Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec
CRAAQ

Une initiative du Comité chèvre

Colloque sur la chèvre 2005
L'innovation, un outil de croissance!

Le vendredi 7 octobre 2005, Pavillon des Pionniers, Site de l'exposition, Saint-Hyacinthe

---

Expériences québécoises de mise en marché du chevreau de boucherie

Denise Chapleau, présidente

Regroupement des éleveurs de chèvres de boucherie du Québec (RECBQ)
Domaine de la Chevrière, Saint-Chrysostome

Catherine Michaud, agr., productrice agricole

Ferme à l'Oie, Saint-Gervais-de-Bellechasse

Note : Cette conférence a été présentée lors de l'événement et a été publiée dans le cahier des conférences.

Pour commander le cahier des conférences, consultez le catalogue des publications du CRAAQ

Vous retrouverez ce document sur le site Agrireseau.qc.ca
agri RÉSEAU

TITRE DE LA PRÉSENTATION :

Expériences québécoises de mise en marché du chevreau de boucherie

AUTEURS : **Denise Chapleau**, présidente
Regroupement des éleveurs de chèvres de boucherie du Québec (RECBQ)
Domaine de la Chevrière, Saint-Chrysostome

Catherine Michaud, agr., productrice agricole
Ferme à l'Oie, Saint-Gervais-de-Bellechasse

INTRODUCTION

La viande de chèvre est celle que l'on consomme le plus dans le monde entier. En effet, de la Grèce à l'Espagne, en passant par l'Afrique du Nord, traversant l'océan jusqu'en Amérique Centrale jusqu'aux pays du Sud, leurs habitants la connaissent bien. Dans bien des pays, les chèvres font partie du paysage, vont et viennent à leur guise et rentrent à la maison pour dormir. En échange, on recueille leur précieux lait, mais on aime aussi croquer leur viande maigre et protéinée. On les abat à tout âge, on les apprête de toutes sortes de façons, chacun y va des traditions culinaires de son pays. Il va sans dire, qu'au Québec, elles ne sont pas en pays de connaissance. On trait leur lait pour faire le fromage, mais de là à les manger, il y a une marge!

On élève pourtant la chèvre aussi pour sa viande. La chèvre de type bouchère est un élevage marginal qui visait en premier lieu à combler la demande des communautés culturelles éloignées des saveurs de leur pays d'origine. En retrouvant la chèvre sur leur table aussi loin de chez eux, ils y ont aussi retrouvé un peu de souvenirs, mais surtout beaucoup de plaisir et le goût de recommencer. Puis, tranquillement, certains aventuriers en quête de nouvelles saveurs s'y sont intéressés. Quelques chefs ont découvert sa viande maigre, fine et savoureuse et ont eu l'audace de la mettre au menu de leur restaurant. Certains producteurs l'on fait découper et transformer en produits de toutes sortes pour mieux la faire apprécier à une nouvelle clientèle : les Québécois pure-laine.

De ces expériences de commercialisation de la viande de chèvre et de chevreau sont nées des anecdotes, des histoires dont on est moins fier et, c'est le plus important, les bons coups, ceux qu'on raconte sans se faire prier. Si on avait à recommencer avec tout ce qu'on sait aujourd'hui, on ferait différemment. Comment et pourquoi? C'est le sujet principal de cette conférence. On verra comment on s'organise pour mettre nos produits en marché, puis comment on choisit les animaux qui seront mis en marché.

L'EXPÉRIENCE DU DOMAINE DE LA CHEVRIÈRE (Mme Denise Chapleau)

En production depuis 1997, les débuts furent modestes et très lents, mais ma passion pour la chèvre est toujours aussi vivante. Nous partions de loin pour faire accepter aux Québécois de

manger ce bel animal. Il a fallu commencer par être convaincu nous-mêmes et surtout d'en manger afin de pouvoir convaincre les autres d'y goûter pour qu'ils l'incluent dans leur menu.

Comment peut-on vendre un produit si on ne le connaît pas personnellement? **Il faut croire en son produit pour convaincre les autres de la qualité de ce qu'on leur propose.** J'ai dû adapter mon répertoire de recettes traditionnelles pour la cuisson du chevreau. Il y a eu de nombreux échecs au début, mais aujourd'hui j'ai trouvé ma façon de faire. Il faut à tout prix oublier la fonction haute température sur la cuisinière et dans le four. C'est une viande qui demande de cuire lentement, étant donné qu'elle contient très peu de gras.

