

*Fédération des producteurs
d'agneaux et moutons du Québec*



*Rapport annuel
2015 / 2016*



555 boulevard Roland-Therrien, bureau 545
Longueuil (Québec) J4H 4E7
Téléphone : 450 679-0530
Télécopieur : 450 674-4415
www.agneauduquebec.com

Images

Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec,

Mark Robinson, Geneva et Hot Grill.



Sommaire

- 04. Historique et mandat*
- 06. Mot du président*
- 08. Mot de la directrice générale*
- 10. Le conseil d'administration 2015/2016*
- 11. Le comité exécutif 2015/2016*
- 12. Le personnel 2015/2016*
- 14. Les dossiers de mise en marché et comités 2015/2016*
 - 17. Dossier Mise en marché : Agence de vente des agneaux lourds*
 - 24. Dossier Mise en marché : Marché des agneaux de lait et légers*
 - 28. Les comités 2015/2016*
- 36 Les projets 2015/2016*
- 42. Communication*
- 43. Programme de paiement anticipé*
- 45. Les 10 syndicats ovins régionaux*

Historique et mandat

Fondée en 1981, la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ) est un syndicat agricole dont la principale mission est de défendre les intérêts sociaux, économiques et personnels des producteurs d'ovins du Québec.

Affiliée à l'Union des producteurs agricoles (UPA), la FPAMQ est formée de 10 syndicats régionaux et compte 894 producteurs dont le nombre de brebis se chiffre à plus de 140 500 têtes¹.

La Fédération gère le plan conjoint des producteurs d'ovins depuis 1982 qui est légalement reconnu par la Régie des marchés agricoles et alimentaires (RMAAQ) sous la Loi de mise en marché. Adopté par les producteurs, ce plan rassemble sur une même plateforme tous les producteurs afin d'établir des conditions de vente et un prix du produit équitable pour tous. Cette légitimité lui permet de mettre en place des normes de qualité ainsi qu'un plan de promotion visant à positionner favorablement la production ovine au Québec et au Canada. Également, le programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) administré par la Financière agricole du Québec, permet aux producteurs de couvrir une partie de leurs coûts de production.

La Fédération administre l'Agence de vente des agneaux lourds depuis 2007. Plus de 66 000 agneaux lourds ont été transigés pour 2015-2016. Elle convient avec les acheteurs des pistes d'amélioration de la Convention de mise en marché des agneaux lourds. Lors de l'assemblée générale annuelle des producteurs visés par le plan conjoint, la Fédération convient des modifications à apporter au Règlement sur la vente en commun.

La FPAMQ pilote également les dossiers liés à l'économie, l'identification du produit, l'environnement ainsi qu'à l'élaboration de normes liées à la qualité du produit et au développement de nouveaux marchés.

Pour l'année financière 2015-2016, la Fédération s'est penchée particulièrement sur plusieurs dossiers concernant la mise en marché, la sécurité du revenu des producteurs ovins, la santé animale, le secteur de la brebis laitière et la promotion.

La Fédération participe à la recherche et au développement de la production de concert avec ses partenaires :

- la Société des éleveurs de moutons de race pure du Québec (SEMRPQ) et
- le Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ).

¹ Statistique Canada, au 1^{er} juillet 2016

La FPAMQ a pour mission de représenter l'ensemble des producteurs d'agneaux et moutons du Québec.

Ses principaux mandats sont :

- ✦ Gérer tout programme ou plan concernant la production ovine ;
- ✦ Administrer le plan conjoint des producteurs ainsi que différentes activités relatives à la mise en marché ;
- ✦ Participer aux activités de vulgarisation, des techniques de production agricole et ovine et des techniques de santé animale ;
- ✦ Évaluer les législations ayant trait au secteur et suggérer des modifications le cas échéant.

1981. Les producteurs d'ovins du Québec décident de se regrouper pour défendre leurs intérêts, assurer le développement et la visibilité de leurs produits sur les marchés afin de positionner le secteur et en assurer la pérennité. Ils entreprennent alors une démarche pour assurer leur représentation grâce à une voie commune. En 1981 est créée la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec (FPAMQ) affiliée à l'UPA. À ses débuts, la FPAMQ compte 412 producteurs avec un cheptel de 54 356 brebis.

1982. La date d'entrée en vigueur du Plan conjoint des producteurs d'ovins du Québec est le 20 octobre 1982. La FPAMQ est désignée pour administrer ce plan. Le volet « Agneau » au programme Assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) est mis en place la même année.

Mot du président

Yves Langlois

Ce rapport d'activité est le premier enregistré à mon actif et je suis très honoré de vous le présenter. Jusqu'en novembre 2015, M. Langis Croft a présidé durant seize années notre organisation. Qu'il me soit permis ici de le remercier et de rendre hommage à son action et aux efforts qu'il y a consentis pour que notre secteur connaisse un meilleur essor.

De nombreux chantiers ont été ouverts ces dernières années et plusieurs réalisations ont été accomplies au cours de l'année qui vient de s'écouler. La commercialisation, le développement de marché ainsi que la promotion du produit ont été au cœur de nos préoccupations. En s'appuyant sur le premier plan marketing que nous venons d'élaborer et qui restera à mettre en œuvre dans le futur, nous sommes dotés d'un outil qui va servir à mieux pré-

ciser nos stratégies et atteindre nos objectifs, et ce, en collaboration avec les acteurs de la transformation et de la distribution. Cet outil devra nous permettre de tisser des liens avec le consommateur dans le but de satisfaire ses besoins.

Cette année a également été sous le signe d'alliances et de coopération avec des partenaires de l'Ontario. Nous bâtissons des relations de confiance qui nous permettent d'échanger sur les marchés et les défis auxquels le secteur fait face de part et d'autre des deux provinces. Ces informations et échanges qui sont à notre service jouent un rôle déterminant dans notre compréhension du marché et nous permettent d'obtenir de meilleurs prix sur le marché. L'Agence de vente d'agneaux lourds est un pilier incontestable, un outil qui est envié par des producteurs qui ne possèdent pas de structures de mise en marché ordonnée dans d'autres provinces.

L'agneau lourd a certes débuté l'année par un effritement des prix mais ces derniers se sont redressés tout au long de la période avec une hausse de 1 \$/kg carcasse depuis le début de l'année.

Au cours des 35 dernières années, un travail colossal a été réalisé au niveau de notre Fédération qui n'aurait pu être mis en œuvre sans notre foi, notre détermination et notre ténacité. Soyons en fiers et fêtons ensemble !

Enfin, je tiens à remercier les membres du conseil d'administration qui m'ont fait confiance lors de ce mandat et pour leur disponibilité et dévouement. Des défis restent encore à relever mais ensemble, avec les efforts et le professionnalisme de toute l'équipe des permanents de la Fédération, nous serons amplement en mesure d'atteindre nos objectifs.

Ensemble nous sommes désormais, engagés dans de nouveaux sentiers pleins de promesses.

À tout un chacun, je vous souhaite une agréable assemblée générale annuelle 2016.

Yves Langlois

1989. Une enchère électronique obligatoire voit le jour. De courte durée, cette initiative avortera lors d'une assemblée générale spéciale en 1990.

1993. La Fédération adhère à Qualité-Québec, une initiative visant à mieux définir et faire connaître les modalités concernant le contrôle de la qualité et la provenance des agneaux vendus sous cette étiquette.

Mot de la directrice générale

Amina Baba-Khelil, agr. M.Sc.

Comme le témoigne ce rapport, l'année 2015-2016 fut une année bien remplie tant pour les membres du Conseil d'administration que pour les permanents de la Fédération. L'arrivée d'un agent de mise en marché à la Fédération cet hiver, a mis du piquant au sein de la troupe. Avec nos forces spécifiques à chacun, nous formons désormais une équipe de travail qui est à son meilleur. Unis par des valeurs communes, nous nous dirigeons dans le sens qui nous permet d'atteindre nos objectifs.

Après neuf ans d'opération, l'Agence de vente d'agneaux lourds continue à innover pour trouver les solutions optimales afin de résoudre la double équation des exigences du marché et de la nécessité de la rentabilité pour assurer la pérennité et la viabilité des entreprises. La Fédération a axé ses efforts sur les activités de veille informationnelle sur le marché pour mieux cerner l'environnement commer-

cial et anticiper ses évolutions. Un outil a également été développé afin de mieux analyser les données de classification des agneaux lourds, une source d'informations incontestable pour le producteur.

L'agneau du Québec est unique par sa qualité. Dans un marché ouvert, marqué de complexité, d'incertitude et de changement permanent, il ne suffit plus de produire des produits d'excellente qualité. Il faut aussi informer les consommateurs sur la qualité que les éleveurs leur proposent et sur les normes qu'ils respectent, et ce, à travers la promotion et la communication. Cette année, la Fédération a déployé beaucoup d'efforts en termes de promotion et a réalisé un plan stratégique marketing afin de différencier le produit aux yeux des consommateurs, et de créer une image qui permettra à l'agneau du Québec de se positionner et d'attirer naturellement les clients ciblés. Il s'agira dans le futur de poursuivre le travail à travers la mise en œuvre de ce plan car nous sommes appelés à porter l'ambition d'amener l'agneau du Québec à avoir une marque distinctive.

Avant de terminer, je désire remercier les membres du Conseil d'administration du travail accompli cette année. De plus, en tant que

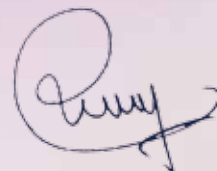


directrice générale, j'ai le plaisir de travailler avec une équipe dévouée, fiable et consciencieuse qui est toujours prête à répondre à tous les appels. Que chacun trouve ici le témoignage de mes sincères remerciements.

