des différends et de la renégociation quinquennale de l'accord, complétement démesurée. Elle n'est d'ailleurs pas fondée sur les demandes de l'industrie avicole américaine, qui souhaitaient obtenir les concessions accordées dans le cadre du Partenariat transpacifique (PTP) à douze pays (26 745 000 kilogrammes pour le poulet et 3 983 000 kilogrammes

De gauche à droite, Raymond Bachand (négociateur en chef pour le Québec dans le dossier de la renégociation de l'ALÉNA), Bruno Letendre, (président des Producteurs de lait du Québec), Ghislain Loyer (président du Syndicat des Producteurs d'oeufs d'incubation du Québec), Stéphanie Allard-Gomez (déléguée commerciale du Québec au Mexique), Marcel Groleau (président de l'UPA et porte-parole de G05), Laurent Lessard (Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation), Pierre Lampron (président des Producteurs laitiers du Canada), Guillaume Côté (représentant des Éleveurs de dindon du Québec), Paulin Bouchard (président des Producteurs d'oeufs du Québec).

De gauche à droite, Ghislain Loyer (président du Syndicat des Producteurs d'oeufs d'incubation du Québec), Robin Horel (président du CCTOV), Roger Pelissero (président des Producteurs d'œufs du Canada), Mark Davies (président des Éleveurs de dindon du Canada), Tim Klompmaker (représentant des Éleveurs de poulet de l'Ontario et membre de l'exécutif des PPC), Benoît Fontaine (président des Producteurs de poulet du Canada).

pour le dindon). Rappelons que plusieurs organisations agricoles américaines ont reconnu l'importance de ne pas déstabiliser le marché de la volaille et ont relevé les attraits d'avoir un accès stable et significatif au marché domestique canadien du poulet et du dindon. Plusieurs spécialistes suggèrent que, par l'entremise de leurs actions cavalières et de leurs demandes irrecevables, les représentants du gouvernement américain tentent de faire achopper les négociations. Nos voisins du Sud misent sur l'importance de l'ALÉNA pour le Canada et le Mexique pour ficeler un nouvel accord dont ils seraient les seuls bénéficiaires.

Jusqu'à maintenant, les représentants du gouvernement canadien sont demeurés intraitables à l'égard de la question de la gestion de l'offre. Ils ont clairement indiqué aux négociateurs américains que cette demande était inacceptable et qu'ils s'opposaient à toutes discussions sur l'accès au marché domestique pour les productions sous gestion de l'offre. Ils ont également suggéré aux Américains de ratifier le PTP s'ils souhaitaient obtenir un accès plus important aux marchés canadiens du lait, de la volaille et des œufs. Les Éleveurs de volailles du Québec appuient la stratégie employée et les actions entreprises par le gouvernement canadien jusqu'à maintenant. Néanmoins, l'histoire récente suggère que nous ne devons rien tenir pour acquis dans un contexte de négociation d'accord commercial et ce constat est exacerbé par la présence de Donald Trump à la présidence des États-Unis. Nous continuons donc à mettre de la pression sur les gouvernements et nous vous invitons à contacter vos députés provinciaux et fédéraux pour faire entendre votre voix. Des concessions combinées dans le cadre du PTP à onze pays et de la renégociation de l'ALÉNA seraient dévastatrices pour le dynamisme de la filière avicole; elles menaceraient la survie du système de gestion de l'offre.

Innov' Space

LES INNOVATIONS AVICOLES OUTRE-MER!

TEXTE SUZANNE DUQUETTE

Le salon Space, un des plus importants d'Europe consacré à l'élevage, permet de dresser un portrait de la situation de l'autre côté de l'Atlantique. Cet événement, qui se tient tous les automnes à Rennes en France, comporte un volet innovation qui lève le voile sur les produits et les techniques qui transformeront peu à peu l'industrie avicole. Petit survol d'un salon qui s'ouvre sur le monde et du palmarès des lauréats Innov'Space.

La France est le deuxième producteur de volailles de l'Union européenne. Alors que l'année 2016 avait été marquée par un épisode d'influenza aviaire, un recul de la consommation par ménage et un déficit des échanges de viandes de volaille, la France a pu enfin respirer dès février 2017 avec une première hausse des chiffres relatifs à l'abattage de poulet. Si le marché se redresse peu à peu, il n'en demeure pas moins que les producteurs doivent répondre à des normes de plus en plus strictes concernant l'élevage et se conformer à une vision plus respectueuse des animaux et de leur bien-être.

Des salons comme celui de Rennes permettent aux aviculteurs de se tenir au fait des dernières réglementations, de participer à des forums et de comparer les plus récentes solutions relatives à l'élevage.

Qu'est-ce que Space et Innov'Space?

Avec 1400 exposants, dont le tiers provient de l'international, Space a atteint la ligue des grands. Ce salon réservé aux professionnels s'adresse aussi bien aux éleveurs ovins, bovins et porcins qu'aux aviculteurs. Son volet Innov'Space constitue une tribune exceptionnelle pour présenter les diverses innovations dans le domaine de l'élevage. En 2017, parmi les 160 exposants qui ont soumis leurs candidatures, 47 ont été retenus par le jury pluridisciplinaire. >

Voici quelques lauréats de ce concours qui ont retenu notre attention.

Nous nous sommes attardés aux lauréats qui œuvrent dans le domaine avicole en pensant qu'il serait bien qu'une innovation d'ici soit sélectionnée en 2018. Qu'en pensez-vous?

Un poulailler que l'on peut déplacer

Le poulailler mobile Poule'lib de Beiser Environnement, conçu pour les élevages en plein air, peut convenir aux fermes qui ont besoin d'un bâtiment d'appoint. Pas besoin de permis de construction pour installer ce poulailler mobile sur sa ferme. L'ensemble vendu en kit et offert en plusieurs formats (5 m x 6 m jusqu'à 15 m x 6 m) comporte de nombreux avantages : relevage hydraulique des roues, autonomie énergétique de 16 heures par jour pour la version de luxe, éclairage DEL et gestion de l'aération. L'entreprise propose en option des panneaux solaires ainsi que des télécommandes pour ouverture à distance des panneaux d'aération.

Beiser Environnement. www.beiser.fr

Nourrir les poules… et les occuper

Lorsque les oiseaux touchent ou picorent le plateau oscillant Pick Puck de Big Dutchman International, un tube de distribution laisse tomber une petite quantité de grains que les poules peuvent ensuite manger. Ce distributeur cultive et entretient le comportement instinctif des poules à la recherche de nourriture… et du même coup les occupe. À noter, la surface rugueuse du plateau permet aussi d'user naturellement la pointe de leur bec.

Big Dutchman International. www.bigdutchman.de

Combo vaporisation et gel pour la vaccination

La distribution des vaccins aux volailles devient simple et efficace avec Desvac Duo de Ceva Santé Animale. Le Desvac a déjà été primé en 2014, la nouveauté tient à l'ajout d'un système complémentaire à base de gel. Avec un seul appareil, il est possible de vaporiser les vaccins classiques (bronchite, coccidiose, etc.) sans temps d'arrêt, et de répartir simultanément sur les poussins des gouttelettes d'un gel coloré qui serviront de support pour administrer des nutriments, des réhydratants ou des flores de barrière. Cette dernière innovation permet aux éleveurs de gagner un temps précieux. Les deux systèmes (vaporisation et administration du gel) sont indépendants.

Ceva Santé Animale. www.ceva-santeanimale.fr

Distributrice homogène de litière

FirstLit de Dugué-Firtspellets raffine le concept d'épandage de litière granulée à base de paille. Un silo de 21 m^3 muni d'une vis assure l'alimentation des granules de litières vers la distributrice FirsLit qui est fixée au faitage du bâtiment. Par un mouvement de va-et-vient, la litière est distribuée uniformément sur 30 mètres de largeur, quelle que soit la longueur de la bâtisse!

Dugué-Firtspellets. www.dugue.fr

Un bec sans danger

Le bien-être animal est toujours au cœur des préoccupations des éleveurs de volailles et c'est pour éviter un stress supplémentaire aux oiseaux que la compagnie Roxell a mis au point le Natural Beak Smoothing. Cette mangeoire en polypropylène avec surface rugueuse permet d'user les becs des volailles chaque fois qu'elles se nourrissent. Ce concept de polissage naturel permet de réduire les dommages causés par le picotage.

Roxell. www.roxell.com

Parmi les **160 exposants** qui ont soumis leurs candidatures, **47 ont été retenus** par le jury pluridisciplinaire.

Les entreprises québécoises et canadiennes sont innovantes et proposent des nouvelles technologies qui font l'envie de l'international. C'est connu, les Québécois ont la fibre créative ! Nous encourageons fortement les entreprises d'ici à soumettre les innovations à ce type de concours afin de faire rayonner leur création.

LE POULET DU QUÉBEC RÉCHAUFFE LE CŒUR DES FAMILLES

La mission première des éleveurs de poulet reste la même année après année : produire le meilleur poulet qui soit pour nourrir les familles du Québec.

Nous sommes fiers d'être enracinés dans notre communauté et c'est pour cette raison que nous avons, une fois de plus, été généreux en remettant plus de 22 000 $ aux familles d'ici à travers les organismes qui luttent contre la faim partout au Québec.

Ce don a été distribué à différents moments de l'année puisque le besoin des gens ne se limite pas à la période des fêtes, les gens ont faim tout au long de l'année.

Chaque mois au Québec, plus de 400 000 personnes dont 150 000 enfants qui ont faim sont aidés dans l'urgence par un réseau de 19 Moisson et quelque 1 064 organismes. Nous convenons tous que de ne pas pouvoir se nourrir adéquatement dans une société comme la nôtre reste inconcevable, mais il s'agit d'une triste réalité bien présente. Il est possible de faire quelque chose de grand en posant un petit geste, celui de donner. >

La faim au Québec

+ 1,2 million
repas et collations servis par mois

Chaque mois, plus de
400 000
personnes ont faim au Québec, dont
150 000
enfants

+ 400 000
paniers de provisions

1,6 million
de demandes d'aide alimentaire d'urgence par mois

Près de la moitié des foyers ayant bénéficié d'aide étaient **des familles avec enfants.**

+10,5 %
des demandeurs ont un emploi

Source : Les banques alimentaires du Québec

Les généreux dons

Près d'une dizaine d'organismes ont pu bénéficier du programme :

- La carotte joyeuse
- Moisson Beauce
- Moisson Estrie
- Moisson Granby (SOS Dépannage)
- Moisson Kamouraska
- Moisson Lanaudière
- Moisson Laurentides
- Moisson Mauricie
- Moisson Québec
- Moisson Saguenay – Lac-Saint-Jean
- Rôtisserie St-Hubert (Grand partage)

Stéphane Veilleux a remis un don à Moisson Beauce pour la région de l'Est-du-Québec.

Les Éleveurs de volailles de l'Est-du-Québec ont fait un don à Moisson Saguenay – Lac-Saint-Jean.

MAXIMUS

UN SYSTÈME ÉVOLUTIF À LA FINE POINTE TECHNOLOGIQUE

Votre ferme au bout des doigts... où que vous soyez!

5 GARANTIE

Le système de contrôle le plus facile à utiliser sur le marché grâce à ses icônes très conviviales.

Un véritable système de contrôle de gestion entièrement personnalisable, peu importe la taille du bâtiment.

Un investissement; Maximus vous offrira le meilleur rendement du capital investi. Aucuns frais d'utilisation mensuels. Mises à jour gratuites.

NOUVELLE FONCTION

Système de gestion du convoyeur à œufs: contrôlez les vitesses des courroies, des rangées et des convoyeurs afin d'assurer un flux constant et régulier d'œufs pour l'empaqueteur.

AVIPOR

STYLE ET TECHNIQUE

CONTACTEZ NOTRE DISTRIBUTEUR

www.avipor.com

450 263-6222

Le système idéal pour tous vos besoins en matière d'élevage avicole

187379

René Gélinas, président, et Nicolas Dujardin, secrétaire-trésorier, tous deux au sein des Éleveurs de volailles Mauricie – Centre-du-Québec en compagnie d'Isabelle Brunelle, présidente de la CDC qui pilote La carotte joyeuse, un projet de transformation alimentaire visant la lutte à la pauvreté et à l'exclusion sociale.

Les Éleveurs de volailles de la Mauricie—Centre-du-Québec ont aussi remis un don à la Moisson de leur région.

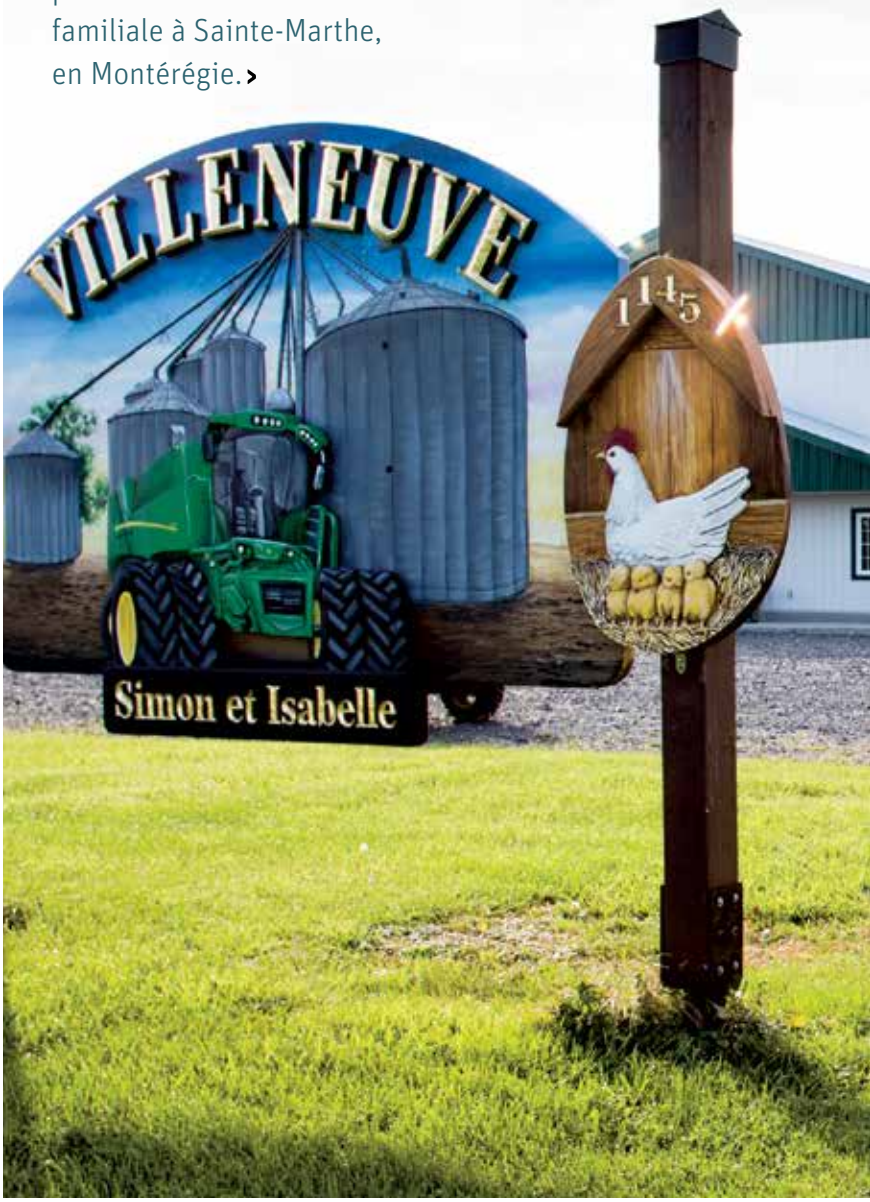
Les **cinq syndicats régionaux des Éleveurs de volailles** s'unissent pour la cause et ont à cœur de bien nourrir toutes les familles d'ici ! **Mettons fin à la faim.**

TISSÉS SERRÉS

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS
PHOTOS MARIE-MICHÈLE TRUDEAU

Adam, Meggie, Isabelle d'Auteuil et Simon Villeneuve

Contrairement à bien des familles en aviculture qui sont propriétaires de poulaillers de génération en génération, les Villeneuve se vouent à l'élevage de poulets que depuis quelques années. C'est en 2007 que Simon Villeneuve et sa conjointe Isabelle d'Auteuil ont décidé de se lancer dans cette production sur leur terre familiale à Sainte-Marthe, en Montérégie.›



« J'aime ça m'occuper des oiseaux et **voir leur évolution** » – Isabelle d'Auteuil.

