

Le bœuf de marque selon Cargill

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 : 7 avril 2000

Production bovine

Le bœuf de marque selon Cargill

Denis Brouillard, agronome

Conseiller en développement des productions animales

Le bœuf de marque continue de fractionner le marché. Cargill, un géant de l'abattage et de la transformation en Alberta ajoute deux autres marques pour des clientèles distinctes. Ces décisions nous concernent, car elles se situent dans la tendance nord-américaine des marques de bœuf et affectent directement le marché québécois.

Cargill Foods, de High River en Alberta, ajoute deux nouvelles marques de bœuf à celles qu'elle offrait déjà. La marque qui deviendra au Québec une des plus familières est Sterling Silver, laquelle connaît déjà le succès dans l'Ouest. En effet, Sobeys est la première chaîne à offrir cette marque qui ne concerne que du bœuf canadien. À l'heure actuelle, environ 10 % de l'arrivage albertain chez Cargill peut satisfaire aux exigences de Sterling Silver. Sous cette marque, on trouve du bœuf AAA-50 (c'est-à-dire 50 % plus persillé que la norme AAA) en boîte qui était à l'origine destiné aux restaurants haut de gamme et à certaines boucheries; on le sert dans plus de 100 restaurants au Canada présentement.

Une des nouvelles marques de Cargill s'appelle Northridge Farms. Elle correspond à du bœuf AAA-20 ou plus. La compagnie dit pouvoir en obtenir de 25 à 40 % à partir de son arrivage quotidien; elle le destine au marché de détail (épicerie). Enfin, la nouvelle marque Rancher's Choice est beaucoup plus sélective. Sous cette marque, le bœuf doit être classifié Canada Primé (AAAA). Seulement environ de 0,5 à 1 % de l'arrivage chez Cargill peut satisfaire à la norme de cette marque. Le bœuf de cette marque est destiné aux restaurants sélects seulement.

Cargill n'est pas le seul abattoir et transformateur à désirer plus de bœuf AAA ; c'est une tendance générale nord-américaine. Au Québec, nous produisons trop peu (13 % en 1998) de bœuf qui peut satisfaire à ces normes élevées. Une des façons relativement simples de produire du bœuf plus persillé est d'inclure 25 % ou plus d'une race britannique dans le bouvillon d'abattage. Pour ce faire, il faut d'abord produire une femelle hybride qui sera issue à 50 % d'une race maternelle (britannique); l'autre 50 % peut provenir d'une race intermédiaire ou d'une race britannique différente de la première. Enfin, pour obtenir le bouvillon d'abattage désiré, on doit utiliser une race terminale avec la femelle hybride. On fournit alors aux finisseurs des bouvillons performants en atelier de finition et qui ont plus de chance de classer AAA. Aucune femelle issue du croisement terminal ne doit être gardée pour le remplacement. Soyons attentifs aux tendances du marché, c'est la meilleure façon de satisfaire le consommateur, donc de rester en affaires.

- 30 -

Références

Canadian Cattlemen. Cargill launches 2 new branded beef lines, novembre 1999, page 57.

Thomas, Larry. Is there a perfect carcass ? Canadian Cattlemen, novembre 1999, page 18.

boeufmarqdb.doc

Le 7 février 2000

441 mots