À notre AGA de cette année, j'espère que nous partagerons ensemble un moment empreint de plaisir et d'émotions car aux termes des 35 ans de notre organisation, nous avons de

nombreuses raisons de célébrer le passé mais également de nous tourner avec optimisme vers le futur.

Bonne AGA !



1997. Le CEPOQ voit le jour grâce à la collaboration de la FPAMQ, de la SEMRPQ et de l'Université Laval, suite à la fermeture de la Ferme expérimentale de La Pocatière (Agriculture et Agroalimentaire Canada). Les producteurs du Québec avaient considéré la nécessité de maintenir un centre de recherche sur le territoire.

La même année, une crise sanitaire sans précédent survint : la tremblante du mouton. En 18 mois, près de 11 000 brebis sont abattues. Plus de 500 producteurs ont manifesté à Ottawa afin d'obtenir une compensation adéquate et équitable pour la perte de leurs sujets : **un programme spécial est instauré en 1998.**

Conseil d'administration

de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec

Président

Yves Langlois

Abitibi/Témiscamingue

Yves Côté

Bas-Saint-Laurent

François Deslauriers

Estrie

Mario-Antoine Roy

Gaspésie

Francine Pelletier

Lanaudière

Stéphane Boucher

Centre-du-Québec/Mauricie

Pierre Lessard

Outaouais/Laurentides

Maxime Leduc

Chaudière-Appalaches/Québec

Éric Lamontagne

Saguenay/Lac-St-Jean

Philippe Lapointe

Montérégie

Martin Brodeur-Choquette



De gauche à droite : Stéphane Boucher, Francine Pelletier, Marie-Antoine Roy, Yves Langlois, François Deslauriers, Yves Côté, Martin Brodeur-Choquette, Maxime Leduc, Philippe Lapointe, Pierre Lessard, et Éric Lamontagne,



Stéphane Boucher, Yves Langlois, Martin Brodeur-Choquette et Pierre Lessard

Comité exécutif

de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec

Président

Yves Langlois

1^{er} vice-président

Pierre Lessard, Centre-du-Québec / Mauricie

2^e vice-président

Martin Brodeur-Choquette, Montérégie

Membre exécutif

Stéphane Boucher, Lanaudière

Rapport des instances

**Le conseil d'administration s'est réuni à 18 reprises
& le comité exécutif a tenu 8 rencontres.**

Le personnel

de la Fédération des producteurs d'agneaux et moutons du Québec

Amina Baba-Khelil
directrice générale

Johanne Laparé
secrétaire de direction

Marion Dallaire
chargée de communication


Raphaël Chevalier
coordonnateur des activités de mise en marché

Rock Eric Hounhouigan
agent de mise en marché

Karina Sanschagrín
commis principale aux opérations de l'Agence de vente



Rock Eric Hounhouigan , Karina Sanschagrín, Marion Dallaire, Amina Baba-Khelil, Johanne Laparé & Raphaël Chevalier



1999. Le projet de classification des agneaux obtient un appui financier : un projet déterminant pour l'organisation de la mise en marché.

2001. Édition du premier numéro d'*Ovin Québec*; véhicule commun d'information de la FPAMQ, du CEPOQ et de la SEMRPQ.

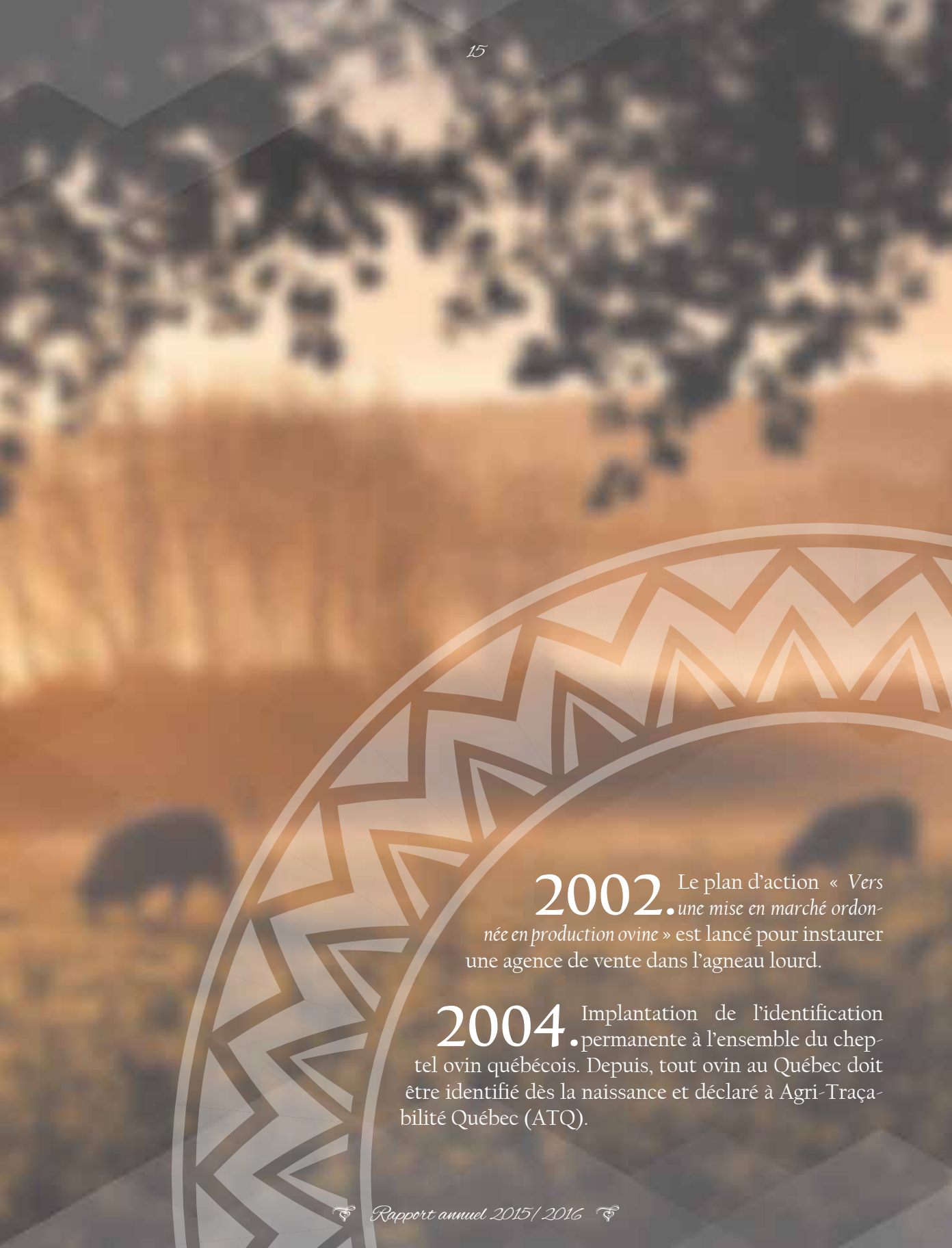
Les dossiers de mise en marché et comités 2015/2016

La Fédération s'occupe de plusieurs sujets d'intérêt pour ses membres. Les différents dossiers sont répartis entre les comités de travail.

Les comités sont composés d'administrateurs, de professionnels et, selon les besoins, de producteurs. Le rôle des comités est d'étudier et analyser les divers dossiers. Les recommandations des comités sont acheminées au conseil d'administration pour adoption.

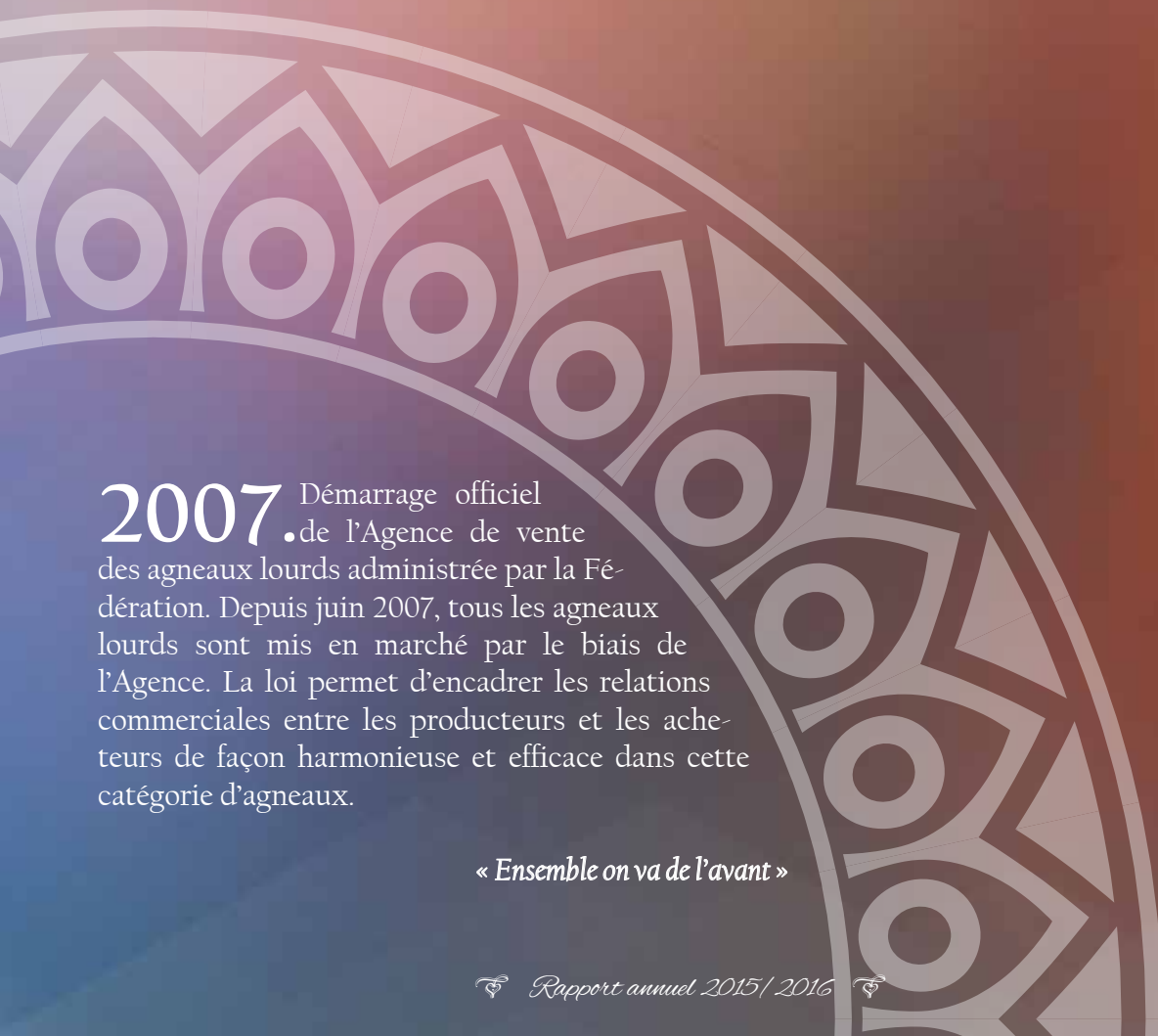
Les dossiers de mise en marché et les comités 2015/2016 :