Auparavant producteurs laitiers à Saint-Eugène en Ontario, Simon et Isabelle ont choisi de délaisser leur quota de lait pour acquérir du quota de poulet et revenir s'installer dans leur province natale. Ce changement de vocation qu'ils savourent toujours après 11 ans leur permet d'avoir un horaire plus flexible, mais surtout de pouvoir être très impliqués dans leur rôle de parents.

Dans leur maison ancestrale du chemin Sainte-Marie, les murs du salon sont couverts de photos de leurs quatre enfants lui octroyant une ambiance familiale des plus chaleureuses. C'est dans cette atmosphère enveloppante que nous avons rencontré deux d'entre eux, Meggie et Adam, qui, âgés de 18 et 17 ans, manifestent déjà l'intérêt de prendre la relève de la ferme familiale.

Meggie étudie au Campus Macdonald de l'Université McGill en gestion et technologies d'entreprise agricole et envisage de prendre les rênes des poulaillers quand ses parents seront prêts à lui passer le flambeau. Son frère Adam songe plutôt à reprendre la gestion des grandes cultures qui s'étendent sur près de 1 000 acres.

Depuis qu'ils sont très jeunes, ils mettent la main à la pâte et aident leurs parents dans l'exécution des tâches quotidiennes. À nos yeux, « ça n'a jamais été une corvée de faire notre part », nous a mentionné Meggie. C'est d'ailleurs avec engouement qu'elle fait sa tournée des poulaillers tous les matins avant de se rendre sur les bancs d'école ainsi qu'en début de soirée, à son retour de la grande ville. De son côté, Adam préfère de loin passer son temps sur son tracteur à aider son père plutôt que de suivre le parcours scolaire traditionnel. « C'est un naturel », confient ses parents au sujet du travail de leur fils à la ferme. Cela dit, Isabelle et Simon ont à cœur l'éducation de leurs enfants et les encouragent à acquérir un diplôme post-secondaire pour développer davantage de compétences en lien avec le métier qu'ils convoitent. « Ici, c'est facile de s'isoler et de travailler en solitaire. En allant à l'école, mes enfants pourront enrichir leurs connaissances des autres productions et se créer un réseau de contacts », souligne Isabelle. Pour elle et son conjoint Simon, il était également important de profiter du fait qu'ils habitaient en Ontario pour envoyer leurs enfants à l'école anglaise afin qu'ils soient bilingues et puissent bénéficier du plus d'opportunités possibles. ›

Les étoiles semblent alignées pour Meggie et Adam dans leur volonté de reprendre l'entreprise familiale. Leurs parents, encore jeunes et actifs, pourront les accompagner pendant une longue période de transition avant de leur léguer leurs acquis. Pour ces jeunes ambitieux, préserver l'héritage agricole de leurs prédécesseurs est assurément une ligne directrice qui guidera leurs décisions d'affaires. En plus de maintenir les acquis de la famille, ceux-ci souhaitent également développer le potentiel de leur ferme. Meggie aimerait d'ailleurs soumettre sa candidature au *Programme de relève* des Éleveurs de volailles du Québec afin d'acquérir incessamment du quota à son nom.

En franchissant le seuil de la propriété des Villeneuve, il est évident qu'il s'agit d'une famille unie et qu'ils se serrent tous les coudes dans l'atteinte de leurs objectifs individuels. Les jeunes parents sont autant fiers de leur fille Daphnée qui est hôtesse de l'air que d'Adam et Meggie qui souhaitent reprendre l'entreprise et de Bianca, la benjamine qui a encore le temps de trouver sa voie.

Simon Villeneuve parle de confiance et de liberté lorsqu'il est question de relève. « Mon père a vu l'intérêt de mon frère et moi et nous avons gagné sa confiance pour prendre la relève de sa ferme laitière. C'est la même chose pour Isabelle et moi, nous laissons le choix à nos enfants de devenir ce qu'ils veulent et nous avons confiance en eux pour continuer ce que nous avons entamé ou entreprendre une autre direction. »

S'agit-il d'une recette gagnante pour une succession avicole réussie? Une maisonnée remplie d'amour, des relations familiales empreintes de respect et de confiance et, bien entendu, le soucis du travail bien fait et des oiseaux élevés avec soin.

DU POULET SVP

Benny&Co. distribue nos sacs à leurs clients pour promouvoir le Poulet du Québec.

Vu l'enthousiasme pour notre campagne publicitaire du Poulet du Québec, nous avons créé un partenariat unique avec une entreprise qui valorise notre poulet du Québec au quotidien. Il va sans dire que Benny&Co. a été un choix naturel dans ce projet. Quotidiennement, nous recevons des demandes de clients qui souhaitent se procurer un sac ou une peluche à l'effigie de nos maintenant très célèbres et adorées marionnettes.

Du 20 au 26 novembre 2017, nous avons offert gratuitement un sac réutilisable à l'effigie des mascottes des éleveurs de poulet du Québec pour chaque achat d'un Familial, d'un Écofamilial, d'un Écofamilial Junior ou d'un Duo dans tous les restaurants Benny&Co.

Plus de 45 000 sacs ont été remis aux consommateurs, c'est-à-dire 45 000 ambassadeurs qui affichent notre marque au quotidien. Les clients ont vraiment adoré cette initiative.

Cette collaboration a permis à notre marque Poulet du Québec de circuler à travers la province et d'atterrir dans plusieurs familles qui auront un rappel au quotidien de notre campagne publicitaire. Voici une idée efficace pour rejoindre notre public cible tout en maximisant l'étendue de notre initiative avec un partenaire de choix qui participe à l'essor du poulet!

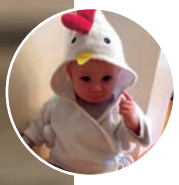
Un automne à saveur de poulet

L'automne a débuté en force avec le mois du poulet. Un mois où nos initiatives, les plus petites comme les plus importantes, ont été mises de l'avant quotidiennement autant en épiceries, à la télévision, sur le web, en relations publiques que sur le terrain. Notre objectif : entretenir l'intérêt des consommateurs tout au long du mois avec des nouvelles vidéos, des recettes inédites et plusieurs concours. Les ÉVQ ont aussi ouvert les portes de leur bureau le 22 septembre dernier pour distribuer des sacs réutilisables à l'effigie de nos marionnettes de poulet au personnel de toutes les fédérations de l'UPA. Les gens ont répondu à l'appel puisque 300 employés en ont bénéficié. Cette initiative avait pour but de faire rayonner le mois du poulet et de créer des ambassadeurs de notre protéine au cœur de la maison de l'UPA!

La vidéo véhiculant notre message clé *Toujours nourri aux grains* a, elle aussi, suscité beaucoup d'intérêt sur nos médias sociaux. Notre marionnette Intello décrit sa dégustation de grains comme la décrirait un sommelier pour un vin et Gourmande ajoute sa touche humoristique à la toute fin. Le but principal de cette publication était de répondre aux consommateurs qui se questionnent sur l'alimentation des poulets.

La campagne *On l'élève avec soin* a fait un tabac sur les réseaux sociaux. Lancée à la mi-octobre, par l'entremise de notre marionnette poulet Dodue qui utilise une tendance très populaire, le « food selfie », nous avons déjà rejoint plus de 40 000 personnes. Cette publicité renforce le message que nos poulets sont bien nourris et qu'ils sont fiers de poser avec leur « plat ». La publication incite aussi les gens à interagir avec nous pour créer ainsi plus d'engagement et d'intérêt envers notre marque.

Les gagnants



L'Halloween au poulailler!

Les marionnettes ont donné la chair de poule à nos abonnés Facebook pour l'Halloween alors qu'Intello s'est transformé en fantôme de l'opéra. L'objectif était de célébrer l'Halloween avec une pointe d'humour et quelle meilleure façon que de le souligner avec nos marionnettes bien-aimées.

Plus de 106 000 personnes ont été atteintes par notre publication : 35 000 d'entre elles ont visionné la vidéo et 517 interactions ont été répertoriées. Ces vidéos, simples à réaliser avec des budgets raisonnables, nous permettent d'être réactifs à l'actualité et aux événements ponctuels tout au long de l'année.

Afin de créer plus d'interaction avec les abonnés de notre page Facebook, nous avons décidé de créer un super concours éclair d'une journée pour l'Halloween. Les gens devaient prendre une photo d'eux ou de leurs enfants déguisés en poulet et la publier en commentaire de la publication de notre concours. Une fois de plus, le concours a très bien fonctionné : 33 378 personnes ont été atteintes par la publication, 460 personnes ont réagi soit en aimant, soit en partageant, soit en commentant la publication et nous avons reçu plus d'une dizaine de photos de costume de poulet.

En novembre, les marionnettes sont plus actives que jamais!

Novembre est un mois plus sombre, plus assoupissant pour plusieurs alors nos marionnettes se sont données comme mot d'ordre d'égayer le quotidien de nos abonnés, et ce, toujours en leur rappelant nos différents messages clés. Que ce soit Comique qui racle la ripe ou Princesse qui se demande quel grain choisir dans le cadre du célèbre événement MTL à Table ou bien même Princesse et Intello qui se font un chemin avec des tas de grains, nos marionnettes amusent et informent les gens des normes d'élevage au Québec.

Une nouvelle agence marketing pour le Poulet du Québec

Le Poulet du Québec avait soif d'un nouveau partenaire afin de continuer à déployer ses stratégies marketing au quotidien. Après une journée de présentation en bonne et due forme de la part de différentes agences, notre choix a été unanime et nous avons eu un véritable coup de cœur pour la même agence. C'est donc avec enthousiasme que nous vous annonçons que le Poulet du Québec s'associe avec l'agence créative Rethink pour ses mandats publicitaires en 2018.

Rethink représente le complément idéal à notre équipe tant par la rigueur de leur travail que par leur écoute attentive. L'équipe a d'ailleurs déjà plein de belles idées pour mettre de l'avant le Poulet du Québec en 2018. À noter qu'ils ont déjà doublé, si ce n'est pas triplé leur consommation de poulet pour les besoins de la cause! De vrais passionnés!

Qui est Rethink ? Rethink est une agence indépendante de création, passionnée par le service client. Rethink possède trois bureaux, respectivement à Vancouver, Toronto et Montréal. Ils signent notamment les récentes campagnes publicitaires de A&W, Sports Experts, Coors Light, IKEA et Molson Canadian.

Ensemble, nous serons une équipe gagnante, de la stratégie à la création jusqu'à la communication sociale, numérique et aux innovations médias. Il y a toujours de nouvelles solutions, de nouvelles idées qui peuvent être trouvées et appliquées pour promouvoir le poulet du Québec à son maximum!

Les capsules vidéo à la Tasty ont toujours la cote!

Notre équipe travaille conjointement avec les Producteurs de poulet du Canada tout au long de l'année. Nous échangeons des nouvelles recettes, de l'information sur la scène avicole et travaillons conjointement sur plusieurs dossiers spéciaux. Plusieurs capsules vidéo à la Tasty ont été développées dans le but de permettre aux gens de cuisiner des recettes simples, mais savoureuses. Une capsule par mois sera publiée sur nos médias sociaux jusqu'en février 2018. À vos fourneaux, ces capsules vous donneront envie de cuisiner plein de succulentes recettes de poulet!

SALMET®
... for your success!

Certifié par la Fédération des producteurs d'oeufs du Québec

AGK 3600 Système de colonie enrichi

- 141.73" x 24.61"
- Gestion facile des oiseaux
- Deux hauteurs de perches
- Disponible avec le système de séchage de fumier WHISK de Salmet

PEDIGROW 2 Système d'élevage sans cage

- Gestion excellente des poussins
- Transition rapide entre l'ouverture et la fermeture grâce aux éléments multi-usages
- Conception unique qui promouvoit le développement uniforme et excellent des oiseaux
- Accès facile à la nourriture, à l'eau et aux perches

HIGH RISE 3 Système de pondre sans cage

- Conception unique qui permet la gestion facile des oiseaux et du système
- Les oeufs sont enlevés automatiquement du système
- Les poules sont proches de la nourriture, de l'eau et des nids

188469

OPTICON AGRI-SYSTEMS

Informatique des fermes

- Contrôle à écran tactile
- Accès à l'ordinateur
- Accès à distance via smartphone et tablette

Balance alimentaire à volaille, contrôle climatique et compteur d'oeufs

Faites confiance aux balances à oiseaux et dindon Opticon
L'inventeur de la balance suspendue et une précision de +/-1%

- Balances
- Capteurs de force
- Peseurs à lots
- Compte des oeufs et contrôle complet de débit de transport des oeufs

Contrôles intégrés

Laissez OES intégrer, à votre établissement, un système de contrôle de haute qualité, pré-conceptualisé et pré-conçu pour l'utilisation facile et rentable.