Notre démarche personnelle

Je dis bien notre, car c'est une affaire de famille. Seule, c'est presque impossible d'arriver à tout faire. Les seules connaissances en agriculture que nous possédions on été acquises lors d'un cours de démarrage en production ovine à Coaticook suivi par mon fils et par mon mari, et pour moi, le même cours en très condensé.

La réalité du monde agricole nous a été révélé rapidement. Nous avons dû apprendre à fonctionner avec le soleil, la pluie, le vent, la sécheresse, le gel, etc. Nous avons appris à respecter la nature et à travailler avec elle.

Les débuts de l'élevage

Nous avons commencé avec un troupeau de chèvres Boer pur-sang. Dans les premières années, la vente de pur-sang était rentable, mais comme le Québec est petit, on ne peut malheureusement pas vivre seulement de ce marché. Nous avons donc dû diversifier notre élevage en faisant du croisement Boer.

Comme tout débutant, nous avons fait l'acquisition de chèvres venant de plusieurs troupeaux sans nécessairement vérifier la crédibilité des vendeurs. *Première erreur, ne pas avoir pris les renseignements nécessaires pour évaluer la valeur des troupeaux et des vendeurs.*

Nous avons grossi notre troupeau sans réellement faire une étude de marché. Deuxième erreur, notre manque de connaissance du marché pour la consommation du chevreau et de ses sous-produits.

Au début, nous voulions plaire à tout le monde : nous faisions des animaux pur-sang pour la reproduction, des croisements pour la viande, *Troisième erreur, ne pas avoir déterminé à l'avance dans quel créneau nous voulions concentrer nos efforts, la reproduction, la viande ou les sous-produits.*

Se regrouper pour répondre à la demande

Nous avons fait partie d'un regroupement de sept producteurs de notre région, Les Chèvres du Suroît. Notre objectif principal était de fournir une demande sur une base annuelle et nous vendions nos chevreaux à un restaurateur montréalais. Nous avons réussi à fournir un produit de qualité durant plus d'un an et demi. À la suite de la terminaison de ce contrat, le regroupement a commencé à éprouver de la difficulté, autant pour la vente de nos produits que pour la relation entre les membres du regroupement. Le regroupement s'était donné une charte, mais pour que tout fonctionne bien, il faut un certain respect entre les producteurs, et surtout une confiance à toute épreuve, ce qui a fait défaut. Il faut comprendre que dans un groupe, tous

les producteurs ne sont pas rendus au même niveau de production et c'est ce qui fait la complexité d'un tel regroupement. Il faut savoir travailler avec la diversité de chacun, tout en la respectant.

L'idée de se regrouper est super, il faut seulement trouver la façon de bien faire fonctionner le tout sans brimer les droits des autres. Un producteur seul ne peut fournir une demande annuelle présentement. Il faut travailler ensemble pour réussir. Malheureusement, plus des trois quarts des membres se sont retirés du regroupement. Les objectifs de certains membres n'étaient plus selon le plan marketing établi pour développer notre ferme. Malgré notre retrait du regroupement, ce fut une expérience enrichissante. Nous avons réalisé qu'avant de faire partie d'un groupe, on doit très bien connaître les futurs membres et surtout connaître leurs objectifs respectifs.

Grâce à cette expérience, nous retenons les points suivants :

- Cela nous permet d'avoir recours aux anciens membres du regroupement pour travailler sur une base annuelle.
- Cela nous a permis de comprendre et d'évaluer notre objectif personnel de mise en marché.
- Cela nous a fait réaliser que l'on doit toujours garder notre objectif premier en vue si on veux obtenir le succès que l'on désire.
- Cela nous a aussi permis de réaliser que si les producteurs dans un regroupement se donnent des contraintes trop sévères, cela devient très difficile pour la survie d'un regroupement.

Quand l'âge entre en ligne de compte…

Nous avions un gros handicap, NOTRE ÂGE. Il faut être un peu fou ou bien très passionné pour s'embarquer dans une telle galère à notre âge (selon notre entourage). Ils n'ont pas tellement tort! Je crois que nous sommes passionnés et peut-être aussi un peu gaga de nos chèvres.