- Agence de vente des agneaux lourds
- Marché des agneaux de lait et légers
- Sécurité du revenu
- Santé animale
- Brebis laitière
- Promotion
- Comités externes



2002. Le plan d'action « Vers une mise en marché ordonnée en production ovine » est lancé pour instaurer une agence de vente dans l'agneau lourd.

2004. Implantation de l'identification permanente à l'ensemble du cheptel ovin québécois. Depuis, tout ovin au Québec doit être identifié dès la naissance et déclaré à Agri-Traçabilité Québec (ATQ).



2007. Démarrage officiel de l'Agence de vente des agneaux lourds administrée par la Fédération. Depuis juin 2007, tous les agneaux lourds sont mis en marché par le biais de l'Agence. La loi permet d'encadrer les relations commerciales entre les producteurs et les acheteurs de façon harmonieuse et efficace dans cette catégorie d'agneaux.

« Ensemble on va de l'avant »

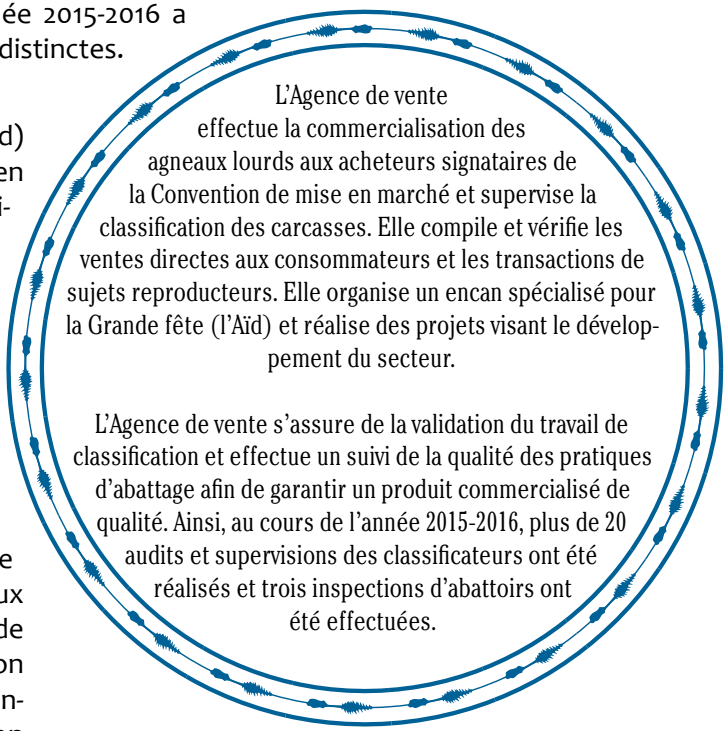
Dossier : Mise en marché

Agence de vente des agneaux lourds

D'un point de vue marché, l'année 2015-2016 a été marquée par deux périodes distinctes.

Suite à la Grande fête (fête de l'Aïd) en septembre 2015, la demande en agneaux lourds a décliné et s'est située en dessous de l'offre des producteurs. Le prix négocié a alors diminué considérablement, en accord avec les tendances sur le marché canadien. Les sécheresses dans l'ouest du continent nord-américain ainsi que la chute du prix du pétrole brut ont entraîné la liquidation du cheptel dans les provinces de l'Ouest et par conséquent, une forte augmentation du volume d'agneaux lourds disponibles sur les marchés de l'Ouest et de Toronto. La Fédération a mis en place une veille informationnelle pour suivre l'état de la situation dans les différentes provinces et a multiplié les rencontres pour stimuler le développement de nouveaux marchés et ainsi écouler les agneaux lourds en surplus.

À l'approche de la saison estivale en mai 2016, la dynamique s'est inversée. Les faibles volumes d'agneaux lourds disponibles et la demande



L'Agence de vente effectue la commercialisation des agneaux lourds aux acheteurs signataires de la Convention de mise en marché et supervise la classification des carcasses. Elle compile et vérifie les ventes directes aux consommateurs et les transactions de sujets reproducteurs. Elle organise un encan spécialisé pour la Grande fête (l'Aïd) et réalise des projets visant le développement du secteur.

L'Agence de vente s'assure de la validation du travail de classification et effectue un suivi de la qualité des pratiques d'abattage afin de garantir un produit commercialisé de qualité. Ainsi, au cours de l'année 2015-2016, plus de 20 audits et supervisions des classificateurs ont été réalisés et trois inspections d'abattoirs ont été effectuées.

plus importante que l'offre, tant au Québec qu'en Ontario, ont provoqué une augmentation des prix. La chute de prix de l'hiver a eu des répercussions négatives sur l'approvisionnement en agneaux lourds, un volume important d'agneaux ayant été mis en marché plus tôt en catégorie d'agneaux légers.

Le comité Agence de vente s'est réuni à 20 reprises & la Fédération a tenu 8 rencontres de négociation avec les acheteurs.



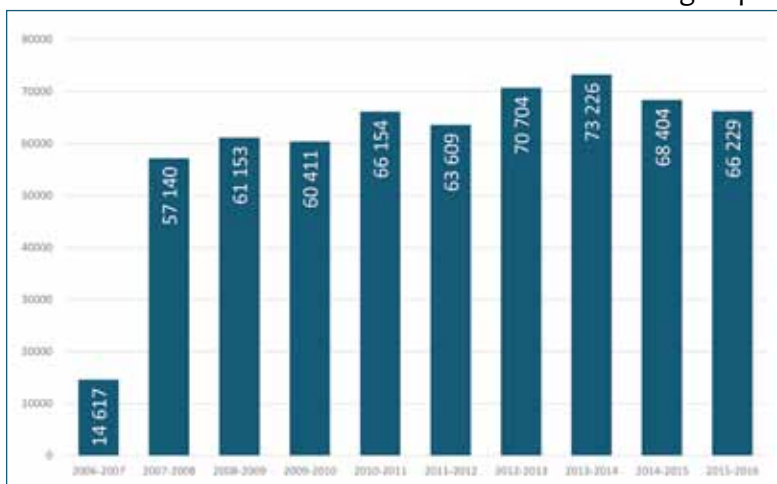
Volume commercialisé

Pendant la dernière année, plus de 66 000 agneaux lourds ont été mis en marché par le biais de l'Agence de vente. Ce volume, avec 2 175 têtes en moins, représente une diminution de 3,2 % par rapport à l'année précédente. Le volume total d'agneaux lourds diminue pour une deuxième année successive. Le volume livré en engagement annuel étant stable, cette baisse est liée, comme l'année précédente, à

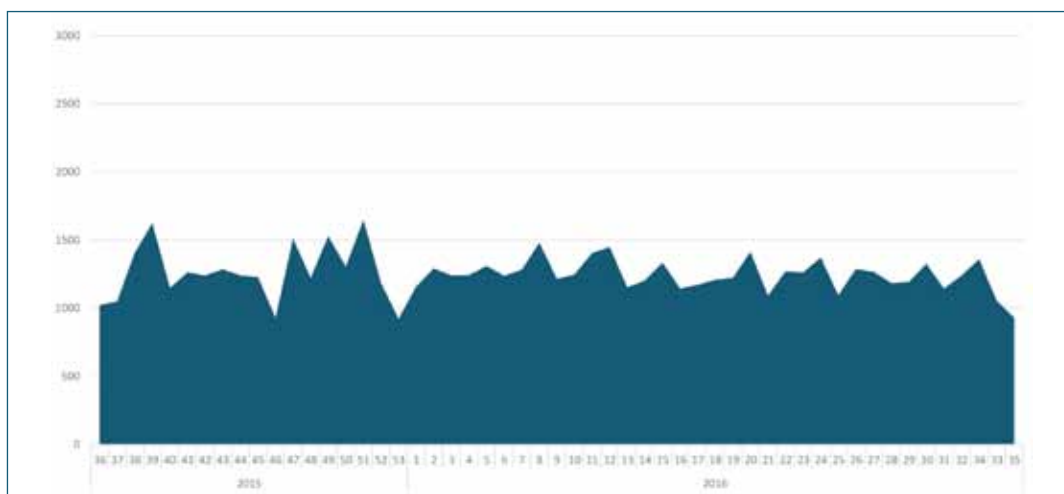
une chute de 14 % du volume livré en ventes hebdomadaires. L'hypothèse la plus plausible pour expliquer ce recul est l'opportunité de tirer avantage des prix élevés observés pour les ventes d'agneaux légers. Les ventes totales d'agneaux légers transigés à l'encan de St-Hyacinthe ont crû de 8,2 %, soit 4 000 agneaux.

