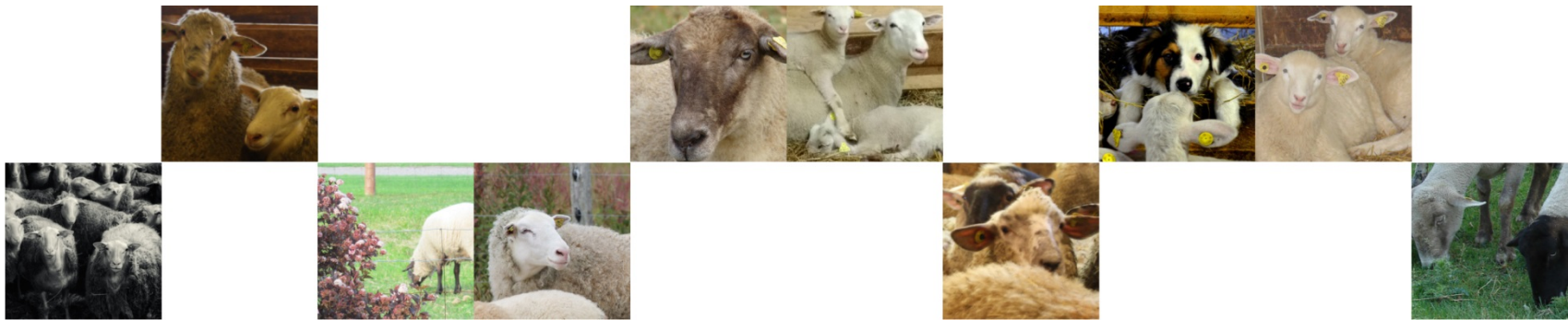


Table filière ovine québécoise

Plan stratégique du secteur ovine québécois 2017-2022

Version abrégée



Mai 2017

Table des matières

Contexte	1
Cadre d'analyse de la filière ovine québécoise	2
Mission et vision	3
Diagnostic synthèse du secteur ovin québécois	4
Vue d'ensemble du plan stratégique	5
Cible 1 : Besoins du marché et positionnement	6
Cible 2 : Optimisation de la mise en marché	7
Cible 3 : Support et production ovine	8
Cible 4 : Coordination sectorielle et support de l'État	9



Contexte

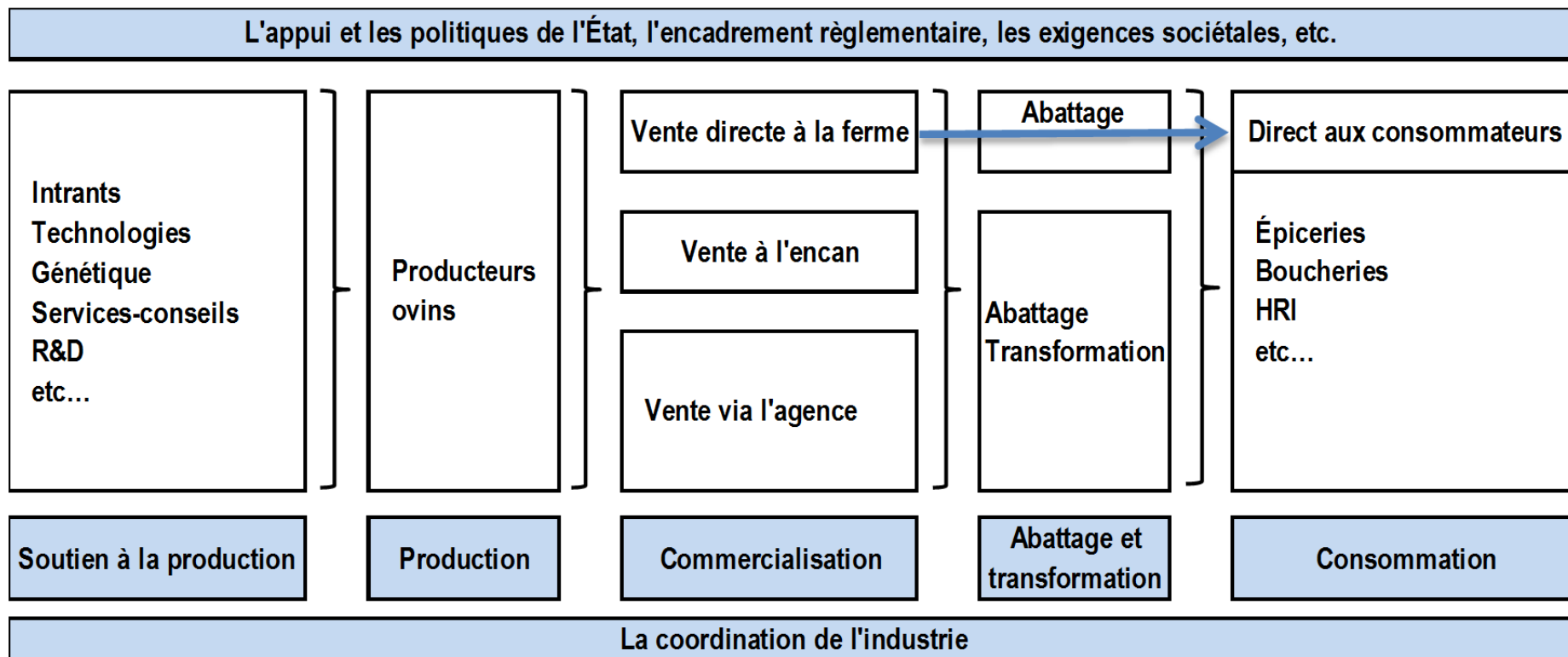
Le plan stratégique de la filière ovine 2010-2015 arrivant à terme, la Table filière souhaitait élaborer une nouvelle planification stratégique quinquennale afin de doter le secteur ovin d'un outil efficace pour la planification de son développement. Ce plan vise à s'appuyer sur des moyens réalistes à mettre en place pour atteindre les objectifs fixés et de répondre aux enjeux et défis identifiés à la suite de la réalisation du diagnostic de l'environnement interne et externe du secteur.