Munters **aerotech** Ventilation Systems

- Ventilateurs d'extraction
- Ventilateurs de circulation d'air
- Entrées d'air

Le nouveau ventilateur d'extraction Munters Drive

- Démarrage progressif éliminant les pointes de courant à l'allumage
- Aucun entretien
- Aucune maintenance des roulements à bille
- Aucune courroie à remplacer
- Haute efficacité énergétique
- Permet une économie 40% sur vos coûts d'énergie

POUR TOUTES LES VENTES **QUÉBEC**

oes

BARRY RUBY
o: 1 (888) 218-7829
m: 1 (519) 590-7829
barry@oes-inc.ca

POUR LES VENTES DE SALMET DANS LA **RÉGION DE MONTREAL**

EQUIPEMENTS MODERNES
GROSSISTE DISTRIBUTEUR AGRICOLE

MARIO GIBEAU
o: 1 (800) 667-2781
mario@
equipementsmodernes.com

Pour plus d'information, visitez notre site

oes-inc.ca

Nos objectifs sont clairs : **augmenter la notoriété des éleveurs de poulet du Québec et maintenir les ventes de poulet au Québec** tout en rassurant les consommateurs de la qualité de notre volaille.

Curieux Bégin et ses boulettes de poulet pour les bouches curieuses

La Curieuse Compagnie de Katerine Daoust et Christian Bégin a lancé ses Curieux Produits en septembre dernier mettant en vedette les boulettes de poulet de la Ferme des Voltigeurs. Le désir d'offrir des produits d'ici, de qualité, pour bouches curieuses est né des nombreuses aventures épicuriennes de Christian Bégin. Chez IGA, vous pourrez donc vous procurer le curieux ragoût de boulettes, la curieuse tourtière du lac et les curieuses boulettes de poulet! Nous sommes vraiment fiers que le poulet du Québec se retrouve parmi l'offre exclusive de ces produits de qualité.

Les défis pour 2018

Les défis restent nombreux pour 2018, mais notre équipe et nos précieux partenaires d'affaires sont prêts à les aborder avec ardeur! Nos objectifs sont clairs : augmenter la notoriété des éleveurs de poulet du Québec et maintenir les ventes de poulet au Québec tout en rassurant les consommateurs de la qualité de notre volaille. Comme nos marionnettes ont fait leurs preuves cette année, il va de soi que nous voulions les réutiliser en 2018. Le but reste le même : diffuser nos messages clés, faire connaître nos normes strictes de bien-être animal, promouvoir le travail des éleveurs d'ici pour les consommateurs d'ici. Par ce moyen de communication, nous voulons aussi rejoindre un public plus jeune, les milléniaux et les Supermoms, des publics qui détiennent un grand pouvoir d'achat et d'influence et qui se soucient quotidiennement de la provenance, de l'étiquetage et de la production des aliments qui se retrouvent dans leurs assiettes.

Distributeur exclusif au Québec

EQUIPEMENTS MODERNES
GROSSISTE DISTRIBUTEUR AGRICOLE

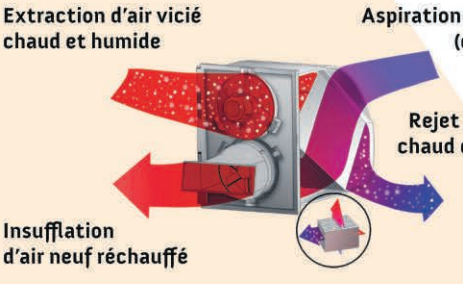
Le Roy LLC

Mangeoires MULTIBECK® Poulet et dinde

- Meilleurs démarrages – moulée facilement accessible
- Meilleure hygiène – aucun poussin dans l'assiette
- Meilleur indice de conversion
- Meilleurs rendements prouvés dès le 1er lot

ÉCHANGEUR DE CHALEUR LEAD'AIR® 2800

- Ventilation optimale dès le démarrage
- Ventilation progressive en direct avec la régulation du bâtiment
- Meilleure ambiance
- Maîtrise de l'hygrométrie
- Économie appréciable d'énergie



Les Équipements Modernes Saint-Félix inc., 6561, chemin Saint-Jean, Saint-Félix-de-Valois, QC J0K 2M0
Tél. : 1 800 667-2781 | www.equipementsmodernes.com

191171

POULET
UNE SOUS-PRODUCTION INQUIÉTANTE DANS UN CONTEXTE DE CROISSANCE RAPIDE

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Offre

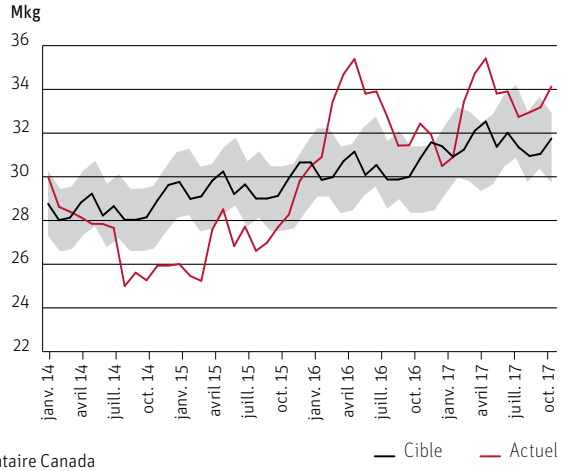
La production canadienne de poulet s'est élevée à 254,5 Mkg lors de la période A145. Comme l'allocation pour la période correspondante se chiffrait à 257,4 Mkg, la performance globale au Canada a atteint 98,9 %, pour la période s'échelonnant entre le 6 août et le 30 septembre 2017. Du côté de la production québécoise, elle a atteint 67,9 Mkg lors de la même période, ce qui correspond à une performance globale (allocation domestique et exportations) de 98,1 % et à une utilisation du quota de 98,4 %. La performance globale du marché québécois indique que la sous-production semble se poursuivre pour la période A146, ce qui affectera négativement la croissance de la production au Québec pour la prochaine année. Pour la période A145, la sous-production dans la province est expliquée par une combinaison de facteurs. D'abord, la hausse tardive de l'allocation a mené à une augmentation de la densité dans les élevages, ainsi qu'à des changements dans les cédules qui ont, ultimement, engendré des poids d'abattage plus faibles. La hausse de la densité d'élevage a aussi exacerbé les pertes dues aux vagues de chaleur estivale. En outre, l'utilisation répandue de grains plus vieux, donc moins énergétiques, et plusieurs cas de bronchite ont contribué aux mauvaises performances du Québec.

En date du 1er novembre 2017, les inventaires canadiens de poulet s'élevaient à 41,4 Mkg. En plus d'être supérieurs de 13,5 % aux stocks moyens des cinq dernières années pour la même période, les stocks ont augmenté de 3,0 % par rapport à ceux enregistrés à pareille date en 2016. De manière générale, la plupart des catégories d'inventaire de poulet sont en baisse. Ainsi les stocks de *Poulets entiers de 2 kg et plus* (-64,9 %), de *Poulets entiers de moins de 2 kg* (-40,4 %), de la catégorie *Morceaux* (- 6,8 %) et de la catégorie *Divers* (-8,5 %) ont diminué. Les stocks de la catégorie des *Produits surtransformés* affichent, quant à eux, une hausse de 3,9 %, comparativement aux niveaux enregistrés un an auparavant. Au sein des *Morceaux*, les inventaires de *Poitrines désossées* et de *Poitrines autres* ont augmenté de 14,6 % et de 3,2 % respectivement. Sur une base annuelle, les stocks d'*Ailes* ont chuté de 10,8 %, comparativement à la même période l'an dernier. Par ailleurs, au 1er novembre 2017, les inventaires excluant les catégories *Cuisses* et *Divers* étaient légèrement supérieurs à la fourchette cible des PPC.

En date du 12 novembre 2017, les importations cumulatives sous contingents tarifaires s'élevaient à 75,8 Mkg, dépassant ainsi la fourchette cible établie par les PPC. Elles étaient supérieures de 1,9 Mkg au prorata des 45 premières semaines de 2017. En début d'année, les importations sous contingent tarifaire pénétraient le marché domestique à un rythme plus élevé, inversant ainsi la tendance habituelle et témoignant de la demande excédentaire de poulet. Lors du troisième trimestre, il y avait moins de volumes d'importation disponibles pour les importateurs; la cadence des entrées sur le marché canadien a donc ralenti. Par ailleurs, il est pertinent de noter que 5,6 Mkg de poulet éviscéré sont entrés sur le marché canadien au cours des derniers mois à titre d'importations supplémentaires - une situation sans précédent depuis plus de 10 ans. Ces importations furent le résultat direct du sous-approvisionnement majeur du marché en 2017.

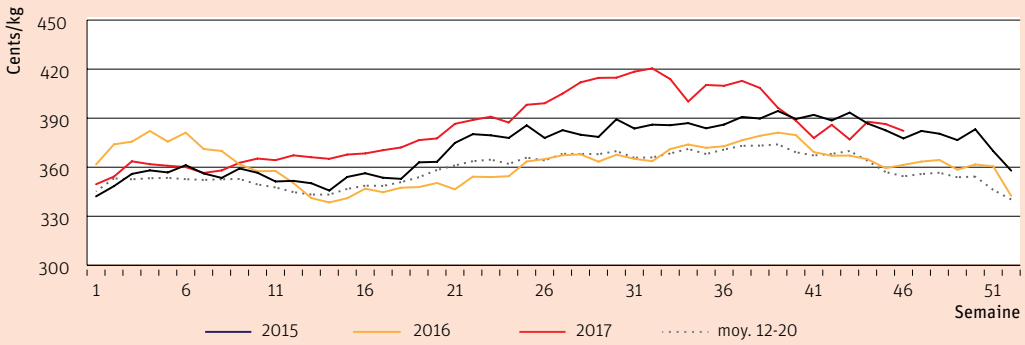
INVENTAIRES CANADIENS AU 1ER NOVEMBRE 2017, EXCLUANT *CUISSES* ET *DIVERS*

Mkg	2016	2017	%
<2 kg	0,5	0,3	- 40,4 %
>=2 kg	0,4	0,1	- 64,9 %
Morceaux	18,5	17,2	- 6,8 %
Surtransf.	19,5	20,3	3,9 %
Divers	3,8	3,5	- 8,5 %
Total	**42,7**	**41,4**	**- 3,0 %**



Sources : PPC et Agriculture et Agroalimentaire Canada

INDICE COMPOSITE DU PRIX DE GROS DU POULET



Source : EMI

Demande

Selon Nielsen, les ventes canadiennes au détail de poulet ont diminué de 1,4 % au cours des 52 semaines se terminant le 16 septembre 2017, par rapport aux ventes enregistrées durant les 52 semaines de l'année précédente. Ce volume de vente en valeur monétaire traduit une légère augmentation de 0,4 %, par rapport à l'année dernière. Une augmentation annuelle du prix du poulet de 1,8 % est donc notée. La diminution des ventes en volume pourrait être liée à l'offre insuffisante de poulet sur le marché canadien, ainsi qu'à la chute des prix du dindon, du porc et du bœuf sur le marché des viandes. En conséquence, le poulet a vu ses parts de marché au détail diminuer au profit de celles du dindon, durant les 52 semaines se terminant le 16 septembre. Dans le réseau HRI (hôtels, restaurants et institutions), les ventes en volume ont augmenté de 7,5 % lors des douze mois se terminant en septembre 2017, par rapport aux douze mois précédents. La diminution des ventes de poulet acheté chez les détaillants, au profit de celui vendu dans le réseau HRI, fait état d'un changement des habitudes de consommation au Canada.

Pour les 46 premières semaines de 2017, la moyenne de l'indice composite se situait à 3,82 $/kg et la marge moyenne des transformateurs était de 1,67 $/kg (PPC). Comparativement aux moyennes quinquennales pour les mêmes semaines, l'indice composite moyen des prix de gros était en hausse de 6,8 % et l'indice de marge des transformateurs était croissant de 29,0 %. Les indices de prix de gros pour la poitrine, les ailes et les cuisses ont tous augmenté, de manière plus ou moins marquée, en 2017. Au cours des dernières semaines, des baisses ont été notées dans les indices de prix de gros. Ces dernières sont cohérentes avec les tendances historiques saisonnières. Depuis le début de l'année, le prix moyen aux éleveurs pour la catégorie de référence s'établit à 1,52 $/kg.

Les Producteurs de poulet du Canada
Chicken Farmers of Canada

PLUSIEURS DOSSIERS PROGRESSENT

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

La marque *Élevé par un producteur canadien* a maintenant une signification encore plus forte!

Les Producteurs de poulet du Canada ont étendu leur marque *Élevé par un producteur canadien* afin qu'elle englobe les programmes auxquels adhèrent les producteurs pour élever leurs oiseaux selon les normes les plus élevées en matière de soins aux animaux, de qualité et de développement durable.

Pourquoi ce changement?

Les logos ont été redessinés afin de mettre à profit la valeur de la marque destinée aux consommateurs *Élevé par un producteur canadien* en l'associant à nos programmes à la ferme respectifs. Ce changement favorisera la reconnaissance des logos des programmes et créera de nouvelles occasions de parler de ces programmes à la fine pointe de l'industrie et de les promouvoir.

En combinant la marque *Élevé par un producteur canadien* aux programmes à la ferme, la nouvelle identité aura une plus grande signification pour les détaillants et les restaurateurs, qui cherchent activement à répondre aux attentes des consommateurs socialement responsables.

La nouvelle identité aura une plus grande signification pour les détaillants et les restaurateurs, qui cherchent activement à **répondre aux attentes des consommateurs socialement responsables**.

De quoi auront l'air les nouveaux logos?

Les trois logos représentent chacun un programme et affichent une couleur distincte.

Quel en sera l'avantage pour les producteurs?

Ces nouveaux logos donnent aux producteurs des symboles reconnaissables qu'ils peuvent utiliser pour démontrer l'innovation, la fierté et le dur labeur qui caractérisent leurs journées de travail employées à mettre en œuvre des normes figurant parmi les plus élevées en matière de salubrité des aliments et de soins aux animaux. De plus, les logos confirment fièrement leur engagement à appliquer les principes du développement durable dans leur travail, que ce soit sur les plans environnemental, économique ou social.

Les nouveaux logos établissent un lien direct entre la marque *Élevé par un producteur canadien* et le dur travail que réalisent chaque jour les producteurs. Les producteurs obtiendront ainsi une reconnaissance publique pour la mise en œuvre du *Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme* et du *Programme de soins aux animaux*.