Le volume moyen des agneaux lourds transigés par semaine s'est chiffré à

1 250 agneaux pour l'année 2015-2016 en comparaison à 1 291 l'année précédente. Le volume transigé semaine après semaine à l'agence de vente est relativement stable, quoique la demande pendant les fêtes religieuses et les congés dépassent habituellement l'offre des producteurs.



Graphique 1. Évolution du volume d'agneaux lourds transigés à l'Agence de vente.



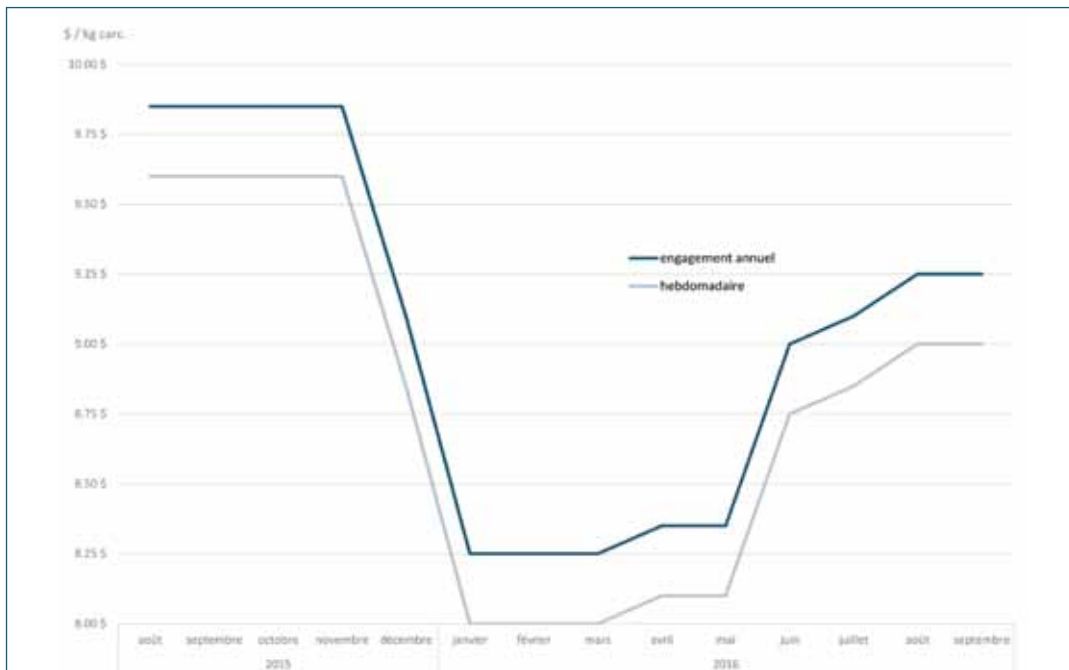
Graphique 2. Volume hebdomadaire d'agneaux lourds transigés à l'Agence de vente 2015-2016

Évolution du prix

La Fédération a effectué huit rencontres avec les acheteurs afin de négocier le prix des agneaux lourds ainsi que les conditions liées à la qualité des agneaux lourds.

Partant du sommet 2015 en début d'année financière, le prix négocié des agneaux lourds a connu une baisse importante à partir de décembre. Il a repris réellement de la vigueur à partir de juin 2016. Le prix pondéré moyen obtenu par les producteurs pour l'agneau lourd a été de 8,93 \$/kg carc, une diminution de 2,7 % par rapport à l'année précédente.

Au cours de l'année, le prix des agneaux en ventes hebdomadaires est passé de 9,60 \$/kg carc à 8,00 \$/kg carc, soit une chute de près de 17 %, avant de remonter à 9,00 \$/kg carc, une hausse de 13 %. En termes de valeur totale, cette année, les ventes ont représenté plus de 13,7 millions de dollars pour l'ensemble des livraisons effectuées, une baisse de près de 6 % par rapport à l'année précédente due à la diminution du volume livré et du recul du prix.



Graphique 3. Prix négocié de l'agneau lourd pour l'année 2015-2016



Classification des agneaux lourds

Quant aux résultats de classification, l'année 2015-2016 s'est soldée par une légère fluctuation à la baisse des résultats de qualité des carcasses par rapport aux années précédentes. L'amélioration de la qualité des agneaux demeure un défi pour la mise en marché, car les agneaux qui se situent en dehors de la cible du marché trouvent plus difficilement preneurs et influencent à la baisse les prix négociés.

L'indice global moyen a diminué à 100,8 en 2015-2016 après s'être maintenu à 101,15 en 2014-2015.

En baisse de 3,5 % par rapport à l'année précédente, 81,5 % des agneaux lourds classifiés ont obtenu un indice de 100 ou plus. Moins de 5 % des agneaux ont un indice inférieur à 85.

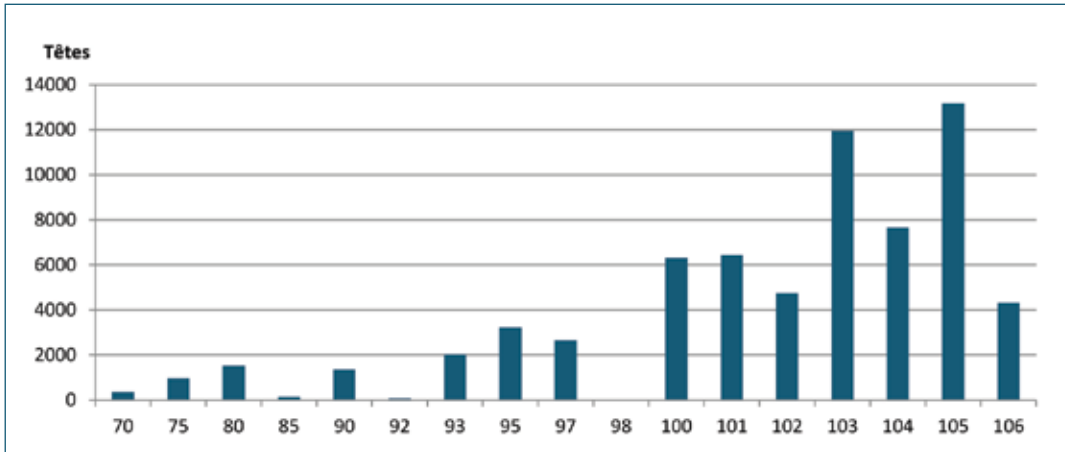
La note moyenne globale de conformation, ainsi que les moyennes par section de carcasse, se sont légère-

ment améliorées en comparaison à l'année précédente.

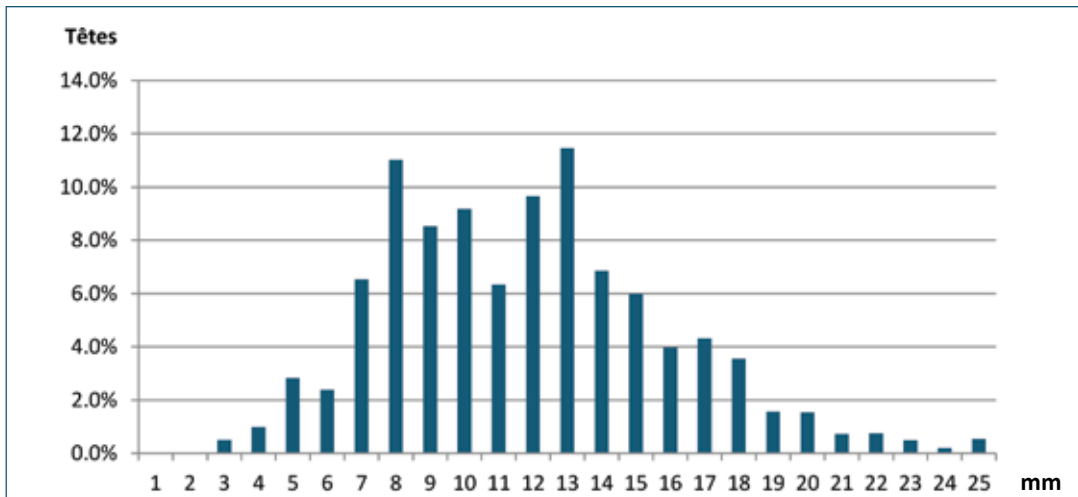
La moyenne globale de mesure de gras dorsal obtenue en 2015-2016 a été de 11,8 mm, une amélioration de 9 % par rapport à l'année précédente. Cette moyenne se rapproche de l'intervalle recherché de 7 à 11 mm. En termes de volume, près de 42 % des agneaux lourds ont obtenu une mesure de gras dorsal se trouvant dans l'intervalle recherché alors que 17,7 % du volume a enregistré une mesure de gras dorsal de plus de 16 mm. La proportion d'agneaux s'éloignant de la cible a donc augmenté, même si la proportion totale des agneaux lourds ayant obtenu une mesure de gras dorsal entre 4 et 15 mm est en légère augmentation à 81,8 %. La baisse de la proportion d'agneau de plus de 16 mm reste un défi important à relever afin de mieux desservir les marchés en fonction de la qualité recherchée.