Le nouveau plan stratégique concerne principalement le secteur des animaux destinés à la viande ovine, le secteur des brebis laitières ayant déjà réalisé un plan stratégique pour l'horizon 2014 – 2018. Malgré cela, des membres du comité brebis laitières ont été consultés sur les forces, faiblesses, menaces et opportunités¹ du secteur en vue d'identifier leurs enjeux sectoriels et, au besoin, considérer globalement des enjeux qui toucheraient les secteurs de la viande et du lait. Bien que plusieurs actions prévues dans le plan stratégique puissent s'adresser aux deux secteurs (notamment, dans la cible 3 concernant les actions sur la santé, le conseil, la génétique, etc.), la Table filière a surtout identifié l'importance pour le secteur de la brebis laitière, de pouvoir compter sur l'appui d'un coordonnateur pour assurer la mise en œuvre de leur plan stratégique actuel. Cet aspect est présenté dans la cible 4.

¹ À certains endroits dans les tableaux diagnostic, des forces, faiblesses, menaces et opportunités sont indiquées spécifiquement pour le secteur de la brebis laitière.



Cadre d'analyse de la filière ovine québécoise



Mission et vision

Mission

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

Vision

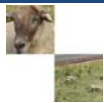
Grâce à son dynamisme, la filière ovine québécoise rayonne et se démarque par une offre croissante de produits de qualité et attrayants, en phase avec les attentes des consommateurs et de la société tout en assurant la compétitivité des entreprises de la filière.