Quels changements les producteurs verront-ils?

Les producteurs remarqueront les nouveaux noms et logos sur le matériel des programmes à mesure que de nouveaux manuels et documents seront imprimés. Ils les verront également dans la plupart des communications destinées au public des PPC au sujet des programmes. Par ailleurs, de nouveaux panneaux routiers faisant la promotion des programmes seront offerts aux producteurs au début de 2018.

Visitez le **www.producteursdepoulets.ca** pour plus d'information au sujet des nouveaux logos. >

Des changements seront apportés au *Guide alimentaire canadien* : les producteurs doivent agir

Avec sa nouvelle Stratégie pour une saine alimentation, Santé Canada apporte plusieurs modifications à ses recommandations sur l'alimentation des Canadiens dans le but d'améliorer l'état de santé global et le bien-être de la population.

À la lumière de ces changements, les producteurs sont invités à contacter leur député et à écrire à la ministre de la Santé et des Services sociaux ainsi qu'au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire afin de souligner les problèmes qu'entraînent les principes directeurs proposés pour la révision du *Guide alimentaire* ainsi que l'ensemble du processus de révision et de consultation. L'importance des produits d'origine animale, qui sont riches en protéines et en nutriments essentiels, doit être clairement mise en évidence, tout comme la perspective selon laquelle toutes les protéines ne se valent pas. Le poulet offre de nombreux bienfaits nutritionnels et n'est pas ciblé par la mesure qui viserait à avertir la population canadienne de la teneur en sodium, en sucre et en gras saturés des aliments.

Les présidents et les vice-présidents des cinq syndicats régionaux des Éleveurs de volailles du Québec ont écrit à leurs députés respectifs.

Jour après jour, les consommateurs canadiens choisissent de se nourrir de poulet et de dindon en raison de leurs bienfaits pour la santé qui se caractérisent notamment par une haute teneur en protéines et une faible teneur en gras. Le poulet est d'ailleurs la viande préférée des Canadiens tandis que le dindon fait partie des traditions des familles québécoises depuis des générations.

L'importance des produits d'origine animale, qui sont riches en protéines et en nutriments essentiels, **doit être clairement mise en évidence.**

Stratégie pour une saine alimentation

La nouvelle stratégie, comprise dans la lettre de mandat délivrée à l'ancienne ministre de la Santé, a pour objectif d'améliorer l'environnement alimentaire et de faire en sorte qu'il soit plus facile pour les Canadiens d'adopter une saine alimentation. La stratégie couvre la révision du *Guide alimentaire canadien* (dont la dernière édition remonte à 2007), l'amélioration de l'étiquetage, la réduction ou l'élimination de la publicité destinée aux enfants et des mesures pour informer les Canadiens des quantités de sel, de sucre et de gras saturés qu'ils consomment.

En effet, ces trois éléments ont été désignés comme étant des facteurs de risque de nombreuses maladies et d'importants contributeurs à l'obésité au sein de la population canadienne. Des études examinent actuellement de quelle façon les étiquettes sur le devant de l'emballage seront modifiées afin d'identifier ces trois coupables, et pour le moment, des étiquettes et des symboles d'avertissement, ainsi que des bandelettes d'identification qui apparaîtraient seulement sur les aliments emballés sont envisagés.

Alors que se poursuit l'examen de l'étiquetage sur le devant de l'emballage, le processus de consultation pour la révision du *Guide alimentaire canadien* est presque terminé. Malheureusement, Santé Canada a tenu à l'écart les producteurs d'aliments, l'ensemble de l'industrie agroalimentaire et de nombreux autres organismes intéressés, dont des professionnels de la santé.

Ces mesures font partie d'un nouvel engagement envers la transparence mis en œuvre par Santé Canada pour tenter de montrer son impartialité et de favoriser un processus de révision objectif. Par le passé, les producteurs, l'industrie agroalimentaire et d'autres ministères ont collaboré activement à ce type d'initiatives pour veiller à ce que les Canadiens reçoivent la meilleure information disponible.

Or, parce qu'il ne se base pas sur toute l'information, les données scientifiques et les preuves disponibles appuyant l'édition actuelle du *Guide alimentaire*, le processus de Santé Canada pourrait se conclure par la production d'un document générationnel qui pourrait mettre à risque la santé des Canadiens, les producteurs, les industries agroalimentaires et probablement l'économie du Canada dans son ensemble. Plutôt que d'être fondées sur de nouvelles données scientifiques ou sur des enjeux pertinents pour les Canadiens, les révisions actuelles et la Stratégie pour une saine alimentation sont dictées par une analyse environnementale à l'échelle mondiale d'articles, de rapports et de documents. Il semble que les véritables données scientifiques qui pourraient aller à l'encontre du plan de Santé Canada et de ses efforts pour promouvoir la version révisée du *Guide alimentaire* ne seront pas incluses. Nous suivons ce dossier de près et faisons tout pour que les consommateurs connaissent tous les bienfaits de la consommation de poulet. >

Mise en œuvre de la stratégie de réduction de l'UAM

En mai, le conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada a décidé de mettre à jour l'échéancier de réduction de l'utilisation préventive d'antibiotiques importants sur le plan humain, aussi appelés antimicrobiens importants en médecine humaine. Depuis l'annonce de la stratégie initiale de l'utilisation des antimicrobiens (UAM) en 2014, les Producteurs de poulet du Canada ont activement mené des initiatives et trouvé des solutions de rechange pour faciliter la transition.

LA STRATÉGIE RÉVISÉE DE L'UAM VISE :

- l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie I (les plus essentiels pour la santé humaine), à compter du 15 mai 2014;
- l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie II d'ici la fin de 2018;
- l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III d'ici la fin de 2020;
- le maintien de l'autorisation d'utiliser des ionophores (les antimicrobiens non utilisés en médecine humaine);
- l'autorisation de l'utilisation thérapeutique d'antibiotiques pour le traitement des maladies afin de préserver la santé et le bien-être.

Les initiatives ont été axées sur la collaboration avec les intervenants dans les domaines de la surveillance, de l'intendance, de la recherche et de l'innovation ainsi que de la communication.

Les Producteurs de poulet du Canada continueront de travailler avec des spécialistes pour mettre en œuvre cette stratégie. Tous les acteurs du secteur sont également invités à collaborer afin de nous aider à atteindre le plus efficacement possible les objectifs liés à cette stratégie.

Travailler ensemble nous donne des ailes

C'est grâce à des partenaires passionnés comme vous qu'Olymel est devenu le chef de file canadien dans le domaine de l'abattage, de la transformation et de la mise en marché de la viande de volaille. Et c'est en ayant la passion pour les plus hauts standards de fabrication, de qualité, de salubrité, de traçabilité et de service, que nous renforçons notre avantage compétitif.

OLYMEL®

On nourrit le monde

190265

DE FUTURS CHEFS VISITENT LA FERME CLOUTIER FOISY INC.

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS
PHOTOS MARIE-MICHÈLE TRUDEAU

Quatorze finissants du programme de formation supérieure en cuisine de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) ont délaissé leurs fourneaux pendant quelques heures pour visiter la ferme Cloutier Foisy inc. située à La Présentation, le 12 septembre dernier. ›

Les futurs chefs étaient accompagnés de leur professeur Benoit Lenglet, qui a d'ailleurs fait l'objet d'un reportage dans le magazine *NouvAiles* en septembre 2017 qui s'intitulait *Les chefs de l'ITHQ valorisent la volaille du Québec*. Isabelle Foisy, copropriétaire de la ferme avec son conjoint François Cloutier, a accueilli la cohorte et lui a expliqué les rouages de l'élevage de poulets et de dindons. Pour l'occasion, Isabelle était assistée de sa gérante de ferme Audrey Paquette.

D'entrée de jeu, la dynamique avicultrice a testé les connaissances des étudiants sur la volaille. Le quart d'entre eux a été surpris d'apprendre qu'aucune hormone n'entrait dans l'alimentation des volailles depuis plus de 40 ans! Isabelle a capté l'attention des jeunes en déboulonnant des mythes concernant l'élevage de la volaille et surtout, en leur communiquant les faits : des oiseaux nourris aux grains, élevés en liberté, sans hormones ni aucune trace d'antibiotiques.

Isabelle a également parlé des types d'élevage et des catégories d'oiseaux en fonction du poids. Elle a aussi expliqué en quoi consistent les programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux et comment elle applique sur sa ferme les bonnes pratiques d'élevage pour favoriser les meilleures conditions d'élevage possible et fournir aux consommateurs des produits sains et de qualité.

Les étudiants ont été à même de constater certaines de ces pratiques en enfilant survêtement de biosécurité et bottes de plastique pour la visite des poulaillers. Ils ont pu voir des élevages de dindons âgés de 21 et de 84 jours et un élevage de poulets de 34 jours. Par ailleurs, ils ont tous craqué pour les jeunes dindons qui accouraient vers eux! >

Le professeur Benoit Lenglet entouré de ses étudiants.

Isabelle Foisy **a accueilli la cohorte et lui a expliqué les rouages de l'élevage** de poulets et de dindons.

Isabelle Foisy, éleveuse de poulets et de dindons

D'entendre Isabelle **raconter avec passion et dynamisme son métier d'éleveuse de volailles** a motivé et inspiré les apprentis chefs.

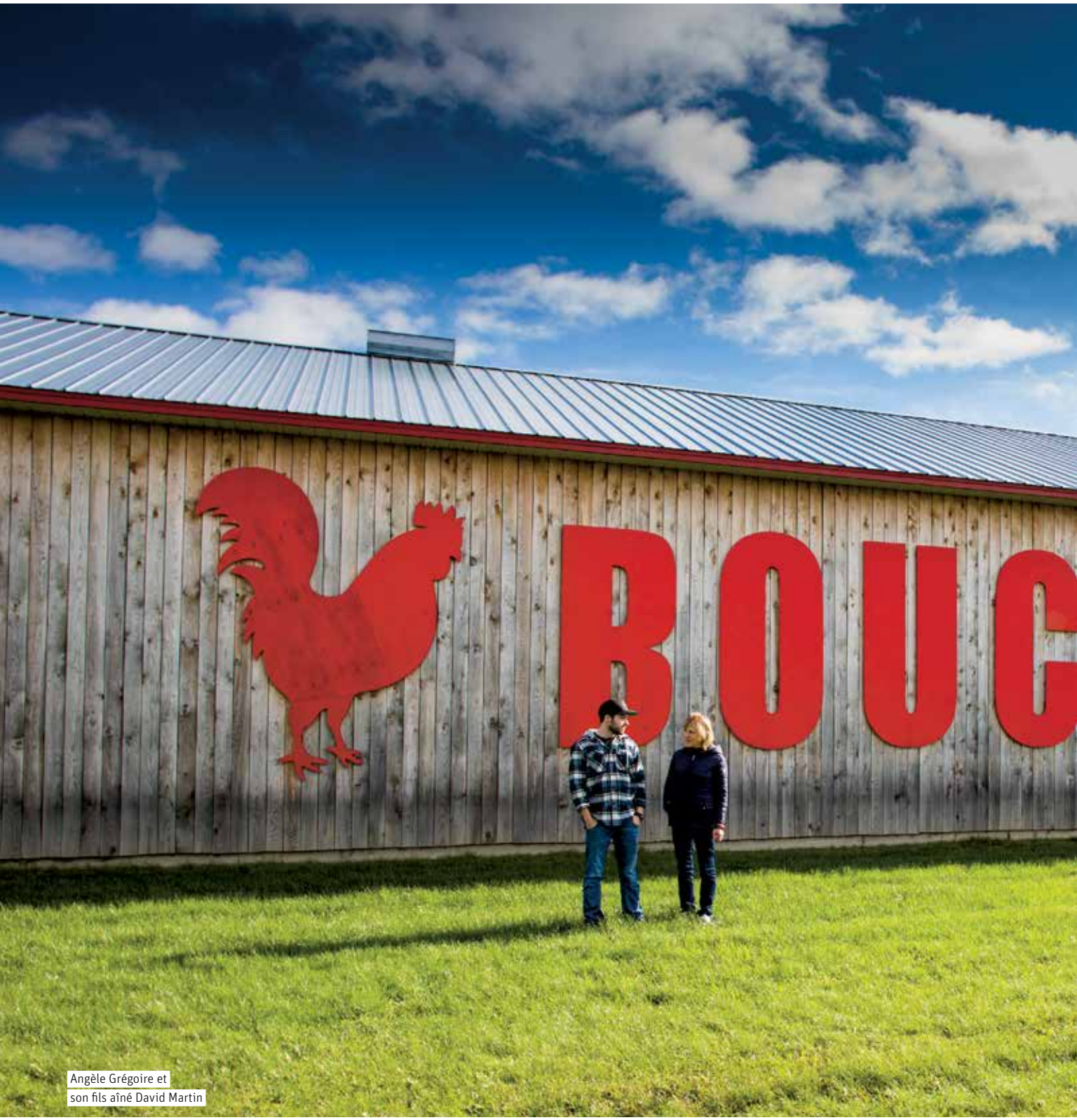
L'avicultrice a aussi abordé les enjeux du secteur avicole : le plan conjoint, la gestion de l'offre, les négociations commerciales, l'accessibilité des quotas, la disponibilité des découpes de dindon en épicerie et la relève. Isabelle est une excellente ambassadrice de notre industrie. Les étudiants ont eu un grand coup de cœur pour elle et son équipe.

Selon le professeur Benoit Lenglet, ce fut un bel échange avec l'avicultrice. Cette visite a permis aux jeunes cuistots d'avoir une perception juste de l'élevage conventionnel de la volaille. « Les chefs veulent toujours savoir d'où proviennent les aliments qu'ils apprêtent. De voir d'où provient la volaille et comment elle est élevée change tout! », a souligné M. Lenglet.

D'entendre Isabelle raconter avec passion et dynamisme son métier d'éleveuse de volailles a motivé et inspiré les apprentis chefs. Ces derniers ont pris conscience de tout l'amour et du respect qu'elle porte à ses oiseaux. Au lendemain de cette visite, au moment de préparer une recette de dindon, le professeur a pu sentir un plus grand respect chez ses étudiants pour le métier d'aviculteur ainsi que pour le produit, que ce soit dans la découpe ou dans la méthode de cuisson.

Au terme de leur formation, ces étudiants effectueront un stage de trois mois en Europe où ils iront parfaire leurs connaissances dans des restaurants étoilés Michelin. Nous espérons que ces futurs grands chefs concocteront davantage de délicieux plats de poulet et de dindon du Québec.