Tableau 1. Moyenne globale de conformation par section de carcasse

	Épaule	Longe	Gigot	Total
2014-2015	3,2	3,2	3,4	3,3
2015-2016	3,3	3,5	3,6	3,5



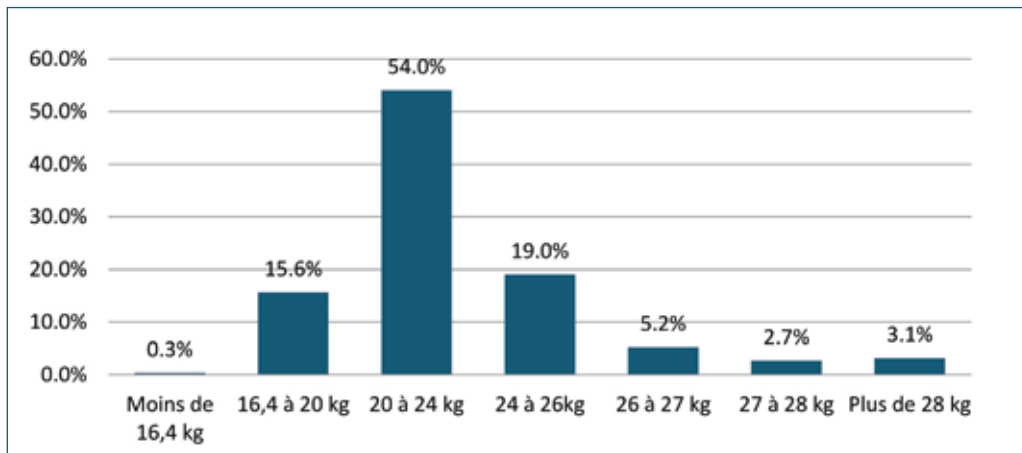
Graphique 4. Répartition des agneaux lourds en 2015-2016 par indice de classification



Graphique 5. Répartition des agneaux lourds en 2015-2016 par mesure de gras dorsal



Quant à la répartition des agneaux lourds en termes de poids carcasse, elle est stable par rapport à l'année précédente avec près de 89 % d'agneaux ayant pesé entre 16,4 et 26 kg carcasse. Encore 54 % des agneaux, soit la majorité, s'inscrit dans la strate de poids la plus recherchée par le marché (20-24 kg). Les agneaux dont le poids est de plus de 26 kg carcasse ont représenté pour leur part près de 11 % du volume total transigé par l'Agence de vente. Il est important de rappeler que les agneaux de plus de 26 kg carcasse représentent une problématique pour de nombreux acheteurs.



Graphique 6. Répartition des agneaux lourds en 2015-2016 par poids carcasse

Répartition de la production

La répartition des entreprises selon le volume total mis en marché a varié légèrement par rapport à l'an dernier. Vingt pour cent du volume d'agneau lourd est livré par 72 % des entreprises. Quatre agneaux sur cinq proviennent d'une entreprise ayant mis en marché plus de 250 agneaux lourds. La proportion d'entreprises ayant livré plus de 250 agneaux est en hausse à 27 % car le nombre d'entreprises livrant un plus petit volume d'agneaux a diminué de façon plus importante.

Répartition régionale de la production

Les volumes totaux d'agneaux lourds produits ont diminué dans la majorité des régions à l'instar du volume global, sauf dans les régions de la Montérégie, Chaudière-Appalaches-Capitale Nationale, Mauricie-Centre-du-Québec et Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine où ils ont augmenté légèrement.

Tableau 2. Répartition des entreprises en fonction du volume d'agneaux lourds mis en marché

Strates de volume mis en marché	Proportion du nbre de prod.	Proportion de la quant. totale annuelle
Moins de 50	44 %	3 %
50 à 250	28 %	17 %
250 à 500	14 %	25 %
Plus de 500	13 %	55 %

Tableau 3. Répartition de la production d'agneaux lourds à l'Agence de vente pour l'année 2015-2016

Région	Nbre d'agneaux lourds transigés
Abitibi-Témiscamingue, Nord-du-Québec	615
Bas-Saint-Laurent	25 855
Chaudière-Appalaches, Capitale Nationale, Côte-Nord	10 336
Estrie	8 361
Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine	3 545
Lanaudière	1 013
Mauricie-Centre-du-Québec	4 421
Montérégie	8 369
Montréal-Laval-Laurentides-Outaouais	2 128
Saguenay-Lac-St-Jean	1 586
Total	66 229



Encan spécialisé pour la Grande fête

Un record de 3 749 agneaux a été mis aux enchères à l'encan spécialisé organisé à l'automne 2015 à St-Hyacinthe. Le prix moyen obtenu équivalait à 2,02 \$/lb vif (équivalent à 9,58 \$/kg carcasse à l'indice 100).

Ventes à la ferme

Les ventes directes aux consommateurs pour 2015-2016 sont préliminaires et compilées à l'Agence de vente après réception des déclarations des producteurs. Les données des années précédentes ont été quant à elles, révisées suite aux nouvelles déclarations des producteurs.

Le nombre de ventes directes, en progression entre 2010 et 2014, a diminué de près de 900 agneaux en 2015-2016.

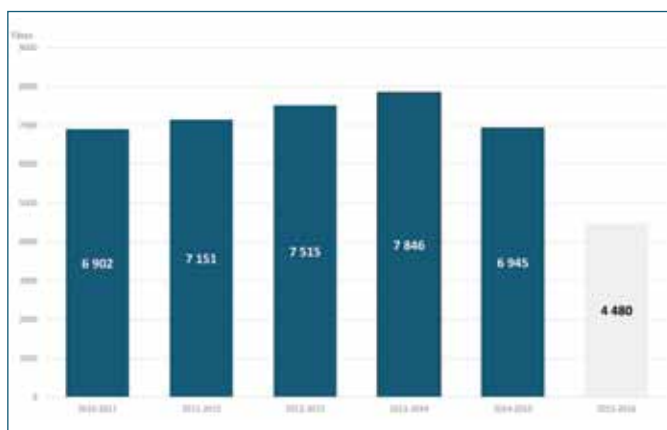
Sujets reproducteurs

Les ventes de sujets reproducteurs pour 2014-2015 sont préliminaires et compilées à l'Agence de vente après réception des déclarations des producteurs. Les données des années précédentes ont été quant à elles, révisées suite aux nouvelles déclarations des producteurs.

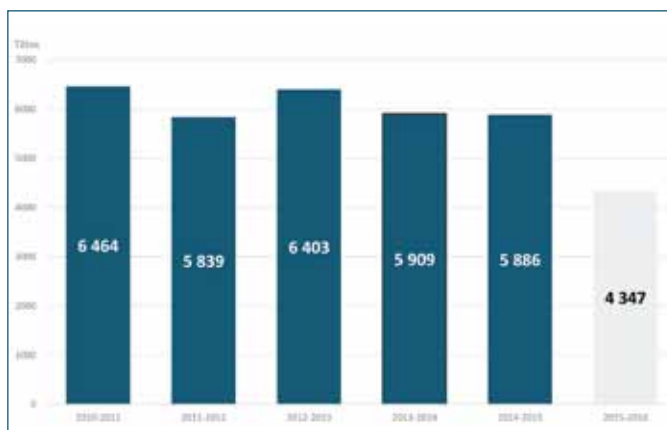
Le nombre de sujets reproducteurs transigés en 2014-2015 est resté stable par rapport à l'année précédente. À pareille date, le nombre de déclarations 2015-2016 est aussi similaire.

Tableau 4. Résultats de l'encan spécialisé d'agneaux lourds en 2015

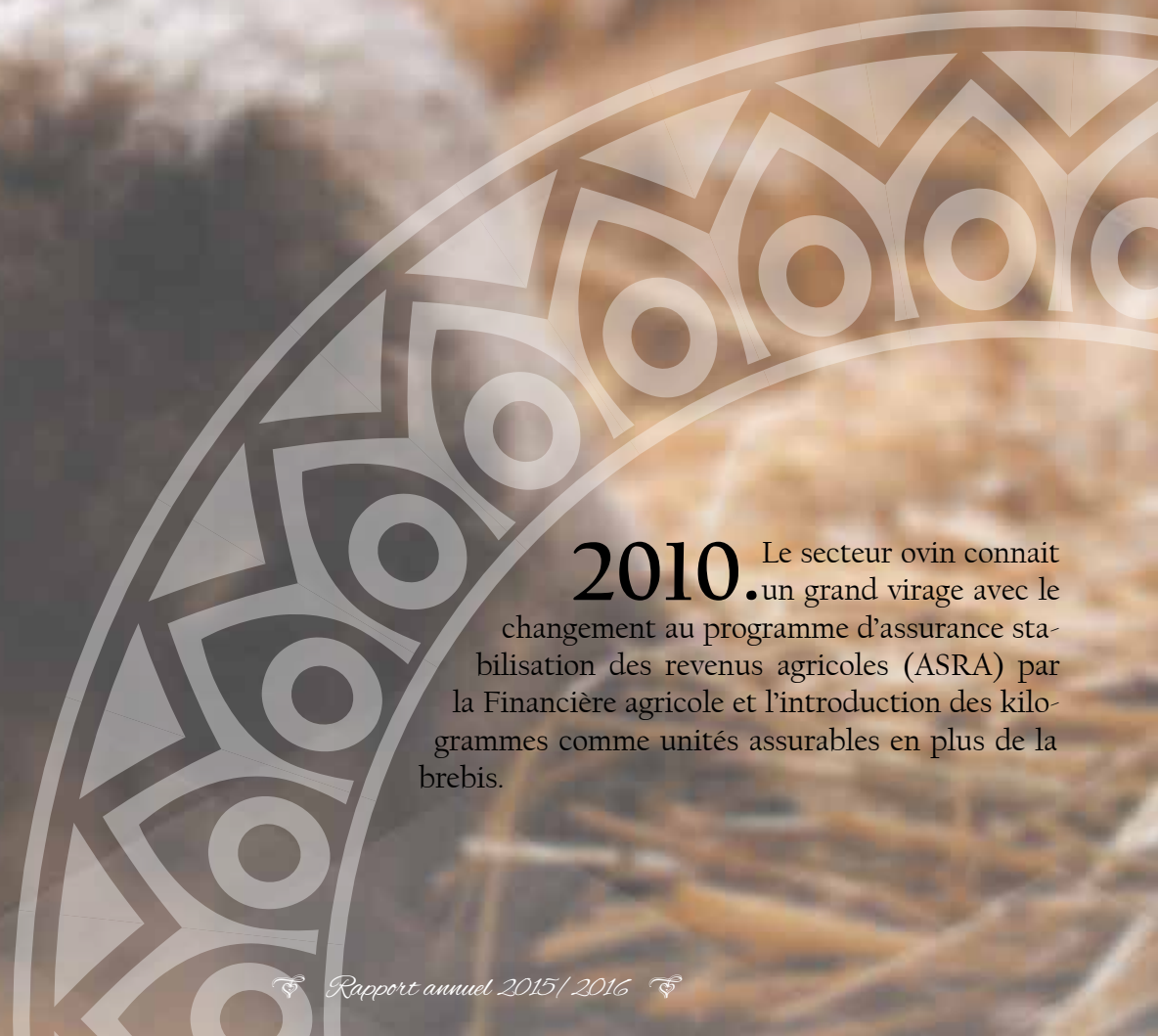
Strate de poids	Prix moyen
<70	2,20 \$
70-80	2,21 \$
80-90	2,17 \$
90-100	2,00 \$
100-110	1,93 \$
110-120	1,91 \$
120-130	1,90 \$
>130	1,78 \$
Total général	2,02 \$