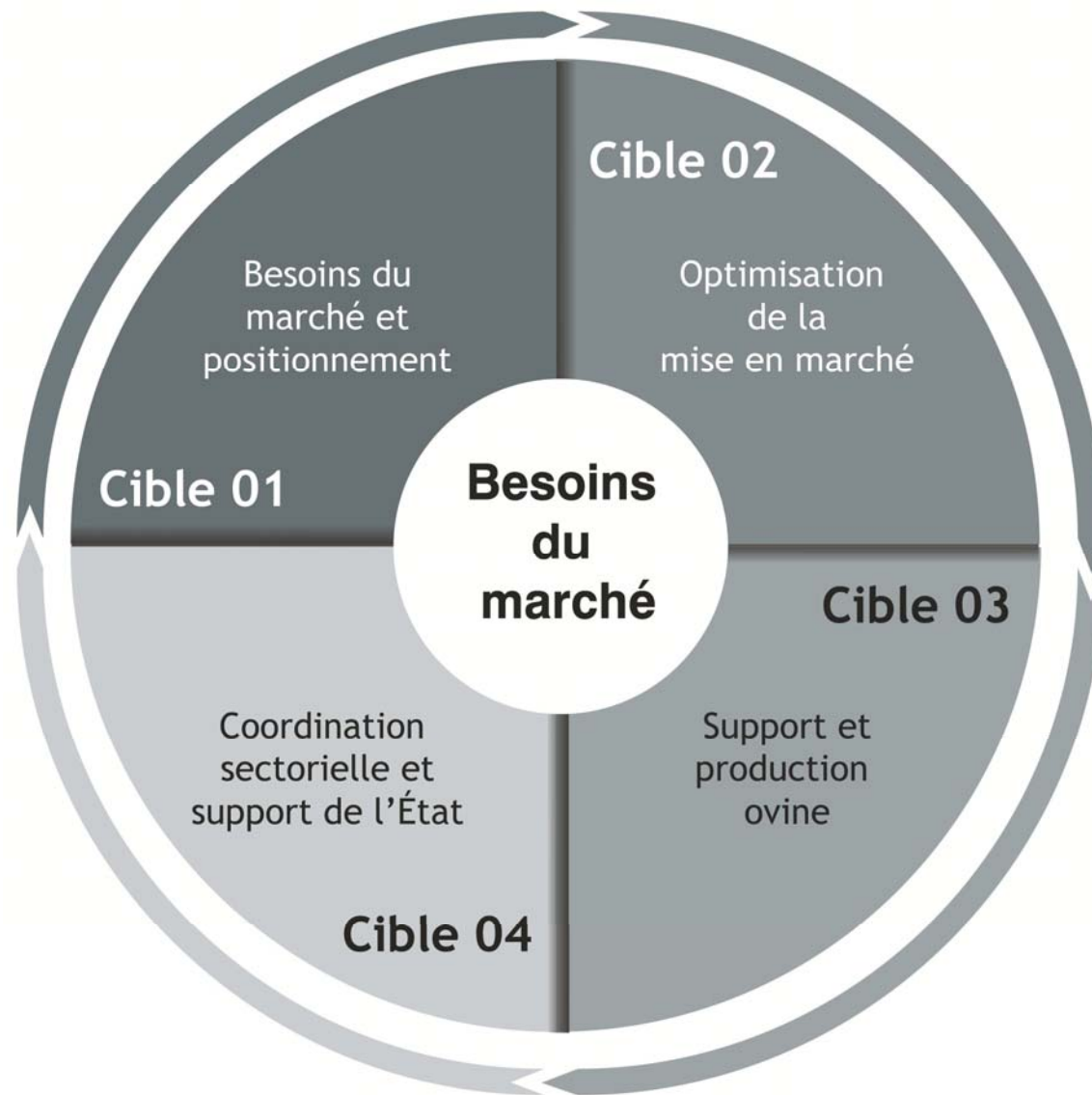
Diagnostic synthèse du secteur ovin québécois

FORCES	FAIBLESSES
<p>Le détail et la promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les perceptions positives de certains groupes de consommateurs face à l'agneau du Québec • Le positionnement de l'agneau du Québec dans certains segments de marché <p>La mise en marché, l'abattage et la transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • La diversité des réseaux de commercialisation • La sécurité d'approvisionnement, la garantie de paiement et la stabilité des prix dans l'agneau lourd • Les capacités d'abattage et les infrastructures de transformation <p>Le support et la production</p> <ul style="list-style-type: none"> • La présence d'un centre d'expertise dédié • L'existence de trois catégories d'agneaux pour répondre aux besoins du marché • L'offre de services aux entreprises (formation, logiciel Ber-gère, réseau vétérinaire, etc.) <p>La coordination sectorielle et le support de l'État</p> <ul style="list-style-type: none"> • La diversité des acteurs et la complémentarité des expertises • La fierté et la combativité sectorielles • La relance de la Table filière et la concertation des acteurs 	<p>Le détail et la promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • La faible connaissance des besoins du marché par les producteurs et l'adéquation variable de la qualité produite • La faible coordination des efforts de promotions/spéciaux entre les acteurs • Les pertes de parts de marché dans les chaînes d'alimentation <p>La mise en marché, l'abattage et la transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • La difficulté du secteur à répondre aux besoins du marché • La gestion difficile des fêtes • La diminution de la demande pour les ventes en carcasses dans certains segments de marché et la gamme limitée de produits offerts <p>Le support et la production</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'attrait difficile de la relève (production, conseillers et chercheurs) • L'adéquation des races/sujets à privilégier pour répondre aux besoins du marché • La rentabilité difficile et les coûts de production élevés <p>La coordination sectorielle et le support de l'État</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les perceptions parfois négatives de producteurs à l'égard de l'Agence et des LEOQ • L'absence de vision et un manque de cohésion sectorielle sur des enjeux ou sur les priorités • Les ressources organisationnelles et sectorielles limitées <ul style="list-style-type: none"> • Le désengagement financier de l'État
OPPORTUNITÉS	MENACES
<p>Le détail et la promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le marché domestique non comblé par l'agneau du Québec • L'amélioration des relations avec les acteurs du détail (chaînes, boucheries, restaurants) • La diversité des canaux de mise en marché et des clientèles <p>La mise en marché, l'abattage et la transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'amélioration de la qualité des agneaux et de la régularité/prévisibilité de l'offre • La mise en œuvre d'une chaîne de valeur pour l'agneau lourd et léger • L'amélioration de la gestion des fêtes <p>Le support et la production</p> <ul style="list-style-type: none"> • La professionnalisation de la production et l'accroissement de la productivité <p>La coordination sectorielle et le support de l'État</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le développement d'un fonds d'industrie pour financer les dossiers prioritaires • L'amélioration de la concertation sectorielle et du lien de confiance entre les acteurs de la filière • L'appui de l'État pour soutenir le développement de la filière 	<p>Le détail et la promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • La substitution d'agneaux du Québec par des agneaux importés (ou autres viandes) • La réduction de la consommation de viande <p>La mise en marché, l'abattage et la transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'accroissement des importations et du commerce interprovinciaux • Le retrait d'abattoirs multi-espèces du secteur en raison des baisses de volumes <p>Le support et la production</p> <ul style="list-style-type: none"> • La pérennité des entreprises <p>La coordination sectorielle et le support de l'État</p> <ul style="list-style-type: none"> • La pérennité des organismes sectoriels • Les changements ou les pertes de programmes