Une expérience que nous renouvellerons assurément pour inspirer les futurs chefs à cuisiner la volaille d'ici!



Angèle Grégoire et
son fils aîné David Martin

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS
PHOTOS MARIE-MICHÈLE TRUDEAU

Volailles d'Angèle
UNE HISTOIRE DE PASSION

«Moi, je **voulais être entrepreneure**, travailler pour les autres, ça ne m'intéressait plus et **je ne me voyais pas faire autre chose que de la volaille.**»

Franchir les portes de la boutique Volailles d'Angèle à Saint-Esprit c'est s'ouvrir sur les mille et une possibilités qu'offre la cuisine de la volaille. Cette institution de Lanaudière propose une grande variété de découpes de poulet, de dindon et de canard, mais aussi beaucoup de repas prêts-à-manger comme du chili de dindon, de la sauce à spaghetti à base de poulet haché, du smoked meat de dindon, des saucisses de volaille et plus encore. Dans ce lieu accueillant, les consommateurs peuvent même contempler ce qui se passe en direct dans le poulailler à partir d'un écran. C'est cette approche qui fait en sorte que leurs clients se déplacent, parfois de loin, pour se procurer ces produits qui sont reconnus pour leur goût d'exception, mais aussi pour la transparence dans l'élevage.

Angèle Grégoire et son mari Jean Martin sont tous deux natifs de Saint-Esprit et ont quitté leur municipalité pendant plusieurs années pour acquérir de l'expérience dans d'autres sphères du domaine bioalimentaire. Angèle a suivi une formation en technologie des procédés et de la qualité des aliments à l'Institut de technologie agroalimentaire (ITA) et possède un baccalauréat en agroéconomie de l'Université McGill. Elle a d'ailleurs travaillé à l'UPA de Saint-Hyacinthe dans l'implantation d'un programme de comptabilité à la ferme et a également œuvré en recherche et développement pour une entreprise de transformation des aliments pendant cinq ans. De son côté, Jean a aussi toujours baigné dans le domaine agroalimentaire et travaille, à ce jour, comme représentant en drainage agricole en plus d'accomplir ses tâches d'aviculteur. >

C'est en 1998 que le couple a entamé son projet de ferme en acquérant la terre des parents de Jean sur laquelle se trouvait déjà un ancien bâtiment avicole transformé en porcherie. En 2000, les deux entrepreneurs ont donc reconverti cette ferme pour pouvoir accueillir leurs premiers oiseaux. L'élevage ne constituait toutefois qu'une partie de leur visée, car ils avaient surtout à cœur de faire la mise en marché de leurs produits. « J'avais beaucoup de connaissances en transformation et ça m'a aidé », admet Angèle. En effet, l'ambitieuse gestionnaire voue la plupart de son temps à la transformation de la volaille et à la commercialisation des produits. « Je suis comme un laboratoire ambulant, à tous les mois j'essaie de sortir un nouveau produit », mentionne Angèle avec des étoiles plein les yeux lorsqu'elle parle de développement de produits. Leurs installations comprennent même un fumoir pour offrir une gamme de produits de volaille fumés.

Leurs installations comprennent même un fumoir pour **offrir une gamme de produits de volaille fumés.**

«Moi, je voulais être entrepreneure, travailler pour les autres, ça ne m'intéressait plus et je ne me voyais pas faire autre chose que de la volaille.»

Angèle et Jean ont certainement réussi à mettre la main sur la recette du succès, car ils chérissent le projet de doubler la production pour répondre à une demande croissante provenant de consommateurs consciencieux qui veulent savoir ce qu'ils mangent. En effet, les Volailles d'Angèle sont connues pour leurs méthodes d'élevage qui reposent, entre autres, sur une croissance lente des oiseaux qui sont nourris de moulée sans antibiotique, sans gras animal et sans farine animale. Sur place, les consommateurs peuvent également constater que les dindons ont accès à l'extérieur.

« On valorise beaucoup le dindon. À Noël, on vend beaucoup de dindons entiers, mais pour s'assurer que les gens réussissent leur recette, je leur propose un thermomètre à cuisson. » ›

Angèle et Jean ont la chance d'avoir de la relève, leurs deux fils, David et Antoine, qui sont déjà impliqués dans l'entreprise et qui souhaitent contribuer à son essor. David possède un baccalauréat en administration et Antoine est ferblantier et travaille pour l'instant dans une entreprise de ventilation. À l'image de sa mère, David a surtout un intérêt pour la transformation et la mise en marché tandis qu'Antoine suit plutôt les traces de son père en veillant au bien-être des oiseaux.

En cette période de croissance, Angèle et sa famille ne comptent pas s'asseoir sur leurs acquis. Au contraire, ils en sont à réfléchir à différentes avenues de commercialisation qui pourraient élargir leur marché de vente à la ferme. Qui sait, peut-être que dans quelques années les produits Volailles d'Angèle seront disponibles en épicerie et en ligne. Une chose est sûre, l'innovation demeurera au cœur de la stratégie d'entreprise puisque c'est l'ingrédient principal à la source de leur renommée.

LES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA

MOBILISER LES CONSOMMATEURS

TEXTE CALVIN MCBAIN, DÉLÉGUÉ DES ÉVQ AUPRÈS DES ÉDC

Au cours de la période marquant la fin de l'été et le début de l'automne, les Éleveurs de dindon du Canada ont encore une fois déployé une stratégie web grand public qui offrait aux consommateurs de toutes les provinces des recettes, des renseignements et des concours. En parallèle, plusieurs initiatives ont été élaborées via différents canaux afin d'accroître la notoriété du dindon auprès de différents publics cibles.

Parmi celles-ci, les ÉDC ont pris part à une campagne sur les médias sociaux pour la rentrée en partenariat avec les producteurs de lentilles du Canada. Également en septembre, les ÉDC se sont penchés sur la production du *Guide de cuisson de l'Action de grâce* et des brochures imprimées portant sur la cuisson et la préparation de la volaille. Dans un autre ordre d'idées, une promotion en magasin s'est déroulée en collaboration avec French's et Banques alimentaires Canada. Le concept était le suivant : à l'achat d'un dindon, les gens obtenaient un pot de moutarde gratuit et les ÉDC se sont engagés à faire un don de repas à une famille dans le besoin pour chaque dindon vendu dans le cadre de cette promotion.

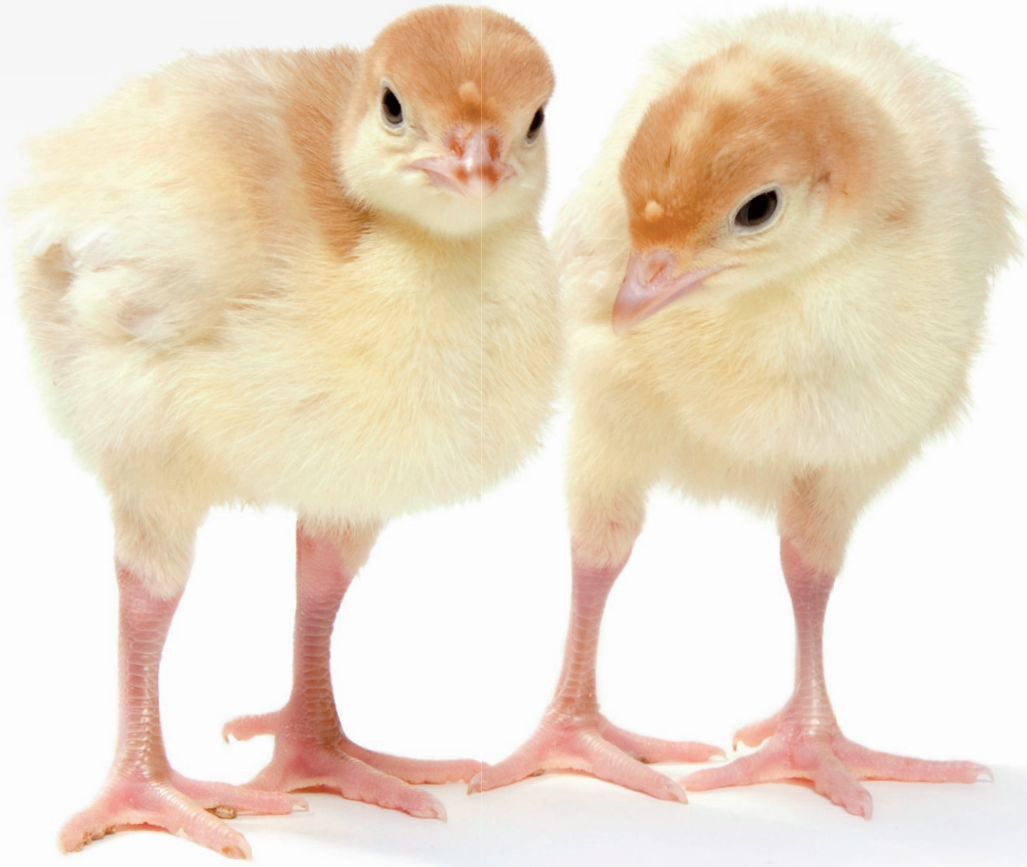
Des mises à jour ont été apportées au site dindoncanadien.ca, y compris l'ajout des sections *Ressources* (disponible en anglais seulement) ainsi qu'*Actualités et événements*. La première contient des fiches d'information à télécharger, dont trois portant sur la nutrition et une portant sur les temps et les températures de cuisson. >

Le **bulletin électronique du *Dindon canadien*** comporte de **délicieuses recettes**, des **astuces nutritionnelles** et plus encore.

Octobre a également été occupé pour les Éleveurs de dindon du Canada qui ont célébré le mois du dindon en offrant quatre prix hebdomadaires aux consommateurs et en lançant son offensive sur les médias sociaux vouée à l'Action de grâce. Le 4 octobre, les ÉDC se sont associés à Masalamommas pour organiser une fête Twitter essentiellement destinée à la collectivité de l'Asie du Sud.

À tous les mois, le bulletin électronique du *Dindon canadien* destiné aux consommateurs comporte de délicieuses recettes, des astuces nutritionnelles et plus encore. L'objectif derrière celui-ci est d'offrir plus de renseignements sur le dindon et des idées recette afin que cette protéine se retrouve au menu des familles canadiennes toutes les semaines.

Notre offensive des Fêtes sur les médias sociaux a été lancée au début du mois de novembre. Depuis, de succulentes recettes à base de dindon entier ont été publiées et continuent d'ailleurs de l'être jusqu'à la fin décembre afin que les gens ajoutent du dindon à leur menu du temps des Fêtes.



Mises à jour des programmes à la ferme des ÉDC

Des modifications aux programmes à la ferme des ÉDC, datées de juin 2017, ont été intégrées aux versions imprimées et électroniques du manuel de l'éleveur. La plupart des révisions sont fondées sur un examen des exigences de biosécurité du *Programme de salubrité des aliments à la ferme*© (PSAF) des ÉDC. En août, les ÉDC ont transmis les révisions imprimées à tous les offices provinciaux de commercialisation du dindon aux fins de distribution aux éleveurs et aux vérificateurs. La version électronique à jour du programme est accessible sur le nouveau portail en ligne des programmes à la ferme des ÉDC, à l'adresse **www.tfconfarmprograms.ca/fr/**. La mise en œuvre des changements est prévue pour le 31 décembre 2017. Les éleveurs qui ne sont pas encore inscrits sur le nouveau portail des programmes à la ferme des ÉDC sont encouragés à le faire afin de pouvoir tirer profit de sa fonctionnalité permettant de remplir les formulaires à l'écran de même que des renseignements utiles qui y sont publiés.

Le processus établi dans le cadre d'évaluation des soins aux animaux visant à mettre à jour le *Programme de soin des troupeaux*© (PST) des ÉDC de façon à l'harmoniser au *Code de pratiques pour le soin et la manipulation des œufs d'incubation, des reproducteurs, des poulets et des dindons* (2016) est déjà bien entamé. De plus, le conseil d'administration des ÉDC a approuvé l'ajout des reproducteurs de dindon à la portée du PST des ÉDC. Ce changement assure l'entière intégration du secteur de production de dindon au PST. L'équipe d'élaboration du programme d'évaluation des soins aux animaux continue de déterminer les mises à jour nécessaires et de souligner les dispositions propres aux reproducteurs de dindon.

Les éleveurs sont encouragés à s'inscrire au *Programme de salubrité des aliments à la ferme* et à accéder aux bulletins et aux formulaires connexes en se rendant à l'adresse mentionnée ci-dessus.