Graphique 7. Ventes directes au consommateur traitées à l'Agence de vente



Graphique 8. Ventes de sujets reproducteurs traitées à l'Agence de vente

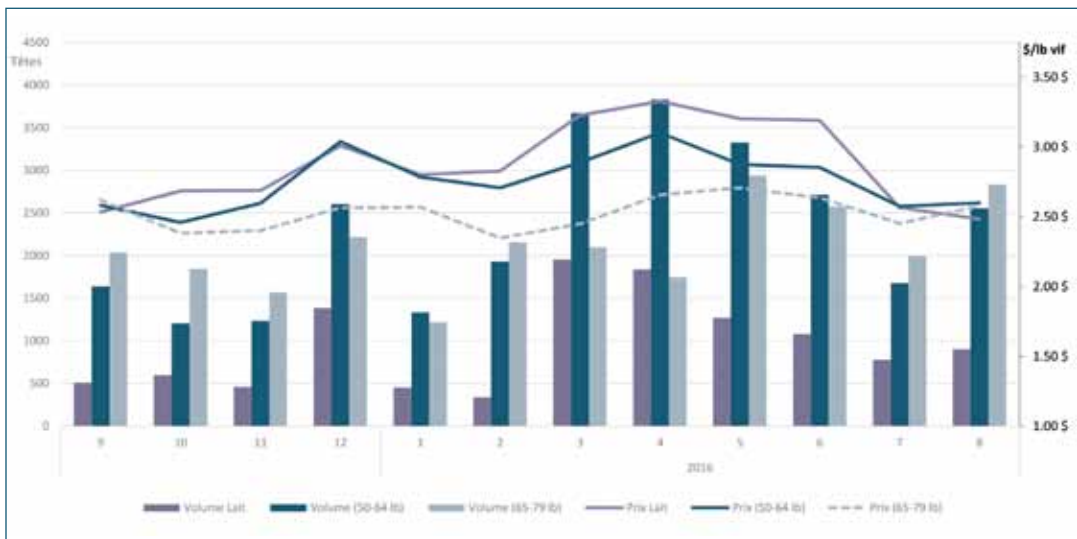


2010. Le secteur ovin connaît un grand virage avec le changement au programme d'assurance stabilisation des revenus agricoles (ASRA) par la Financière agricole et l'introduction des kilogrammes comme unités assurables en plus de la brebis.

Dossier : Mise en marché

Marché des agneaux de lait et légers

Un volume de plus de 64 500 agneaux de lait et légers a été mis en marché à l'encan de St-Hyacinthe au cours de la période de l'année financière. Il s'agit d'une augmentation de 9,1 % en comparaison à l'année dernière. Les prix annuels moyens pour les catégories d'agneaux de lait, d'agneaux légers de 50 à 64 lb et de 65 à 69 lb ont été respectivement de 2,88 \$/lb vif, 2,76 \$/lb vif et 2,53 \$/lb vif. Les prix ont atteint principalement des sommets pendant les périodes des Fêtes et de Pâques quoiqu'ils soient restés élevés en avril, mai, et en juin pendant le Ramadan.



Graphique 10. Prix et volume des agneaux de lait et légers transigés à l'encan de St-Hyacinthe en 2015-2016

2011. Les producteurs réussissent à obtenir une révision des montants prévus au règlement sur les indemnités sur les maladies à déclaration obligatoire.

2013. Les producteurs font une révision sur le mode de compensation au programme ASRA et décident de porter la compensation à l'agneau et au kilogramme à parts égales.

*Les comités***2015/2016****Sécurité du revenu**

Ce comité s'est penché sur les dossiers liés aux études de coût de production et d'une nouvelle approche proposée visant la sélection des entreprises retenues dans la population dite « admissible ». Le comité a également été consulté sur la question de la durée de vie utile des actifs utilisés dans les productions couvertes par le programme ASRA. Cette révision a été initiée par le Centre d'études sur le coût de production afin de déterminer la durée de vie utile des actifs amortissables.

Nombre de rencontres : 2

Santé animale

Dans le cadre de ce comité, les membres ont pu prendre connaissance de la synthèse du sondage réalisé au sujet du Programme volontaire de certification des troupeaux à l'égard de la tremblante (PVCTT) et sur le cas de fièvre catarrhale qui avait été détectée en Ontario dans un troupeau bovin. Le Canada passe au statut endémique, ce qui a occasionné l'interdiction d'exporter des embryons et animaux vivants. Dans le cadre de ce comité, les membres ont émis la recommandation d'élaborer un plan de communication traitant de toutes les questions de gestion de crise liées à la biosécurité, salubrité, bien-être et santé animale, incluant la tremblante, pour accompagner les producteurs dans de tels cas.

Nombre de rencontres : 2

Brebis Laitière

Les membres du comité Brebis laitière se sont réunis afin d'aborder les sujets ayant trait aux actions et projets réalisés dans le cadre du plan stratégique de ce secteur mais également à la question de la réintégration de ce secteur au programme Agri-Québec. À cette demande, la Financière agricole du Québec a répondu positivement à la Fédération. Par ailleurs, le comité s'est penché sur l'organisation d'une journée d'information sur la brebis laitière.

Nombre de rencontres : 2

Journée d'information sur la production de la brebis laitière 2016 | Le 13 avril 2016, la Fédération a organisé une journée d'information pour le développement du secteur de la brebis laitière. Les producteurs et les transformateurs de lait de brebis étaient invités à cet événement qui a connu un taux de participation élevé. Dans le cadre de cette journée, différents intervenants ont fait des présentations portant, entre autres, sur la génétique, le plan stratégique du secteur, le coût de production, les programmes Agri et le symposium Dairy Sheep Association of North America (DSANA).

Cette rencontre a permis aux producteurs de partager leur expérience et d'échanger l'information sur la production.

Promotion

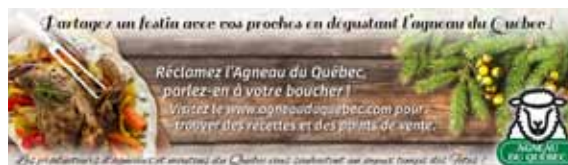
Depuis décembre 2015, la Fédération a été très active en termes de promotion. Ce dossier est piloté par un comité où siègent certains membres du Conseil d'administration de la Fédération.

Nombre de rencontres : 6

Publicités imprimées

1. Période des Fêtes 2015

Afin de promouvoir l'agneau du Québec pour la période des Fêtes, la Fédération a réservé de la publicité dans le cahier spécial Noël Gourmand du journal La Presse, un cahier très apprécié par les *foodies* qui sont souvent à la recherche de nouvelles expériences et de nouvelles saveurs. Le gigot, parfait pour l'occasion, a été mis de l'avant et différentes recettes ont été présentées aux lecteurs. Un bandeau publicitaire a été publié dans deux éditions version papier du cahier spécial et deux publicités ont paru dans la version tablette, *La Presse Plus*. Le taux de consultation a été excellent.





Publicités parues dans
La Presse Plus, Décembre 2015

2. Pâques 2016

Pour la période de Pâques, c'est dans le très populaire magazine Ricardo que la Fédération a décidé de promouvoir l'agneau avec le thème « À Pâques, c'est l'agneau du Québec et rien d'autre ! ». De plus, dans cette édition, une recette de gigot d'agneau préparée par Ricardo a été présentée en page couverture du magazine.

3. Période des barbecues

Pour le début de la période des barbecues, la Fédération a renouvelé l'entente publicitaire dans le magazine Ricardo. Une recette de tranche de gigot d'agneau du Québec a été présentée dans cette édition.

Ricardo Média place également les publicités dans la version tablette de leur magazine, accessible à tous les abonnés.



