

Bœuf au maïs

Auteur (s) : Denis Brouillard agronome, <http://www.agr.gouv.qc.ca>

Nom de l'auteur, Organisme, Adresse du site Internet de l'organisme

Pour commentaires : denis.brouillard@agr.gouv.qc.ca

Cet article a déjà paru dans un autre média : Oui ☐ Non ☐

Parution : Si ce texte a déjà paru dans un autre média, indiquer lequel et quand

Dernière révision le : mars 1999

Production bovine bouchère En Ontario, le bœuf de maïs

Denis Brouillard, agronome

Conseiller en développement des productions animales

Des producteurs de bœuf ontariens viennent de décider d'investir dans le projet bœuf de maïs. Ce projet vise à augmenter la qualité et la constance du bœuf ontarien.

Les membres de l'Association des finisseurs de bovins de l'Ontario (OCFA) n'ont adopté qu'une résolution à leur deuxième réunion annuelle; il s'agit de celle qui appuie le programme bœuf de maïs de l'Ontario. Ce programme de deux ans permettra de financer un chercheur de l'Université de Guelph et un nutritionniste pour évaluer le contenu en énergie d'une multitude de rations à base de maïs servies en Ontario présentement et de déterminer les références que les finisseurs pourront utiliser pour élaborer une ration très énergétique constante. Toutes les rations à évaluer seront servies et éprouvées dans des conditions commerciales.

La qualité et la constance se mesurent. Selon le directeur de l'OCFA, Dale Pallister, « le classement triple A est le premier critère à considérer dans les catégories (rendement) 1 ou 2 si possible, nous ne nous limiterons pas au rendement. En Ontario, nous avons besoin de plus de triple A que présentement pour satisfaire à la demande des transformateurs. Jusqu'à Noël 1999, 34,3 % des carcasses classées A ou B ont mérité le persillage AAA comparativement à 41,8 % en Alberta. En outre, 16,1 % des carcasses ontariennes ont classé 1/AAA tandis que le pourcentage correspondant en Alberta atteignait 20,6 %. » Plus de 50 % des bouvillons finis au Québec sont abattus en Ontario et entrent donc dans ces données. Quand nos bouvillons sont abattus en Ontario, ils deviennent du bœuf ontarien.

Selon Dale Pallister, « l'Ontario reçoit beaucoup de bœuf transformé ailleurs au Canada. Pour mieux nous positionner face à cette concurrence, nous devons ajouter de la valeur (AAA) à notre bœuf ». Il espère que le projet commencera cet été mais la négociation ne fait que commencer pour amasser les 500 000 \$ requis. La grande partie de cette somme sera fournie par l'Association des producteurs de bovins de l'Ontario (OCA) et le gouvernement fédéral. Ce projet devrait évoluer vers l'obtention d'une marque, telle bœuf de maïs.

Plusieurs études révèlent qu'environ un steak sur quatre ne satisfait pas le consommateur. La volonté des finisseurs de s'adapter au marché s'avère tout à fait appropriée. Essentiellement, ce projet vise à proposer au consommateur un bœuf de plus grande qualité de façon constante. Cependant, à mon avis, à moins d'y ajouter un lien avec la génétique et la gestion (cahier de charges), il sera probablement difficile de faire progresser cet aliment vers les objectifs de constance et de qualité tels que désirés par les finisseurs ontariens. En effet, ces derniers n'ont pas associé un groupe de producteurs de veaux d'embouche proportionnel à leur besoin de bouvillons pour le projet. Pour être fort et durable, un tel projet devrait associer tous les maillons concernés, à partir du producteur de veaux d'embouche jusqu'au détaillant alimentaire. Évidemment que l'aliment doit être traçable dans tous les maillons : production, transformation, transport, etc. pour rassurer le consommateur quant à l'origine, les caractéristiques et l'authenticité de l'aliment. Rappelons-nous que le consommateur désire que son bœuf soit tendre, savoureux, sûr et constant.

Références

Personnel de Canadian Cattlemen. Ontario Feeders Support Corn Project. Canadian Cattlemen, février 2000, page 55.

Lambert, Tim. New Initiatives for a Brighter Future. The BIO Leader, janvier 2000

Cleberg, H.D. Beef Consumers of the Future. Cattlemen's College, 17 juillet 1998.

Corah, Larry. Why is There a Need for the Brand-Like Initiative. National Cattlemen's Beef Association, 1998.

BŒUF MAIS.DB

Le 16 MAI 2000

522 mots