**Diagnostic synthèse
du secteur
ovin québécois**



Vue d'ensemble du plan stratégique

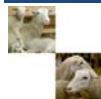


Cible 1 : Besoins du marché et positionnement

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

Enjeu	Défis
<ul style="list-style-type: none"> La consolidation des parts de marché de l'agneau du Québec 	<ul style="list-style-type: none"> Répondre aux besoins du marché (consommateurs, chaînes, etc.) Accroître l'accessibilité des produits d'agneaux Diversifier l'offre de produits d'agneaux (découpes et produits transformés) Distinguer les produits d'agneaux du Québec sur le marché Obtenir l'appui des acteurs du détail pour la promotion de l'agneau du Québec

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

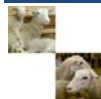


Cible 2 : Optimisation de la mise en marché

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

Enjeux	Défis
<ul style="list-style-type: none">• Une mise en marché optimisée et harmonisée• La capacité de réponse aux besoins du marché• Le maintien des parts de marché	<ul style="list-style-type: none">➤ Améliorer la capacité de réponse aux besoins du marché➤ Atténuer les effets de distorsion de la mise en marché des catégories d'agneaux➤ Améliorer la prévisibilité et l'arrimage de l'offre et de la demande➤ Améliorer la concertation des producteurs et acheteurs➤ Améliorer la gestion des fêtes➤ Accroître l'offre de découpes et de produits transformés qui répondent aux besoins des consommateurs➤ Maintenir un réseau d'abattage et de transport performants pour assurer le développement sectoriel

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

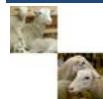


Cible 3 : Support et production ovine

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

Enjeux	Défis
<ul style="list-style-type: none"> • La pérennité des entreprises ovines québécoises • La capacité de répondre aux besoins du marché 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Assurer l'adéquation de la recherche, de la génétique, du conseil et de la production pour répondre aux besoins du marché ➤ Optimiser l'efficacité du modèle de production et la performance des troupeaux ➤ Assurer la rentabilité des entreprises de production ➤ Accélérer la professionnalisation des entreprises ➤ Attirer la relève sectorielle (production et acteurs de soutien) ➤ Améliorer l'homogénéité et la prévisibilité de l'offre

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



Cible 4 : Coordination sectorielle et support de l'État

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

Enjeux	Défis
<ul style="list-style-type: none">• Un développement sectoriel coordonné permettant l'accroissement des parts de marché	<ul style="list-style-type: none">➤ Coordonner la mise en œuvre du plan stratégique sectoriel➤ Améliorer la cohésion et la communication sectorielles➤ Obtenir un support adapté de l'État➤ Identifier des leviers ou modes de financement sectoriels

Axes d'intervention	Objectifs
A. Cohésion sectorielle	<ul style="list-style-type: none">• Assurer la cohésion sectorielle et la communication entre les maillons et acteurs de la filière
B. Financement	<ul style="list-style-type: none">• Assurer le financement des projets sectoriels
C. Support de l'État	<ul style="list-style-type: none">• Mener des représentations sectorielles sur l'adaptation des programmes et réglementations