Il est difficile d'obtenir du financement, principalement après l'âge de 40 ans. Nous ne sommes accessibles à aucun programme d'aide. On doit planifier une rentabilité rapide, elle doit être atteinte au plus tard dans 5 ans. Les jeunes ont cet avantage sur nous, ils peuvent planifier un financement ou un rendement dans 10 ou 15 ans. Je les envie royalement, car j'aimerais avoir 20 ans de moins pour mener à terme tous les projets qui me trottent dans la tête pour la chèvre de boucherie. La dynamique n'est pas la même à cause de l'âge. C'est un facteur dont il faut toujours tenir compte lorsque l'on amorce un nouveau virage.

Les bons coups

S'impliquer dans l'industrie de la chèvre de boucherie

Pour en connaître plus sur la chèvre, et pour en faire connaître les produits au public, je me suis impliquée au niveau provincial (RECBQ – SPCQ) ainsi qu'au niveau canadien (CMGA – association canadienne de chèvre à viande) et la (CNGF – fédération canadienne nationale de chèvre). *Première bonne initiative.*

J'ai la chance de faire partie du RECBQ depuis le début de sa formation. Cela m'a permis de constater tout le travail qu'il y a à faire pour mettre en valeur nos chèvres. Le RECBQ s'occupe principalement du côté expositions, génétique, recherches et autres.

Je représente aussi le secteur des chèvres de boucherie au SPCQ depuis 1999. Depuis l'établissement du Plan conjoint des chèvres, je suis la coordonnatrice du Comité de mise en marché des chèvres de boucherie du Québec. Nous en sommes encore à l'état embryonnaire de la mise en marché. Tout est à développer pour le secteur de la mise en marché

Pour reconnaître une bonne chèvre, et pour être capable de faire un choix judicieux afin d'avoir une meilleure génétique et une meilleure conformation, j'ai suivi le cours de juge pour les chèvres Boer. *Deuxième bonne initiative.*

À titre de juge apprenti, de juge officiel et de traductrice lors des expositions, cela m'a aidé à bien connaître la chèvre de boucherie sous tous ses aspects. *Une très bonne école.*

S'impliquer localement

Nous nous impliquons aussi au niveau régional en étant membres du CLD du Haut Saint-Laurent pour savoir tout ce qui se passe dans notre région afin de promouvoir les produits de notre ferme. Pour développer notre marché local, nous sommes membres du Circuit du Paysan. C'est un regroupement de plusieurs producteurs de divers centres d'activités agroalimentaires axés pour le grand public. À notre ferme, nous ouvrons nos portes, les vendredi, samedi et dimanche, du 24 juin à l'Action de Grâces. Nous expliquons notre façon d'élevage et notre régie de troupeau par une visite guidée de nos granges. Les gens peuvent avoir un contact direct avec les chèvres. Nous avons installé une petite boutique qui nous permet de faire déguster nos produits et aussi d'en vendre. Notre but est de faire connaître le chevreau à tous nos visiteurs. Le Circuit du Paysan est reconnu comme une route de découvertes de produits et de fabrication régionale. *Troisième très bonne initiative.*

Faire la promotion de notre produit

Pour faire connaître notre produit ainsi que notre ferme, nous avons participé à plusieurs salons, foires et expositions ainsi qu'à la journée Portes ouvertes de l'UPA. Lors de ces événements, nous avons fait découvrir la viande de chevreau par une dégustation de nos produits. Comme je dis souvent : « Y goûter c'est l'adopter » *D'autres très bonnes initiatives.*

Une chose est primordiale : nous devons nous faire une réputation sur la qualité, la consistance de notre produit, tant pour l'animal de reproduction, la carcasse, la découpe et la transformation de notre chevreau. C'est sur cela que repose notre réussite. Ne jamais l'oublier.

Le travail quotidien

La réussite de notre mise en marché dépend de notre implication personnelle auprès de nos clients potentiels. C'est un travail de tous les jours.

Notre honnêteté et notre franchise doivent être reconnues de nos clients pour qu'il y ait une bonne confiance. C'est la base d'une bonne relation d'affaires. Nous sommes mieux de refuser de fournir un produit qui n'est pas exactement ce que le client veut, plutôt que de lui fournir un produit qui ne répond pas à 100 % à sa demande. Le client sera peut-être déçu sur le moment, mais il appréciera notre honnêteté, et nous fera confiance dans l'avenir. Un client mal servi une seule fois peut nous faire très mal.