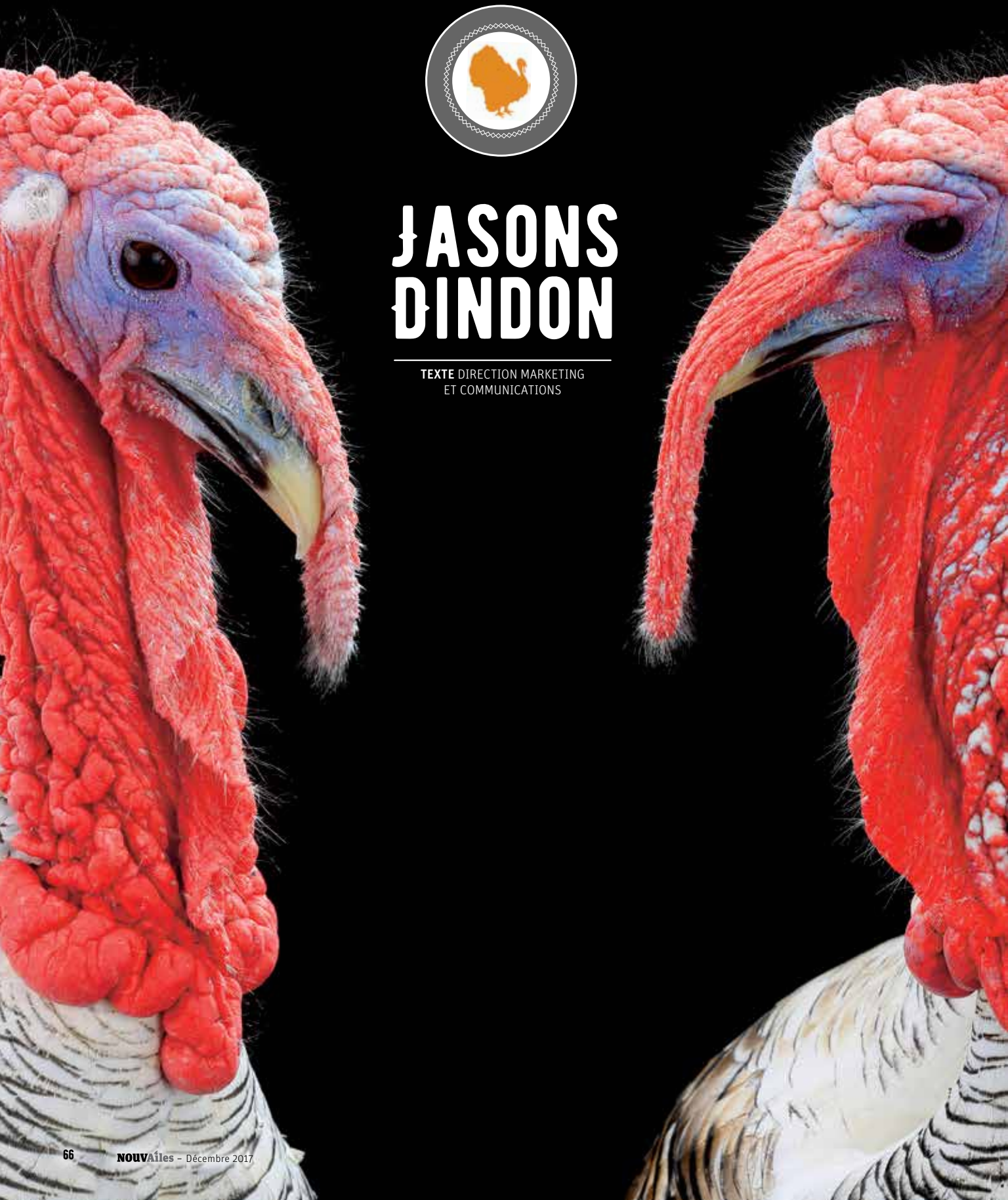
Le succès de votre entreprise avicole repose sur l'attention que vous portez à vos oiseaux et à votre rentabilité. Les experts de Canarm AgSystems peuvent vous aider à accroître votre profitabilité en maximisant l'efficacité de vos opérations et en générant des économies d'énergie. Nos systèmes de ventilation et de contrôleurs personnalisés et novateurs vous permettent de tabler sur votre succès tout en conservant un environnement humain. Contactez un expert Canarm comme Nora dès aujourd'hui.

Visitez canarm.com ou appelez (418) 446-5473 pour plus d'information.

CANARM® AgSystems™

LES SOCIÉTÉS LES MIEUX GÉRÉES AU CANADA

190044



JASONS DINDON

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS

Pour le Dindon du Québec, notre objectif est de continuer de dynamiser la marque et de faire goûter le produit à différents moments de l'année. L'approche marketing du Dindon du Québec doit demeurer jeune et dynamique, à l'image de ses éleveurs!

En 2017, en plus de nos grandes commandites sportives tels les Canadiens de Montréal, les Alouettes de Montréal, la Coupe Rogers, la Coupe Banque Nationale, les Carabins de Montréal et le Vert & Or de Sherbrooke, nous avons réalisé plus de 57 activités marketing différentes et 44 dégustations en épiceries avec notre camion de rue dans les IGA et les Metro de la province. Il s'agit d'un énorme déploiement terrain réalisé cette année! Pour arriver à des résultats positifs, beaucoup de coordination et d'efforts sont nécessaires avant, pendant et après chaque événement.

Retour sur une Action de grâce haute en couleur

Afin de rappeler aux gens l'importance de partager un bon dindon entier pour célébrer l'Action de grâce, notre équipe a misé sur plusieurs offensives enthousiasmantes!

Évidemment, les recettes de dindon étaient à l'honneur autant dans les médias traditionnels que sur le web, et ce, malgré la température estivale qui a perduré beaucoup plus tard qu'à l'habitude. Le dindon du Québec a également été très actif sur les médias sociaux que ce soit par le partage de savoureuses recettes de dindon entier ou par la diffusion, en exclusivité, d'une nouvelle vidéo de type Tasty d'un dindon entier miel et thym! Nous avons opté pour une recette simple pour encourager les gens à cuisiner le dindon entier pour l'Action de grâce. Près de 190 000 personnes ont été atteintes par cette publication.

Les contenus pertinents de nos partenaires, des restaurateurs, des chefs et des blogueurs qui ont également fait la promotion du dindon ont aussi été valorisés sur notre page Facebook.

Pour promouvoir cette période importante pour notre secteur, nous sommes aussi revenus en force avec la campagne *On se fait un dindon* sur le web et les réseaux sociaux qui a été très appréciée par les consommateurs.

Réveillez le petit chef qui sommeille en vous

Une délicieuse collaboration avec l'entreprise de boîtes à cuisiner Cook it est en cours depuis quelques mois. Plusieurs recettes à base de dindon ont été développées par leur équipe dont certaines ont été offertes à leurs 2 000 abonnés afin de valoriser auprès de familles à travers le Québec la cuisine du dindon. Au total, plus de 10 recettes ont été conçues avec du dindon; celles-ci sont d'ailleurs disponibles sur notre site web et ont été partagées aussi sur les médias sociaux. Ce partenariat nous permet de rejoindre un public jeune, avant-gardiste avec le souci de bien manger au quotidien.

Noël sans dindon, ce n'est pas un vrai Noël !

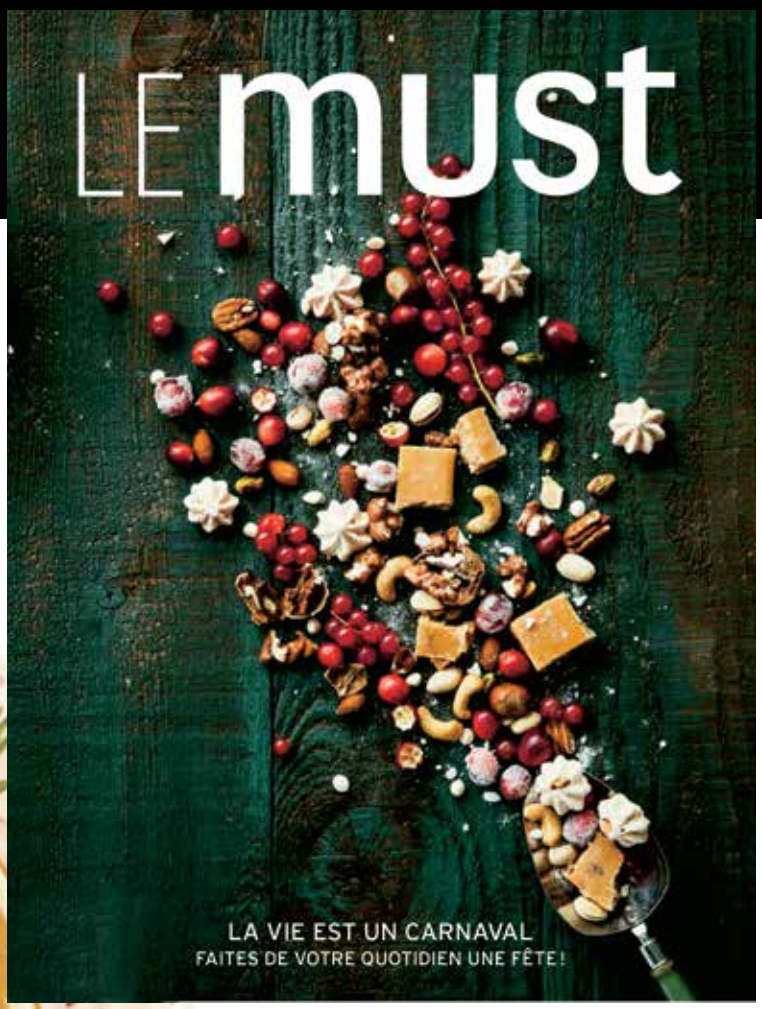
Le temps des fêtes est vraisemblablement le moment idéal pour stimuler la consommation de dindon entier. Nos stratégies marketing sont déployées à 360 degrés pour cette occasion. Nous avons comme objectif de :

- partager et créer du contenu recettes et lifestyle pour susciter l'intérêt des gens pour le dindon entier;
- faire connaître le métier d'éleveur de dindon;
- mettre de l'avant la cuisson facile et la qualité du repas en famille à l'occasion des fêtes;
- ancrer le message : le dindon, c'est le roi des célébrations de famille.

Des nouveaux contenus recettes

Les preuves ont été faites, les capsules vidéo réalisées en collaboration avec l'équipe d'Edikom, sont grandement appréciées des gens et particulièrement par les milléniaux, génération que nous désirons rejoindre davantage. Dans le cadre des offensives avec ce partenaire, nous souhaitons développer de nouvelles recettes mettant en vedette le dindon du Québec, qui sont simples à réaliser, sans compromettre le goût ni l'originalité du plat. Dans cet ordre d'idées, cinq nouvelles capsules vidéo ont été réalisées pour alimenter en contenu nos abonnés Facebook jusqu'en février 2018. Chacune des recettes a été stratégiquement créée pour refléter le mois dans lequel la vidéo est lancée.

Ces recettes se retrouvent aussi dans le magazine *LE Must* du mois de décembre qui a une portée de plus de 78 000 lecteurs. En plus de cette belle visibilité, nous avons créé un contenu exclusif portant sur l'élevage de dindons avec la participation de l'avicultrice Isabelle Foisy. Nous vous invitons d'ailleurs à vous procurer le numéro de décembre qui fait rayonner les aviculteurs du Québec et la qualité du dindon qu'ils produisent.



Le dindon du Québec et Ricardo, une histoire d'amour

Pour faire suite à la belle réussite qu'a été notre première collaboration avec Ricardo durant la saison estivale, nous poursuivons l'expérience des lectrices en créant du contenu intégré dans le très convoité numéro de décembre. Dans l'édition de Noël, un reportage sur l'histoire du dindon a été soigneusement rédigé abordant, entre autres, l'élevage et le marché du dindon au Québec. Toujours dans ce magazine, un article portant sur la famille de notre président Pierre-Luc Leblanc témoigne du caractère familial de notre secteur. Évidemment, plusieurs belles recettes sont mises de l'avant et donnent envie à n'importe quel amoureux de la bouffe de courir au supermarché pour se procurer du dindon. Notre protéine se retrouve même dans un cahier spécial sur l'érable qui présente une savoureuse recette de boulettes de dindon farcies au fromage et à l'érable.

Quoi de plus tendance qu'un aliment santé, faible en calories, riche en protéines et qui s'apprête de mille et une façons? Le prochain numéro de Ricardo édition janvier 2018 portera sur les tendances alimentaires en vogue. En plus d'y avoir inséré une pleine page de publicité dans les versions papier et numérique, pour une portée d'environ 120 000 foodies avides de nouveaux contenus, nous aurons également du contenu d'édition à même le magazine. Cet article de contenu rédactionnel portera sur les bienfaits nutritionnels du dindon. De plus, les 43 500 abonnées du *Ricardo* (version papier) recevront, à même leur magazine, notre beau dépliant de recettes Dindon du Québec! Impossible que les lectrices restent indifférentes au dindon après toutes ces initiatives; en plus d'être vu à plusieurs reprises, le contenu a été conçu pour les faire saliver et les inciter à aller se procurer le dindon du Québec en épicerie toute l'année durant.

Nous avons longuement songé à une façon de créer de l'engouement sur les médias sociaux durant la période des fêtes. Comme c'est un moment de l'année particulièrement achalandé en publicité, nous nous devions de trouver une idée hors du commun. Nous avons réfléchi à une façon de mettre de l'avant le dindon du Québec autrement que par la recette et les achats médias.

Dans le but de favoriser les ventes de dindon entier pour la période des fêtes, nous avons également créé un événement rassemblant une vingtaine de blogueurs culinaires. En partenariat avec Exceldor, nous avons accueilli une dizaine d'influenceurs dans la chaleureuse atmosphère du Café Ricardo. Autour d'un délicieux repas 4 services élaborés à partir de dindon du Québec, ceux-ci avaient l'opportunité d'échanger avec des éleveurs de dindon qui étaient sur place pour éduquer sur les strictes normes d'élevage et déboulonner certains mythes sur notre secteur. Cette soirée fut une réussite sur toute la ligne, les blogueurs ont généré du contenu pertinent sur les réseaux sociaux et sont repartis les bras chargés de surprises en plus d'avoir la tête remplie de savoureuses recettes de dindon. Un certificat-cadeau pour un dindon entier, offert par Exceldor, leur a aussi été remis pour créer, à leur tour, un dindon de Noël avec leurs proches et créer du contenu nouveau sur les réseaux sociaux. Un article plus détaillé vous sera communiqué dans la prochaine édition du *NouvAiles* comme l'événement vient tout juste de se terminer.

Le dindon du Québec – en vedette chez Scores

En vedette durant tout le mois de décembre, les pilons de dindon du Québec font leur retour au menu dans les restaurants Scores à travers le Québec. L'incontournable des Fêtes : pilon de dindon et pointe de tourtière. Excellente nouvelle !

Excellente nouvelle! Cool&Simple, notre nouvel ami complice gourmand!

Les cinq boutiques Cool&Simple, c'est plus de 365 idées surgelées pour épicuriens pressés. Simplifiez votre quotidien et vos grandes occasions avec ces solutions créatives et gourmandes! Peu importe l'occasion, les produits Cool&Simple sont faciles à préparer et sauront satisfaire les palais les plus exigeants.

Cool&Simple traiteur, c'est également un service de traiteur sous forme de congelé et on y retrouve de tout et pour tous les goûts. Les repas s'offrent en portions individuelles ou à partager.

Ce qui est également chouette de cette compagnie, c'est qu'ils font aussi la livraison à travers le Grand Montréal, et ce, dès le lendemain de votre commande.

Nous sommes très fiers de vous présenter le nouveau repas de Cool&Simple : le rôti de dindon du Québec farci aux pommes et ses accompagnements. Gageons que ce sera un grand succès auprès de leur clientèle!

Jefocare
Santé et prévention
Chez Jefo, nous comprenons votre engagement face à l'utilisation responsable des antibiotiques dans la production de volaille.
Nous avons les solutions pour vous appuyer dans cette orientation afin de maintenir la rentabilité de votre entreprise.