Promotion Web

Promotion Pratico-Pratiques

Pour la période estivale, la Fédération a choisi de faire connaître l'agneau du Québec par le biais d'une vidéo culinaire Web. Une recette sensationnelle pour les barbecues cuisinée par « *Oh my God ! bouffesexy* » a été mise en ligne dès la fin juin. La capsule vidéo de concept très simple et sans parole présente une recette exceptionnelle de brochette d'agneau du Québec cuisinée par un chef. La vidéo a été diffusée sur trois plateformes web très populaires, de même que sur Facebook. De plus, la vidéo était dans le magazine 5-15 (*5 ingrédients-15 minutes*) d'août. À cela sont ajoutés des encarts informatifs sur l'agneau du Québec, publiés dans le magazine 5-15.

Ce volet publicitaire incluait également une publicité dans l'édition de septembre de *Je cuisine*. Ce magazine est publié par les Éditions Pratico-Pratiques, une maison d'édition québécoise indépendante, spécialisée dans la production de contenu pratique, inspirant et près des centres d'intérêt de ses lecteurs. Différentes coupes d'agneau du Québec adaptées aux recettes d'automne y ont été présentées. Les informations inspireront les lecteurs !

Commandites

La Fédération a répondu positivement en 2015/2016 à différentes demandes

de commandites à travers le Québec en accordant son appui et en permettant une visibilité à l'agneau du Québec.

- **Gala Dux** : Le Gala Dux souligne et célèbre, auprès du public, l'audace et l'action, par la reconnaissance des leaders en matière de santé par l'alimentation. Une soirée prestigieuse où les grands joueurs de l'industrie se rencontrent. Lors de la soirée de remise des prix du 27 janvier 2016, la Fédération a gracieusement fourni la viande d'agneau pour cuisiner une entrée qui a été servie à tous les convives. Les leaders de l'alimentation québécoise ont pu déguster le délicieux agneau du Québec !
- **Semaine de l'Agriculture, de l'Alimentation et de Consommation (SAAC) de l'Université Laval 2016** : Depuis 42 ans, la SAAC est un incontournable du secteur agroalimentaire québécois. Cette année encore, la Fédération a appuyé ce projet réalisé par les étudiants de la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation (FSAA) de l'Université Laval.
- **Classique canadienne du mouton** : La Fédération a été partenaire pour l'événement national organisé par la Société Canadienne des éleveurs de moutons et la SEMRPQ.



- **Expo-Poc** : La Fédération a appuyé financièrement les étudiants de l'ITA de La Pocatière lors de la 35^e édition de Expo-Poc qui a eu lieu en avril 2016, sous le thème « 35 ans, vous nourrir, notre passion ! » Lors du banquet de clôture, les étudiants ont fait découvrir aux invités les différents types de viandes élevés et transformés dans le cadre des projets de production animale du programme Gestion et technologies d'entreprise agricole.
- **Prestigieux concours culinaire** : En janvier 2016, la Fédération a appuyé un chef invité à cuisiner l'agneau dans un prestigieux concours qui s'est tenu en France au printemps. Le chef propriétaire du restaurant L'Orée du bois, Jean-Claude Chartrand, et son équipe, participaient à la finale du Trophée des Frères Haerberlin qui a eu lieu à Strasbourg ce printemps. Monsieur Chartrand est le premier chef québécois choisi pour participer à ce prestigieux concours auquel seulement trois autres équipes y ont participé. Le chef a fait une demande à la Fédération afin d'obtenir des pièces d'agneau du Québec dans le but de se préparer au concours. L'équipe du restaurant a organisé une conférence de presse le 8 mars dernier pour annoncer l'événement auquel la Fédération a participé. Plusieurs convives ont pris la route pour se rendre au restaurant afin de déguster le plat préparé avec l'agneau du Québec. Le chef a remercié la Fédération pour la commandite et a louangé l'agneau d'ici. Toute l'équipe portait un macaron au logo de l'Agneau du Québec.
- **La Fête de l'agneau de la Mitis** : Pour une deuxième année, La Fête de l'agneau de la Mitis a eu lieu en juillet. La Fédération a été heureuse de soutenir cet événement rassembleur qui mettait au premier plan la délicieuse viande d'agneau en appuyant la réalisation d'une vidéo culinaire. Cette vidéo mettait en vedette la Chef Annie Lavoie qui présentait une recette pour cuisiner l'effiloché d'agneau aux fines herbes et créer diverses recettes. En plus de soutenir la vidéo, la FPAMQ a aidé à la réalisation d'une fiche recette mettant à l'honneur un burger d'agneau effiloché !
- **Relève agricole** : La Fédération a appuyé la Relève agricole Missisquoi-Iberville lors de son Méchoui annuel le 13 août dernier. La FPAMQ a également appuyé une capsule vidéo fait par la Fédération de la relève agricole. La capsule, d'une durée d'environ 3 minutes a été tournée à la Bergerie du Nord au Lac Saint-Jean.

La journée Portes Ouvertes sur les fermes du Québec

Le 11 septembre dernier se déroulait la 14^e édition de la journée Portes ouvertes sur les fermes du Québec et plus de 144 000 visiteurs, dont 24 000 dans le volet montréalais, se sont déplacés pour l'événement.

Onze fermes ovines ont ouvert leurs portes au grand public à travers le Québec. Pour l'occasion, la Fédération a distribué de nouveaux livrets-recettes, des affiches ainsi que des étiquettes autocollantes avec le logo Agneau du Québec.

Cette année, le volet montréalais se déroulait sur l'esplanade du Stade

olympique. La FPAMQ a de nouveau participé à cet événement d'envergure. Des producteurs de la région de Lanaudière étaient présents pour rencontrer le public montréalais et faire connaître la production ovine. Comme toujours, Les démonstrations de tonte étaient très populaires auprès des visiteurs.



Les comités

externes

Table filière ovine

La Fédération avec les maillons de la transformation/distribution de la filière ainsi des représentants du CEPOQ, MAPAQ et AAC siègent sur cette table. Plusieurs rencontres ont eu lieu entre autres, dans le cadre du projet de planification stratégique sectorielle 2016-2020.

Nombre de rencontres : 3

Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine

La Fédération a participé à la rencontre de la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine (TRCVO) organisée par AAC à Ottawa les 25 et 26 novembre derniers. Les principaux enjeux qui ont été discutés touchaient la main-d'œuvre agricole, la santé animale, l'accès au marché, la traçabilité, la qualité de la viande, la transformation, le développement de l'industrie et la planification stratégique du secteur.

Les acteurs de la Table ronde présents ont identifié les nouveaux enjeux auxquels ils souhaitent sensibiliser les acteurs de l'industrie, les intervenants, la recherche et les gouvernements. Les actions planifiées pour les deux prochaines années seront mises en œuvre et réalisées par six groupes de travail composés des membres de

l'industrie (associations de producteurs et transformateurs) :

- Acceptabilité sociale
- Profitabilité
- Accès au marché
- Qualité de la viande
- Stratégies de santé
- Recherche

Nombre de rencontres : 6

Réunions avec l'Ontario Sheep Marketing Agency (OSMA)

La Fédération a tenu pas moins de 7 réunions et conférences téléphoniques avec les dirigeants de l'OSMA pour partager de l'information de veille sur les marchés, échangé sur le développement et l'accès aux marchés.

Nombre de rencontres : 7

Comité de coordination ASRA-UPA et table sur la sécurité du revenu

La Fédération siège sur le comité de coordination ASRA ainsi que sur la table sur la sécurité du revenu de l'UPA. Plusieurs questions ont été abordées dans ce cadre en lien avec les recommandations du groupe de travail sur la sécurité du revenu en agriculture au Québec ainsi que la consultation

des groupes pour le choix entre les programmes ASRA et AGRI. À l'instar d'autres secteurs sous ASRA, la Fédération a été approchée par la Financière agricole afin de se positionner quant aux choix entre les deux programmes. Pour le secteur ovin, l'ASRA est maintenue compte tenu que c'est le programme qui assure le meilleur filet de sécurité du revenu.

Nombre de rencontres : 7

Rencontres de l'UPA avec ses affiliés en production animale

La Fédération est sollicitée au sujet des dossiers de bien-être animal, santé animale, traçabilité, biosécurité, salubrité, faune et environnement.


La Fédération a participé aux rencontres de consultation de l'UPA sur divers sujets :

- projet de Loi 54 sur le statut juridique de l'animal
- protocole d'intervention en cas de cruauté animale
- enjeux de communication reliés aux risques touchant le bien-être animal.

Les projets 2015/2016

Cette année, la Fédération a mené plusieurs projets de front. Les principaux sont les suivants :

- Plan stratégique du secteur ovin québécois 2016-2020
- Plan marketing du secteur ovin
- Dossier Accès aux engagements annuels pour l'agneau lourd
- Modification des grilles d'indices pour inciter les producteurs à produire des agneaux lourds répondant au poids cible recherché
- D'autres projets réalisés en partenariat.



2015. La Fédération réalise deux importantes missions dans l'Ouest canadien et en Ontario et noue des contacts avec des intervenants du marché de l'agneau.

Les projets

2015/2016

Plan stratégique du secteur ovin québécois 2016-2020

La Fédération a été mandatée par la Table filière ovine du Québec pour assumer le rôle de coordination dans le cadre du projet du nouveau plan stratégique sectoriel ovin alors que le dernier plan est arrivé à échéance en 2015. La Fédération a fait une demande de financement au MAPAQ dans le cadre du Volet 1 du Programme de développement sectoriel, afin de réaliser ce projet qui a été accepté au cours de l'été 2016. La firme Forest Lavoie Conseil Inc. est mandatée pour la réalisation du projet.