Par exemple, lorsque nous vendons des produits transformés, il faut s'assurer que ce que notre produit contient est exactement ce que l'on dit à notre acheteur. La même chose s'applique

lorsque l'on vend un animal pour la reproduction. Il faut être franc avec l'âge, la génétique et la santé de l'animal, car tôt ou tard, si on n'a pas dit la vérité, cela va nuire à notre crédibilité. Une réputation de bon ou de mauvais producteur se fait et se défait très rapidement.

Finances

Le manque de ressources financières est certainement le plus grand problème pour les producteurs caprins.

Les producteurs ne reçoivent aucune aide monétaire de quelque façon que ce soit (sauf dans le présent cas de l'ESB). Nous ne recevons pas d'ASRA et lorsque nous voulons emprunter pour démarrer, agrandir nos installations, ou notre troupeau, c'est très difficile. Les institutions financières sont très peu favorables à nous financer, car nous sommes encore une production marginale selon eux.

Et si c'était à refaire…

Avant de démarrer en production caprine, avant d'investir une grosse somme d'argent pour l'achat de chèvres de boucherie (toutes catégories confondues), je ferais les démarches suivantes :

- Me joindre au RECBQ et m'informer auprès du SPCQ afin d'obtenir tous les renseignements pertinents à la production caprine de boucherie;
- Me procurer la *Trousse de démarrage en production caprine* pour en savoir plus sur le merveilleux monde caprin;
- Lire et aller sur Internet pour connaître tout ce qui existe comme races, ressources, équipement, etc. pour la chèvre de boucherie;
- Visiter plusieurs producteurs de chèvres de boucherie pour connaître leur situation face à la mise en marché;
- Déterminer dans quel créneau de production je veux travailler pour y concentrer tous mes efforts;
- M'assurer d'obtenir toute l'aide gouvernementale possible à tous les niveaux : conseillers, financiers, organismes, vétérinaires, etc.;
- M'assurer d'avoir la collaboration d'un conseiller au MAPAQ ou de tout autre organisme qui pourra me renseigner sur toutes les opportunités qui sont à ma disposition;
- Vérifier et valider les demandes des clients potentiels;
- Connaître qui sont les clients potentiels;
- Bien connaître et comprendre qui est la compétition;
- S'informer pour connaître les habitudes de ceux qui mangent du chevreau ou de la chèvre, et
- Connaître les périodes de l'année où la demande est plus importante à cause des fêtes religieuses.

En terminant, malgré toutes les difficultés que nous avons rencontrées, et que nous rencontrerons dans le futur, celles-ci n'ont fait et ne feront que confirmer notre dévouement et notre respect envers notre élevage caprin.

Nous serons ravis de vous accueillir sur notre ferme, et comme je l'ai déjà mentionné :
« Le chevreau, y goûter, c'est l'adopter ».

L'EXPÉRIENCE DE LA FERME À L'OIE (Mme Catherine Michaud)

Notre aventure avec les chèvres de boucherie a débuté en 1999. Je commençais tout juste à fréquenter mon conjoint d'aujourd'hui. À cette époque, ma belle famille venait d'acheter une terre avec la maison de ferme et la grange. Il fallait maintenant mettre des animaux dans la grange pour ne pas perdre le permis d'environnement, il fallait choisir quel genre d'animaux nous voulions.

La Ferme à l'Oie élevait déjà des poulets à griller et des dindons, nous avions donc une certaine expérience de l'agriculture doublée d'une solide formation : mon conjoint et mon beau-père sont diplômés de l'ITA de La Pocatière, et moi je suis agronome. Par contre, nous avions nos critères : il n'était pas question de faire la traite, donc une croix sur les vaches, chèvres et brebis laitières. Mon beau-père adore les vaches de boucherie, mais pas nous. Les moutons, pas vraiment, les lapins non plus. Nous avons alors entendu parler de chèvres de boucherie. On a été voir le jugement des chèvres Boer à l'Expo de Saint-Hyacinthe en 1999, puis visité un éleveur pas trop loin et c'est là que nous avons décidé de nous lancer.