Jefo
La vie, en plus facile
VITAMINES
MINÉRAUX
ENZYMES
HUILES ESSENTIELLES ET
ACIDIFIANTS MICROENCAPSULÉS
ACIDES AMINÉS GRANULAIRES
193236

LE BIEN-ÊTRE ANIMAL, AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS

Le 19 octobre dernier s'est tenue à Québec l'assemblée générale annuelle sur la Stratégie québécoise de santé et de bien-être des animaux. Ce fut l'occasion pour les nombreux partenaires de cette organisation, dont font partie les Éleveurs de volailles du Québec, de réaffirmer leur engagement autour du thème de la rencontre : *Bien comprendre les rôles et responsabilités pour relever les défis d'aujourd'hui et de demain.* ›

Les organisations et les consommateurs se soucient de plus en plus du bien-être des animaux et font des choix qui correspondent à ces valeurs. Dans l'optique d'offrir des modes d'élevage et des produits qui concilient les attentes de la population et la réalité du secteur bioalimentaire, les acteurs de différentes organisations travaillent conjointement afin de mieux comprendre le portrait de la santé et du bien-être animal, et d'en tirer des pistes d'amélioration. Ultimement, les spécialistes veulent optimiser la prise de décision liée à la détection de maladies et améliorer la santé et le bien-être des cheptels par la prévention et la gestion de maladies.

Dans cet ordre d'idées, un bilan des activités de la Stratégie de 2016-2017 a été présenté par groupe sectoriel afin de mettre de l'avant les avancements qui ont été réalisés au cours de l'année.

Les dossiers en progression de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) ont été présentées par Dr Jaspinder Komal, médecin vétérinaire en chef du Canada oeuvrant à l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Il en ressort que l'OIE mise sur une stratégie mondiale qui valorise l'éducation des membres du gouvernement pour qu'ils puissent mieux saisir l'importance d'adopter une politique de bien-être animal et d'encadrer chaque étape de la production jusqu'à la transformation en instaurant des normes qui valorisent le bien-être animal.

Les Éleveurs de volailles étaient d'ailleurs commanditaires de l'événement. Nous avons remis des sacs à l'effigie de notre campagne publicitaire à tous les participants et avions également de la visibilité sur place.

Dans l'optique d'**offrir des modes d'élevage et des produits qui concilient les attentes de la population** et la réalité du secteur bioalimentaire, les acteurs de différentes organisations travaillent conjointement afin de **mieux comprendre le portrait de la santé et du bien-être animal, et d'en tirer des pistes d'amélioration**.

180 pays
sont membres
de l'OIE

En quoi consiste la Stratégie québécoise de santé et de bien-être des animaux ?

Intitulée *Pour UNE santé bien pensée!*, la Stratégie québécoise de santé et de bien-être des animaux rappelle que la santé des animaux et leur bien-être ont des répercussions sur la santé publique, sur l'environnement et sur l'économie.

Plus de 90 organisations sont partenaires de la Stratégie, principalement en provenance des secteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire, des animaux de compagnie et de loisirs ainsi que de la santé publique.

La Stratégie met de l'avant quatre grands objectifs :

- mieux comprendre l'importance de la santé et du bien-être des animaux;
- optimiser la prise de décision à la suite de détection de maladies;
- améliorer la santé et le bien-être du cheptel par la prévention et la gestion des maladies;
- adopter des modes d'élevage qui améliorent de façon durable la santé et le bien-être des animaux.

Les Éleveurs de volailles du Québec continuent de travailler conjointement avec d'autres organisations pour valoriser le bien-être animal.

DE NOUVEAUX PRODUITS DE DINDON *pour toutes occasions!*

TEXTE DIRECTION MARKETING ET COMMUNICATIONS

Exceldor Foods, filiale d'Exceldor COOP, détient les droits exclusifs d'exploitation de la marque Butterball au Canada.

Depuis septembre 2017, Butterball a lancé une nouvelle gamme de produits de dindon en épicerie et, avec cette nouvelle offre, l'entreprise a comme ambition d'augmenter la consommation de dindon au Canada en proposant une variété de découpes.

Flairant une bonne opportunité d'affaires, l'équipe stratégique de Butterball a voulu se différencier de l'offre de marché existante qui répond davantage à des besoins ponctuels, c'est-à-dire offrir du dindon entier aux consommateurs pour l'Action de grâce et Noël. Bien que l'organisation apprécie que les Canadiens associent cette protéine à ces fêtes traditionnelles et la consomment en viande froide dans leurs sandwichs, l'équipe marketing a voulu diversifier l'offre de produits pour répondre à la demande du marché.

Parmi la sélection de produits offerte, les consommateurs peuvent se procurer de la poitrine de dindon, entière ou en tranches, des ailes, des hauts de cuisse, des pilons, du bacon de dindon et plus encore. L'offre de découpes est d'ailleurs vouée à croître d'une année à l'autre, selon Tony Tavares, vice-président exécutif chez Exceldor Foods. Pour que les Canadiens pensent à intégrer le dindon à leur menu à chaque occasion, Butterball a déployé une série de tactiques marketing qui reposent principalement sur la mise en valeur des produits et des idées recettes inspirantes pour les consommateurs. Des investissements ont donc été faits en publicité télévisuelle, médias sociaux, commandite et autres avec l'intention de créer de l'engouement et de l'intérêt, surtout auprès des plus jeunes générations. L'équipe du marketing et des communications des Éleveurs de volailles du Québec travaille en concert avec l'équipe de Butterball afin de faire rayonner les nouveaux produits au Québec.

Arborant le slogan *Frais et facile*, les nouveaux produits Butterball sont présentés dans un emballage sous vide qui permet une plus longue durée de vie en tablette, soit 21 jours. En plus de répondre à des considérations esthétiques d'un point de vue marketing, l'emballage a surtout été choisi pour son aspect pratique qui diminue d'une part, les pertes alimentaires et d'autre part, les risques que prennent les détaillants en commercialisant un produit frais de courte durée. Le consommateur aussi y trouve son compte puisque l'emballage est facile à ouvrir et à manipuler, sans dégât ni tampon absorbant. Il permet également que la viande demeure bien hydratée une fois congelée pour éviter « les brûlures de congélation », souligne Sandy Fry, directrice du marketing chez Exceldor Foods. Les produits sont d'ailleurs légèrement saumurés et assaisonnés pour les rendre plus juteux et faciles à cuisiner. >

L'entreprise a comme ambition d'**augmenter la consommation** de dindon au Canada en **proposant une variété de découpes**.

hauts de cuisse sans os

pilons de dindon

poitrine de dindon avec os

poitrine de dindon sans os

Les nouveaux produits Butterball sont présentés dans un **emballage sous vide** qui permet **une plus longue durée de vie en tablette**, soit 21 jours.

ailes de dindon

hauts de cuisse avec os

Poitrine de dindon déjà assaisonnée au poivre noir, romarin et thym

D'un point de vue plus technique, l'approvisionnement de Butterball en dindon provient d'éleveurs du Québec et de l'Ontario, qui respectent les mêmes standards de qualité qui sont appliqués à l'échelle nationale .

L'abattage de dindons provenant du Québec est fait chez Unidindon en Montérégie tandis que la transformation se déroule à Hanover en Ontario et la distribution est faite au Québec, en Ontario et dans les Maritimes.

Le dindon est une viande santé qui offre plusieurs bénéfices pour la santé avec sa faible teneur en gras, sa richesse en protéines et vitamines. Grâce à ce nouveau projet de Butterball, les Canadiens peuvent désormais profiter d'un plus grand éventail de découpes de dindon qui conviennent à leur goût et à leur style de vie.

DINDON
DES INVENTAIRES DE PRODUITS SURTRANSFORMÉS INQUIÉTANTS

TEXTE DIRECTION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Offre

La production canadienne de dindon s'est établie à 142,1 Mkg entre le 1er janvier 2017 et le 30 octobre 2017, soit une diminution de 6,8 % par rapport aux dix premiers mois de 2016. Depuis le début de l'année réglementaire de 2017-2018, la production de dindon a baissé de 3,5 %, par rapport à la même période un an auparavant. Il est à noter que, comme le niveau des inventaires de dindon est relativement élevé, des baisses d'allocation pour le dindon destiné à la surtransformation et le dindon en sac ont été adoptées pour l'année 2017-2018.

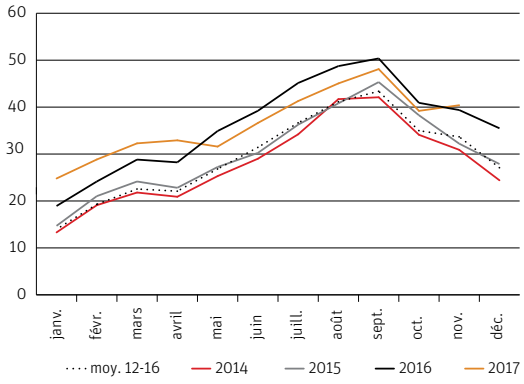
Au 1er novembre 2017, les inventaires canadiens de dindon totalisaient 40,4 Mkg. Ils étaient supérieurs de 2,7 % aux stocks enregistrés en 2016 pour la même période d'intérêt et supérieurs de 20,1 % à la moyenne quinquennale 2012-2016 pour le mois de novembre. Les stocks de *Dindons entiers de 5 à 9 kg* (17,9 Mkg) ont augmenté de 4,2 % par rapport à la même période en 2016 et de 7,5 % par rapport à la moyenne quinquennale 2012-2016. Pour ce qui est des inventaires de *Dindons entiers de plus de 9 kg* (5,7 Mkg), ils ont crû de 11,8 % sur un an et de 42,9 %, comparativement à la moyenne de 2012-2016. Le niveau élevé des inventaires de cette catégorie continue de soulever l'inquiétude dans l'ensemble du marché.

Au sein de la catégorie des *Morceaux*, les inventaires de *Poitrines désossées* poursuivent leurs ascensions. Ils se chiffrent désormais à 3,8 Mkg. Cela représente une hausse de 50,5 % par rapport à l'année dernière et de 231,6 %, comparativement à la moyenne quinquennale. De la même manière, les inventaires de *Produits surtransformés* étaient en hausse de 93,5 %, par rapport à novembre 2016 et supérieurs à la moyenne 2012-2016 de 53,6 % (Agriculture et Agroalimentaire Canada).

Enfin, le 11 novembre 2017, les importations de dindon sous contingents tarifaires s'élevaient à 4,9 Mkg. Depuis le début de l'année 2017, 89,1 % des licences d'importation ont été utilisées. Les niveaux d'importation sont légèrement supérieurs (+0,8 %) au prorata du contingent tarifaire totale pour les semaines correspondantes en 2017. En début d'année, les détenteurs de permis d'importation ont réduit l'utilisation de leurs licences, en raison des conditions de marché peu avantageuses. À l'approche de la fin d'année, les importateurs souhaitent remplir leurs allocations d'importation, ce qui a accéléré le rythme des entrées au pays, durant le troisième trimestre (Affaires mondiales Canada).

INVENTAIRES CANADIENS DE DINDON AU 1ER NOVEMBRE 2017

Mkg	2016	2017	%
<5 kg	6,7	6,4	-5,7 %
5 à 9 kg	17,2	17,9	4,2 %
> 9 kg	5,1	5,7	11,8 %
Morceaux	7,8	7,0	-10,7 %
Surtransf.	1,2	2,4	93,5 %
Divers	1,3	1,1	-14,2 %
Total	39,4	40,4	2,7



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada

C'est lors de la période des fêtes 2016-2017, alors que de nombreuses promotions sont apparues en circulaire, que **la hausse des ventes de produits d'appel** (dindons entiers) **a été la plus significative** sur le marché québécois.

Demande

Durant les dix premiers mois de 2017, la consommation domestique canadienne de dindon a atteint 107,5 Mkg. Cela correspond à une diminution de 2,2 %, comparativement au niveau observé en 2016 pour la même période. De la même manière, le niveau des exportations a diminué de 2,7 %, depuis le début de l'année, représentant un total de 2,1 Mkg. Bien que toujours très élevés, les niveaux des inventaires pourraient être ramenés à l'intérieur d'une fourchette plus confortable si les prix au détail sont faibles lors de la période des fêtes 2017-2018.

Selon les données compilées par Nielsen, le volume de dindon vendu au Canada entre la période de 52 semaines se terminant le 16 septembre 2017 et l'année mobile précédente a augmenté de 3,4 %. En effet, cette augmentation est attribuable aux ventes en volume réalisées sur le marché québécois, qui ont crû de 24,3 %, entre les périodes d'intérêt. C'est lors de la période des fêtes 2016-2017, alors que de nombreuses promotions sont apparues en circulaire, que la hausse des ventes de produits d'appel (dindons entiers) a été la plus significative sur le marché québécois. C'est également pour cette raison que les données sur la consommation domestique diffèrent de celles sur les ventes au détail. Calculées en valeur monétaire, les ventes ont augmenté de 1,9 % pendant les périodes couvertes par Nielsen, ce qui suggère qu'une baisse de prix d'environ 1,5 % fut notée sur une base annuelle. Les données d'Ipsos-Reid confirment que des baisses de prix sont enregistrées pour le dindon entier et pour les produits surtransformés.

Enfin, entre l'année mobile se terminant le 16 septembre 2017 et l'année mobile précédente, les parts de marché de la viande de dindon ont grimpé d'environ 5,0 % au Canada. Selon Nielsen, cette augmentation a été en partie effectuée au détriment du porc et du poulet (Nielsen).

OFFRE ET DEMANDE DE DINDON (EN MILLIERS DE KG)

	ANNÉE CALENDRIER 2017-01-01 AU 2017-10-30	VARIATION ANNÉE PRÉCÉDENTE (%)
Stocks d'ouverture	24 786	30,9 %
Production	142 117	-6,8 %
Importations	2 429	16,4 %
Offre totale	**169 333**	**-2,4 %**
Stocks de fermeture	40 447	-2,7 %
Consommation apparente	128 885	-2,3 %
Exportations	21 292	-2,7 %
Consommation domestique	**107 593**	**-2,2 %**

Source : ÉDC

Le plaisir de se réunir
pour partager un repas

POITRINES DE POULET FARCIES AUX CANNEBERGES ET AU FROMAGE DE CHÈVRE

PORTIONS : 4 - **TEMPS DE PRÉPARATION :** 20 MIN. - **TEMPS DE CUISSON :** 18 MIN.