À travers un plan stratégique, un secteur est en mesure d'établir le tracé afin d'atteindre les objectifs fixés et de déterminer les moyens nécessaires à la réalisation de ces derniers.

Pour sa réalisation, le projet emprunte les étapes suivantes :

- › Analyse de l'environnement interne et externe du secteur ovin
- › Mission, vision, valeurs du secteur
- › Orientations stratégiques et réflexion sur les priorités
- › Élaboration du plan stratégique et du plan d'action annuel

Le fruit de la réflexion sera dévoilé au cours de l'année 2017.

Plan marketing du secteur ovin

La Fédération a initié un projet pour développer un plan stratégique marketing sur trois ans afin de positionner les produits ovins sur le marché. Le projet a été confié à la firme Gendron Communication et a été piloté par le comité Promotion de la Fédération.

Dossier Accès aux engagements annuels pour l'agneau lourd

La Fédération a poursuivi les travaux du projet qui vise à trouver un mécanisme pour attribuer les engagements annuels de façon équitable entre les producteurs si l'offre en engagement annuel des producteurs dépassait la demande des acheteurs. Les mécanismes, et le programme 0-5 ans pour la relève et les nouvelles fermes, présentés une première fois à l'automne 2015, ont été révisés à la lumière des commentaires reçus lors de la tournée et l'AGA 2015. Si les principes sont adoptés lors de l'AGA 2016, un projet de modification du Règlement sur la vente en commun des agneaux lourds sera rédigé avant d'être déposé auprès de la Régie des marchés agricoles en 2017.

Modification des grilles d'indices pour inciter les producteurs à produire des agneaux lourds répondant au poids cible recherché

Les travaux dans le cadre de ce projet ont débuté au cours de l'année 2015. Il s'agit d'un projet issu d'un mandat de l'AGA 2014 de la Fédération ainsi que des recommandations formulées de l'étude intitulée « *Analyse des besoins et identification des attentes des acheteurs vis-à-vis de la carcasse type d'agneaux lourds* ». L'objectif ultime de ce projet est de réaliser des analyses en vue de modifier les grilles d'indices pour inciter les producteurs à livrer leurs agneaux à l'intérieur de la strate de poids recherchée par le marché.

Comprendre et répondre aux besoins des clients est à la base et au centre de toute entreprise fructueuse. La première étape du projet a été de connaître les besoins et attentes vis-à-vis de la carcasse d'agneau lourd. Il était ressorti que la strate de poids la plus recherchée se situe dans la strate de poids 20-24 kg.

Rappelons que dans le cadre de la Convention sur la mise en marché des agneaux lourds, il existe trois grilles d'indices permettant de payer le produit en fonction de la qualité livrée.

Pour répondre aux besoins actuels du marché, la Fédération de concert avec les acheteurs, ont discuté d'une éventuelle modification au niveau de ces grilles. Au préalable, les actions suivantes ont été réalisées :


- Analyse des impacts financiers pour produire selon différents strates de poids carcasse
- Développement de scénarios de grille de prix pour répondre au besoin du marché
- Présentation des résultats aux assemblées générales régionales 2016 pour prendre une décision quant aux modifications de ces grilles.



Les projets réalisés en partenariat

La Fédération a également initié ou appuyé plusieurs projets pour leur réalisation avec d'autres partenaires au cours de l'année :

Titre du projet	Partenaire(s)	Statut
<i>Production d'arbres diagnostics pour outiller les producteurs ovins et les vétérinaires à identifier les maladies ovines couramment rencontrées dans les troupeaux ovins québécois.</i>	CEPOQ	En cours de réalisation
<i>Développement d'ateliers et d'outils de sensibilisation entourant le programme d'assainissement des troupeaux ovins pour le Maedi visna</i>	CEPOQ	En cours de réalisation
<i>Valorisation des indicateurs de qualité de carcasse</i>	CEPOQ	Réalisé
<i>Développement d'un programme de sélection génétique pour la brebis laitière au Québec</i>	CEPOQ	Réalisé
<i>Création de la 1^{re} banque d'ADN - Ovins laitiers</i>	CEPOQ	Réalisé
<i>Analyse de l'efficacité du travail dans les entreprises ovines du Québec</i>	CEPOQ	Réalisé
<i>Caractérisation de la qualité de la viande d'agneau mise en marché au Québec</i>	CEPOQ	En cours de réalisation
<i>Outil d'aide à la décision pour maximiser les revenus dans les exploitations ovines</i>	CRAAQ	En processus de finalisation
<i>Projet « profils » : un outil de comparaison de performances</i>	CECPA	En cours de réalisation



2016. La Fédération investit une part importante de son budget dans une campagne promotionnelle pour mieux faire connaître l'agneau du Québec et se dote pour la première fois d'un plan marketing stratégique sur une période de trois ans afin de repositionner l'agneau du Québec sur le marché.

Communication

Publication *Ovin Québec*

Le bulletin officiel de la FPAMQ, *Ovin Québec* a comme objectif d'informer, de communiquer et de vulgariser différentes informations pour toutes les personnes intéressées par le secteur ovin du Québec. La revue est publiée chaque saison. Faite en collaboration avec le CEPOQ et la SEMRPQ, la revue *Ovin Québec* présente diverses chroniques, entre autres, la mise en marché, les marchés internationaux, la production ovine laitière, la technologie, la santé, la recherche et les moutons de race pure. Les actualités du secteur de même que des articles réalisés en partenariat avec différents intervenants de l'industrie et chercheurs associés sont également disponibles dans cette publication.

Bulletin électronique

Le bulletin électronique destiné aux producteurs d'agneaux lourds, *L'agneau lourd express*, a été publié à 11 reprises en 2015-2016.

Site Internet & Web 2.0

Le site Internet de la Fédération www.agneaudeauquebec.com est mis à jour régulièrement. De plus, la page Facebook *Agneau du Québec* est prise en charge par la Fédération depuis plusieurs années.



Programme de paiement anticipé

Le Programme de paiement anticipé (PPA) est un programme d'aide financière d'Agriculture et Agroalimentaire Canada dont la FPAMQ est l'agent d'exécution. Ce programme permet aux producteurs ovins d'avoir accès, à moindre coût, à un crédit d'opération au moyen d'avances de fonds.

C'est une solution simple, pratique et rentable pour le financement des entreprises :

- › Un prêt d'un montant maximal de 400 000 \$;
- › Les premiers 100 000 \$ sans intérêt ;
- › Jusqu'à 300 000 \$ à un taux avantageux (taux de base moins 0,25 %).

Le montant maximal prêté est calculé en fonction du nombre d'agneaux en inventaire à un taux équivalent à environ 50 % de la valeur de marché du produit fini.

Pour l'année 2015-2016, 45 producteurs ovins ont bénéficié du programme par le biais d'avances globales totalisant plus de 2 031 000 \$ (soit environ 45 100 \$ par ferme en moyenne). La presque totalité du montant était sans intérêt.

Dans le secteur ovin, rares sont les producteurs qui ont accès à une marge de crédit à un taux avantageux. Ils doivent souvent se tourner vers les marges telles que Visa solution d'affaires dont les taux d'intérêt sont très élevés. De ce fait, une avance moyenne de 45 000 \$ représente des économies en intérêts pouvant aller jusqu'à 3 500 \$ par an.

L'ensemble des formulaires d'adhésion et documents sont disponibles sur le site de la FPAMQ ainsi que les coordonnées pour rejoindre l'équipe du PPA.

*Ensemble engagés dans de
nouveaux sentiers pleins de promesses.*





FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS
D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC

45

Les 10 syndicats ovins régionaux

Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons d'Abitibi/Témiscamingue

1299, route 101 Nord
Saint-Bruno-de-Guigues, QC J0Z 2G0
Téléphone : 819 629-5503

Syndicat des producteurs d'ovins du Bas-St-Laurent

284, rue Potvin
Rimouski QC G5L 7P5
Téléphone : 418 723-2424
Télécopieur : 418 723-6045

Syndicat des producteurs de moutons de l'Estrie

4300, boul. Bourque
Sherbrooke QC J1N 2A6
Téléphone : 819 346-8905
Télécopieur : 819 346-2533

Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons de la Gaspésie - Les Îles

172, boul. Perron Est
New-Richmond QC G0C 2B0
Téléphone : 418 392-4466
Télécopieur : 418 392-4862

Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons de Lanaudière

3360, rang Ste-Anne
Saint-Norbert, QC, J0K 3C0
Téléphone : 450 889-7201

Producteurs d'agneaux et moutons du Centre-du-Québec et de la Mauricie

1940, rue des Pins
Nicolet QC J3T 1Z9
Téléphone : 819 519-5838
Télécopieur : 819 415-0858

Syndicat des producteurs d'ovins de la Montérégie

3800, boul. Casavant Ouest
St-Hyacinthe QC J2S 8E3
Téléphone : 450 774-9154
Télécopieur : 450 778-3797

Syndicat des producteurs ovins Outaouais-Laurentides

15, chemin de la Grande-Côte, bureau 200
St-Eustache QC J7P 5L3
Téléphone : 450 472-0440
Télécopieur : 450 472-8386

Producteurs d'Ovins de la Chaudière-Appalaches et de Québec

119, rue Brochu
Scott (Québec), QC G0S 3G0
Téléphone : 418 386-4232

Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons du Saguenay - Lac-St-Jean

845, Rang 3
Labrecque QC G0W 2S0
Téléphone : 418 481-1991
Télécopieur : 418 542-3011

Pour plus d'information, consultez le site www.agneauquebec.com



FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS
D'AGNEAUX ET MOUTONS DU QUÉBEC