Se lancer

Les débuts de l'élevage

Nous avons acheté des chèvres Boer croisées et pur-sang. Nous avons aussi acheté des chèvres laitières, pures batardes, à bas prix et on a accueilli des chèvres de toutes provenances pour dépanner leur propriétaire, on n'était quand même pas pour les laisser dans la rue!

Puis il a fallu les nourrir ces chèvres. Nous avions des champs qui n'avaient jamais vraiment été travaillés, qui avaient donc un rendement très ordinaire. De plus, nous étions débutants dans l'art de faire du foin : faire du foin est une chose, en faire du bon en est une autre.

Se lancer, c'est ce qui est le plus facile à faire, c'est quelques mois plus tard, quand arrive l'été que les choses commencent à tourner moins rond. Elles sont belles les chèvres dans notre grange, mais le troupeau grossit et c'est là qu'on se pose la question : «Mais qu'est-ce qu'on va faire avec tous ces chevreaux?». *Première erreur, ne pas savoir où écouler notre produit avant de choisir l'élevage qu'on veut faire.*

En 2001, la grange est pleine à craquer, on doit envoyer nos chevreaux à l'encan et en tirer un prix ridicule, ou les vendre à rabais à des acheteurs grecs, italiens ou africains qui adorent négocier à la baisse. *Deuxième erreur, ne pas avoir ciblé nos acheteurs potentiels pour obtenir le prix qu'on souhaite, au moins un prix qui va couvrir nos coûts de production.*

Les débuts de la mise en marché de la viande

Pour pouvoir faire découvrir cette viande à des acheteurs potentiels, on fait faire des découpes de viande. C'est à ce moment qu'on découvre que tous les bouchers ne savent pas comment découper et emballer cette viande. Une chance qu'on avait des acheteurs compréhensifs! On a aussi approché des boucheries spécialisées, des chefs cuisiniers et des distributeurs. Le produit est apprécié, mais a du mal à passer aux consommateurs : le prix est trop élevé, le mode de préparation de la viande est mal connu et les distributeurs ne sont pas toujours honnêtes.

Toue en faisant nos premiers contacts de clients, nous avons cru bon s'associer avec d'autres producteurs de la région pour pouvoir offrir un certain volume et une régularité d'approvisionnement à nos acheteurs. Nous avons fondé un organisme à but non lucratif avec une charte et des administrateurs, qui visait à mettre en marché les chevreaux des membres en regroupant l'offre et la demande à un seul endroit. Nous avons été « coachés » par des conseillers du MAPAQ qui nous ont permis d'identifier, entre autres, notre clientèle cible. Nous étions trois entreprises au début, puis deux pour un bon bout, mais nous avons finalement décidé de nous séparer. Il y a plusieurs facteurs qui ont favorisé la dissolution de notre groupe, mais je crois que les principaux sont : les objectifs personnels des membres qui prônent sur ceux du groupe (et ce n'est pas toujours péjoratif de dire cela), la situation géographique des entreprises, ce qui a entraîné une façon différente de vouloir mettre en marché nos produits. Notre associé est situé sur une route touristique, près de la ville de Québec. Il peut donc inviter ses clients à venir acheter à la ferme directement et c'est la façon de faire qu'il voulait préconiser. De notre côté, nous sommes en région, sur une route pas vraiment touristique sur un site qui n'est pas organisé pour recevoir des visiteurs. De plus, nous ne voulions pas nous contraindre à recevoir des clients la fin de semaine, puisque mon conjoint travaille sur la ferme le samedi et que le dimanche est réservé pour faire autre chose que ce qui a trait aux tâches de la ferme. Nous avons décidé d'un commun accord de repartir chacun de son côté.

Puis, c'est l'aventure de la transformation. D'abord saucisses, puis pâtés et cretons. Les produits ont un bon goût, mais ne laissent pas passer le goût du chevreau. Il est aussi très difficile de trouver des transformateurs qui s'intéressent au chevreau et qui veulent développer des produits selon nos spécifications avec des essais sur de petites quantités. Cela prend du temps et n'est pas vraiment payant pour eux, et de toute façon ceux qu'on a rencontrés ont déjà assez de pain sur la planche sans nous. *Troisième erreur, ne pas avoir mieux choisi les gens avec qui on veut travailler pour développer les produits.*

Nos recherches nous ont tout de même mené à bon port et, au début de cette année, on a pu développer des rillettes et des terrines avec des gens qui en font leur métier et qui adorent essayer de nouvelles saveurs. Le résultat est excellent.