Ingrédients

- 4 demi-poitrines de poulet désossées
- 60 ml (1/4 tasse) de canneberges entières fraîches ou séchées
- 60 ml (1/4 tasse) de fromage de chèvre à la crème
- 10 ml (2 c. à thé) de feuilles de sauge séchées
- 30 ml (2 c. à soupe) de beurre
- Pincée de sel
- 125 ml (1/2 tasse) de vin blanc

Étapes

1. Une poitrine de poulet à la fois, faire une incision horizontale d'environ 3,5 cm (1 ½ po) de long dans le côté le plus épais de la poitrine. Insérer l'index dans la fente et agiter pour former une petite pochette. Si vous utilisez des canneberges séchées, les couvrir d'eau bouillante et laisser reposer environ 5 minutes pour laisser grossir. Bien égoutter.
2. Dans un bol, mélanger les canneberges avec le fromage et 5 ml (1 c. à thé) de feuilles de sauge séchées. Utiliser les doigts pour veiller à ce que la sauge soit mélangée de façon uniforme. Prendre environ un quart du mélange et le fourrer dans la pochette de l'une des poitrines de poulet. Lisser et appuyer doucement sur le dessus de la poitrine pour étendre le mélange partout dans la poitrine. Répéter avec les autres poitrines. Si c'est fait à l'avance, recouvrir et réfrigérer jusqu'à une journée.
3. Pour cuire, faire fondre 15 ml (1 c. à soupe) de beurre dans une poêle à feu moyen. Ajouter le poulet. Saupoudrer généreusement de sel sur les deux côtés. Cuire jusqu'à ce que les deux côtés soient dorés, de 2 à 3 minutes par côté.
4. Saupoudrer le poulet de 5 ml (1 c. à thé) de feuilles de sauge séchées. Verser le vin sur le poulet. Recouvrir et réduire le feu à doux et cuire jusqu'à ce que le poulet soit tendre au toucher, de 4 à 6 minutes par côté. Mettre le poulet dans des assiettes.
5. Mettre le feu à température élevée. Ajouter 15 ml restant (1 c. à soupe) de beurre dans la poêle. Brasser constamment jusqu'à ce que la sauce recouvre le fond de la poêle. Verser sur le poulet.

Notes et conseils

Voici une recette impressionnante qui demande peu d'effort. Des poitrines dodues sont farcies de canneberges et de fromage de chèvre à la crème et assaisonnées de savoureuse sauge. Sautées dans du beurre jusqu'à ce qu'elles soient dorées, on ajoute un glaçage au beurre et au vin juste avant de servir. Très chic! Une purée de pommes de terre et des haricots verts ou des choux de Bruxelles avec des morceaux de bacon croustillant accompagnent bien ce plat.

Cette recette est une gracieuseté des Producteurs de poulet du Canada et a été conçue par Monda Rosenberg.

Le dindon entier au coeur des traditions des familles québécoises.

NOTES

Saviez-vous que pour Noël 2016, les Canadiens ont acheté 3,1 millions de dindons entiers, soit 41,7 % du total des dindons entiers vendus au cours de l'année?

DINDON DU QUÉBEC ENTIER MIEL ET THYM

PORTIONS : 10 - TEMPS DE PRÉPARATION : 30 MIN. - TEMPS DE CUISSON : 3 H À 3 H 45 - ATTENTE : 20 MIN.

Ingrédients

- 1 dindon du Québec d'environ 5 kg (11 lb)
- 30 ml (2 c. à s.) de sel
- 30 ml (2 c. à s.) de moutarde de Dijon
- 30 ml (2 c. à s.) de miel
- 125 ml (1/2 t.) de bouillon de poulet
- 1 branche de thym, effeuillée
- 15 choux de Bruxelles, coupés en deux
- 10 carottes nantaises, coupées en deux sur la longueur

Accompagnement

- 1 L (4 t.) de chair de courge ou de citrouille pelée et coupée en cubes
- 2 échalotes françaises, hachées
- 3 branches de fenouil, coupées en dés
- 2 tasses de pommes, coupées en petits cubes
- 1 gousse d'ail, hachée
- 60 ml (4 c. à s.) d'huile d'olive
- 22 g (1 tasse) d'abricots séchés, coupés en morceaux
- 500 ml (2 t.) de bouillon de poulet
- 250 ml (1 t.) de noix de pacanes, grillées et concassées

Étapes

1. Déposer le dindon, poitrine vers le haut, dans un grand plat à cuisson. Saler l'intérieur avec la moitié du sel. Parsemer le reste du sel sur la poitrine et les cuisses. Couvrir d'une pellicule de plastique et réfrigérer 1 heure.
2. Placer la grille dans le bas du four. Préchauffer le four à 180 °C (350 °F).
3. Dans un bol, mélanger la moutarde, le miel, le thym et le bouillon de poulet. Dans une grande rôtissoire, déposer le dindon, poitrine vers le haut. Éponger la peau avec du papier absorbant. Badigeonner avec le mélange de moutarde. Ajouter une tasse d'eau au fond du plat.
4. Cuire au four environ 3 h ou jusqu'à ce qu'un thermomètre inséré dans la cuisse indique 82 °C (180 °F). Après une heure, couvrir de papier d'aluminium. Arroser le dindon du jus de cuisson à quelques reprises. Une heure avant la fin ajouter les choux et les carottes.
5. Réserver dans un plat de service en couvrant la volaille de papier d'aluminium. Laisser reposer environ 30 minutes.

Accompagnement

6. Dans une grande casserole, faire revenir la courge, les échalotes, le fenouil, les pommes et l'ail dans la moitié de l'huile, une dizaine de minutes. Ajouter le reste des ingrédients. Bien mélanger. Répartir dans un grand plat de cuisson d'une contenance d'au moins 3 litres (12 t.), préalablement beurré.
7. Cuire la farce au four durant les 30 dernières minutes de cuisson du dindon sur la grille du bas. Pendant le repos du dindon, augmenter la température du four à à 200 °C (400 °F) et cuire la garniture encore 30 minutes ou jusqu'à ce qu'elle soit ferme et dorée.
8. Servir le dindon avec l'accompagnement pommes-courges ainsi que des choux de Bruxelles et des carottes.

hommage À PIERRE FRÉCHETTE

Le départ à la retraite de Pierre a été annoncé en octobre dernier. Travailleur acharné, analyste rigoureux et méthodique, Pierre a été un important acteur et contributeur au milieu de l'aviculture du Québec et du Canada.

En janvier 1994, Pierre franchissait les portes de l'UPA pour occuper le poste de directeur des affaires économiques au sein de notre fédération. C'était le début d'une aventure qui allait durer pas moins de 23 ans et au cours de laquelle le secteur avicole a connu plusieurs défis, mais surtout, une croissance de marché exceptionnelle. Après 8 ans à occuper ces fonctions, il a été promu directeur général des Éleveurs de volailles du Québec en 2002 où il est demeuré en poste pendant 15 ans.

À travers ces deux décennies passées à notre fédération, Pierre a su faire évoluer le secteur avicole pour répondre aux besoins changeants du marché tout en défendant avec passion et rigueur les intérêts des aviculteurs. Il a d'ailleurs contribué à l'avancement de plusieurs dossiers de haute importance pour notre secteur d'activité, dont l'instauration de mesures standardisées de biosécurité et de, le développement des ententes opérationnelles de 1995, 2001 et 2014 aux PPC, la création de l'ÉQCMA, le contrôle des importations, la défense de la gestion de l'offre, les accords commerciaux, etc.

Les éleveurs de poulet, les éleveurs de dindon de même que les employés de la fédération le remercient chaleureusement pour ses nombreuses années de service, pour ses réalisations ainsi que pour son engouement à faire rayonner les secteurs avicole, agricole et agroalimentaire.

Nous lui souhaitons le meilleur des succès dans ses projets.

L'équipe des Éleveurs de volailles du Québec

En septembre 1995, Pierre assiste à la signature de l'entente sur l'allocation et les prix du poulet. Cette entente a été signée par huit des dix provinces canadiennes, à l'exception de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve, en présence de Ralph Goodale, ministre fédéral de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

À la suite du Portrait agroenvironnemental des fermes québécoises **réalisé en 1999**, la Fédération met en place son Plan d'action en agroenvironnement. Une rencontre se tient en 2001 avec le ministre de l'Environnement, André Boisclair, à la ferme du président de la Fédération, Yves Baril. Pierre prend également part à cette rencontre.

Les Éleveurs de volailles du Québec participent depuis 15 ans à la tenue de la Journée *Portes ouvertes sur les fermes du Québec et de l'UPA* qui contribue grandement à mieux faire connaître l'agriculture au grand public. **Au kiosque de la Fédération en 2004**, Pierre fait déguster aux visiteurs de savoureux mets à base de poulet et de dindon pour mettre en évidence la qualité de nos produits et leur bon goût.

En mai 2009, par solidarité avec sa fille Camille, qui organise le *Défi têtes rasées* pour l'organisme Leucan au Cégep de Saint-Hyacinthe, et pour contribuer à l'effort de Leucan, Pierre décide, lui aussi, de relever le défi lors de l'assemblée générale annuelle des ÉVQ. La générosité des donateurs est sans pareille. En seulement une semaine, Pierre réussit à amasser plus de 5 200 $ servant à financer les multiples services de Leucan dans toutes les régions du Québec ainsi que la recherche clinique.

Les ÉVQ organisent depuis quelques années des activités de consolidation d'équipe pour son personnel. **À l'automne 2016,** Pierre reçoit tous les employés et les membres du CA à sa résidence et pour clôturer cet événement rassembleur, un repas de produits de volailles est servi par l'escouade du camion de rue du Dindon du Québec.

RÉUNIONS ET ÉVÉNEMENTS À VENIR

AGENDA

	– DÉCEMBRE –
4	ÉVQ – Réunion des délégués
5–7	UPA – Congrès général de l'UPA, Québec
7–8	RMAAQ – Séances d'arbitrage, Drummondville
10–13	OMC – 11e conférence ministérielle, Buenos Aires (Argentine)
11–12	RMAAQ – Séances d'arbitrage, Drummondville
15	Assemblée d'information pour les éleveurs de dindon, Drummondville
19–20	RMAAQ – Séances d'arbitrage, Montréal
25 DÉC. AU 2 JANV.	Période des fêtes (bureaux fermés)
	– JANVIER –
23–27	Ronde 6 des négociations de l'ALÉNA, Montréal
25–26	RMAAQ – Séances d'arbitrage, Drummondville
	– FÉVRIER –
21–24	National Turkey Federation – Congrès annuel, San Diego (États-Unis)

BABILLARD

Marie-Eve Tremblay, nouvelle directrice générale aux ÉVQ

Nous avons le plaisir de vous annoncer la nomination de M^me^ Marie-Eve Tremblay à titre de directrice générale au sein des Éleveurs de volailles du Québec. Marie-Eve a commencé ses fonctions le 27 novembre dernier.

Titulaire d'un baccalauréat en économie et gestion agroalimentaire et d'une maîtrise en gestion des affaires de l'Université Laval, Marie-Eve possède plus de 15 années d'expérience dans le secteur agricole et agroalimentaire. Elle a notamment œuvré à titre de directrice générale de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec, puis elle a occupé les fonctions de directrice des affaires économiques au sein des Éleveurs de porcs du Québec au cours des dernières années.

Dotée d'une compréhension pointue des enjeux des filières agricoles québécoises, du rôle de la production et du cadre règlementaire dans lesquelles elles évoluent, Marie-Eve détient une vaste expérience dans la direction et la mise en œuvre d'activités stratégiques, mais également dans la gestion des ressources opérationnelles, financières et humaines.

Marie-Eve est reconnue pour son sens politique, son leadership, sa détermination et son professionnalisme.

Marie-Jo Savignac, responsable aux guides et bilans

Mme Marie-Jo Savignac a joint les rangs des ÉVQ le 10 avril 2017 à titre de responsable aux guides et aux bilans pour la Direction des affaires réglementaires. Marie-Jo a une formation en techniques administratives (option finance) et possède 15 années d'expérience à titre de technicienne comptable. Elle a œuvré au cours des 10 dernières années dans le secteur du génie civil. C'est avec enthousiasme qu'elle aborde ce nouveau défi.

Edith Rochon, adjointe administrative

À l'emploi des ÉVQ depuis juin 2012, Édith Rochon a obtenu le poste d'adjointe administrative à la direction générale. Elle succède ainsi à M^me^ Sylvie Grenier, qui a quitté pour retraite bien méritée. Edith a notamment assumé les fonctions de commis-secrétaire et numérisation au Service de l'administration et contingentement.

Mélanie Savard, coordonnatrice des opérations

Mélanie Savard, qui occupait les fonctions de coordonnatrice pour la Direction administration et contingentement, a été promue cadre avec le titre de coordonnatrice aux opérations. Les membres de la direction sont convaincus que ses qualités et son efficacité opérationnelles continueront d'être des atouts pour le développement des ÉVQ.

Nous leur souhaitons

la meilleure des chances dans la prise en charge de leurs nouvelles fonctions.

NOUVAiles

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.

Le bulletin est uniquement envoyé aux titulaires de quotas de poulet et de dindon. Veuillez noter qu'une adresse courriel par numéro de quota est utilisée (celle fournie au Service du contingentement des ÉVQ).

Pour tout changement d'adresse courriel, écrire à **volailles@upa.qc.ca**.

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!

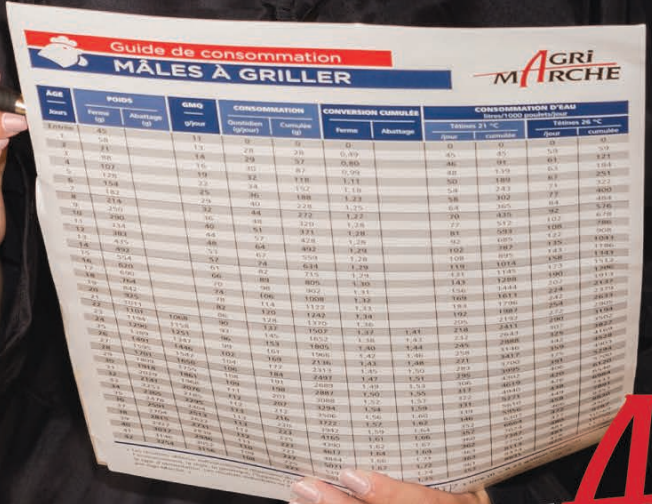
PRÉSENTS

au quotidien

PERFORMANCE ET RENTABILITÉ

PRÉSENTS et innovants pour vous procurer des aliments adaptés aux besoins de vos oiseaux et vous offrir la meilleure rentabilité qui soit. Quels que soient votre région et vos défis, vous pouvez compter sur l'expertise de notre équipe pour vous conseiller afin d'atteindre vos objectifs.

Agri-Marché, une équipe de passionnés à votre service.



AGRI MARCHE

PRÉSENT AU QUOTIDIEN DEPUIS 1913

1 800 463-3410 | AGRI-MARCHE.COM

194053