

Bovins du Québec février 2011

Table ronde bovine – Remue-ménages des producteurs

Jean-Sébastien Laflamme
Agent de développement et de recherche

Après avoir pris connaissance des grandes tendances sur les changements dans les habitudes des consommateurs, les quelques 150 participants de la Table ronde bovine ont été invités à en discuter. Pour ce faire, les participants étaient regroupés par groupe de 6 à 8 personnes. Un secrétaire et un animateur par table s'assuraient du bon déroulement des discussions. Les producteurs ont réfléchi sur deux thèmes.

Impact des tendances des consommateurs sur la production bovine

Les producteurs ont relevé le fait que depuis plusieurs années, la quantité de viande de bœuf consommée par habitant est en diminution, tant au Canada qu'aux États-Unis. Il s'agit là d'une tendance lourde, qui s'explique peut-être en partie par la mauvaise perception de la viande de bœuf, surtout en matière de santé. Afin de contrecarrer cette tendance, il faut que la promotion des produits bovins s'ajuste et s'améliore.

Les producteurs ont aussi soulevé le fait qu'à la ferme, les animaux produits sont très loin de la viande qui est achetée par les consommateurs. Les producteurs vendent des carcasses. Ils ne font pas de la sur-transformation et ne peuvent donc pas intervenir pour combler certaines tendances de consommation en forte croissance, comme les repas prêts à manger. C'est plutôt le rôle et la responsabilité des transformateurs de combler ces nouveaux besoins.

Par contre, **les producteurs peuvent modifier certains éléments de leur produit pour mieux répondre aux besoins des consommateurs, malgré la distance qui les sépare.** Par exemple, la traçabilité peut permettre de distinguer les produits bovins sur le marché, en indiquant son origine. Les producteurs peuvent aussi augmenter ou diminuer le persillage de la viande, en sélectionnant les animaux en conséquence.

S'adapter pour tirer son épingle du jeu

Les producteurs ont apporté plusieurs solutions pour répondre aux besoins des consommateurs à l'échelle de la production. La proposition la plus souvent avancée est celle d'identifier les produits bovins tout le long de la filière, de la terre à la table. Il faut être en mesure d'informer le consommateur sur la provenance du produit.

Autre élément fréquemment soulevé par les producteurs, c'est l'importance de travailler dans une filière coordonnée. Il faut que les signaux du marché soient clairement transmis d'un maillon à l'autre de la filière, du consommateur au producteur. Ceci est d'autant plus important puisque le producteur peut modifier ses façons de faire afin de mieux répondre aux besoins des consommateurs. À titre d'exemples, le bœuf Zensho, qui exige la traçabilité ou le bœuf Angus qui est très en demande.

En guise de conclusion, les producteurs peuvent donc agir pour tirer leur épingle du jeu dans le contexte toujours changeant des exigences des consommateurs. Pour ce, il faut toujours être à l'affût des changements et être ouvert à changer ses façons de faire.