Les débuts de l'élevage de sujets reproducteurs

Parallèlement avec le début de la mise en marché des chevreaux, en 2001, nous avons attrapé la piqûre des expositions de chèvres Boer. C'est en 2002 que nous nous sommes lancés aussi dans la présentation des nos chèvres aux jugements. La première année a été vraiment surprenante, les résultats ont surpassé nos attentes. Quelques-uns parlent de la chance du débutant, moi je dis que quand on y croit et qu'on s'investit, on réussit. C'était parti, on avait attrapé la fièvre des expos. Puis l'année suivante, nous voulions emmener plus de chèvres et c'est là qu'on a réalisé que malgré notre grand nombre de chèvres, la plupart ne pouvaient pas passer la porte de la grange pour se montrer aux expositions. *Quatrième erreur, ne pas avoir établi dès le départ quel était le but de notre élevage : la viande ou la reproduction.*

En effet, la plupart des chèvres avaient d'excellentes caractéristiques d'animaux de boucherie comme la facilité au chevrettage, les qualités maternelles, peu de perte d'état de chair en lactation, un poids de chevreaux sevrés très intéressant, etc. Mais pour l'exposition, il faut des animaux avec une conformation parfaite : des trayons bien placés, un nez romain, un pourcentage de race Boer d'au moins 88 % pour la plupart des expositions, des dents pas trop avancées, etc. Or, nous n'avions jamais vraiment fait de sélection pour ces critères sur les chèvres, et encore moins sur nos boucs. Nous avions élevé nos boucs et nous connaissions l'importance du géniteur avec un grand G sur l'amélioration génétique globale du troupeau,

mais sans vraiment investir pour avoir le meilleur animal qui viendrait corriger les défauts principaux.

Nous avions donc fait beaucoup d'erreurs depuis les débuts, mais il y a aussi eu les bons coups.

Les bons coups

Il y a eu les difficultés, mais il y a eu les rencontres, les occasions et les opportunités qui ont croisé notre chemin et qui ont fait que nous y sommes encore aujourd'hui.

S'informer

Plusieurs occasions d'en apprendre plus sur l'élevage et sur des sujets connexes ont été saisies : portes ouvertes, colloques, conférences. Les meilleures ont été : la journée d'ateliers sur la préparation aux expositions qui a eu lieu en Ontario qui m'a permis de nous préparer plus adéquatement et mieux choisir nos animaux qui a été très bénéfique; puis la formation sur l'alimentation des agneaux et des chevreaux de boucherie qui a permis de réviser les notions d'alimentation et d'éclaircir les pratiques que nous devrions adopter. Et dernièrement, j'ai assisté à une journée de conférences sur la distribution alimentaire, ce qui m'a donné des outils pour nous aider à mettre nos produits en marché et qui m'a aussi fait connaître plusieurs personnes ressources à garder précieusement dans ma liste de contacts.

S'affilier avec des gens qui partagent notre vision

Ça nous permet de voir qu'on n'est pas tout seuls à avoir les idées qu'on a et ça permet aussi de persévérer dans le chemin qu'on est en train de se tracer.

Prévoir du temps, beaucoup de temps

Ah le temps! Si on pouvait en fabriquer! Du temps pour : rencontrer les clients, faire des dégustations de nos produits, appeler des prospects, faire le développement des produits, faire le suivi des ventes, faire les factures et les téléphones, tatouer les animaux, réparer les buvettes qui coulent et les parcs défoncés, couper les onglons, soigner les bobos et observer les animaux.

Je dirais que c'est le principal facteur qui retarde l'expansion de la mise en marché de nos produits. Pour ma part, je travaille à l'extérieur de la ferme et la priorité pour mon conjoint est de mettre du temps là où ça rapporte, c'est-à-dire les poulets. Sauf que c'est là que s'installe le cercle vicieux : on n'y met pas trop de temps parce que ça ne rapporte pas beaucoup et ça ne rapporte pas beaucoup parce qu'on n'y consacre pas le temps qu'il faut. Un jour, il y aura des choix à faire…

S'impliquer dans son milieu

Il s'agit non seulement de s'impliquer dans l'industrie de la chèvre de boucherie, mais aussi localement, dans les tables filières et dans les événements qui nous font connaître au niveau local et régional. Il y a beaucoup plus de gens influents qu'on pense juste à côté de chez nous.

Pour ma part, je suis impliquée dans le Comité des expositions du RECBQ au niveau provincial, mais aussi au niveau national avec l'Association canadienne de la chèvre de boucherie et la Fédération canadienne nationale des chèvres. Il y a beaucoup d'apprentissage à faire du côté personnel et professionnel à travailler avec toutes sortes de gens qui ont chacun leurs objectifs, leurs valeurs et leur vision de l'élevage. J'ai aussi participé à des activités avec la Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches où j'aimerais m'impliquer davantage, mais le temps file…

Et si c'était à refaire

Nous ferions autrement…

- D'abord se demander qu'est-ce qu'on veut faire avec les animaux qu'on achète, toutes espèces confondues : on veut en vivre, on veut en faire un « hobby », on veut un revenu d'appoint, etc. La réponse à cette question nous permettra de NOUS donner des objectifs de production (nombre d'animaux à garder, à produire) et des objectifs budgétaires (de quel revenu ai-je besoin ou quel revenu je veux faire).
- Décider vers quel créneau on se destine : viande ou animaux reproducteurs. La réponse à cette question nous permettra de choisir les animaux les mieux adaptés à l'une ou l'autre des situations.
- Voir s'il y a de la demande pour les produits (viande et/ou animaux reproducteurs) qu'on veut faire et connaître qui sont nos concurrents. On met beaucoup trop d'emphase sur la demande, mais pas assez sur les concurrents.
- Cibler le type de client qu'on veut atteindre. De cette décision découlera la majorité des décisions importantes qui suivront à savoir :
  - ⇒ Le genre de produit que je veux vendre;
  - ⇒ La présentation du produit;
  - ⇒ L'élaboration des recettes;
  - ⇒ Le type de commerce où je laisse mes produits;
  - ⇒ L'endroit où je vais promouvoir mes produits.

  Par exemple, si je veux rejoindre le public en général, je pourrais élaborer un creton, un produit que presque tout le monde mange, qui goûtera peu le chevreau et que je mettrai dans un contenant facile à refermer et pratique. L'étiquette sera facile à lire, attrayante. Je ferai déguster mes cretons lors de foires agricoles par exemple et je ciblerai les commerces comme les épiceries de cartier.

  Par contre, si je veux rejoindre des gens un peu plus soucieux de leur santé qui achètent leurs produits dans les épiceries dites « naturelles », je devrai élaborer une saucisse, par exemple, faible en gras, sans gluten, sans agents de conservation ou colorants. L'étiquette pourra contenir de l'information nutritionnelle détaillée. Je distribuerai mes produits dans les épiceries spécialisées en aliments « naturels » ou « bio ».

- Analyser quelle aide financière nous aurions pu avoir pour se lancer dans une nouvelle production ou dans l'élaboration de nouveaux produits.
- Calculer pour savoir si le secteur Chèvres de la ferme peut faire vivre une personne.
- Mieux choisir les animaux de départ.

En guise de conclusion

Comme on peut le constater, malgré des parcours différents, les conclusions sont les mêmes. Les points essentiels à retenir sont :

- Bien savoir pourquoi on veut faire l'élevage des chèvres de boucherie.
- Connaître la direction qu'on veut prendre : production et vente de viande ou d'animaux reproducteurs.
- S'informer sur l'élevage avant d'acheter : RECBQ, SPCQ, Trousse de démarrage en production caprine, visites d'éleveurs, sites Internet, conseillers MAPAQ.
- Voir à quelles ressources financières (prêts à taux préférentiels, subventions, établissement à la relève, dépenses admissibles, remboursement de taxes, crédits d'impôt, etc.) on pourrait avoir droit.
- Faire un plan d'affaires : mettre sur papier ce qu'on veut faire.
- Faire une étude de marché : clients potentiels, demande, habitudes de consommation, principales périodes de vente dans l'année, concurrents.
- Faire un budget : dépenses, objectifs de revenus.
- Cibler la clientèle qu'on veut rejoindre :
  - ⇒ Vendre à l'encan;
  - ⇒ Vendre à la ferme;
  - ⇒ Fournir le secteur de la restauration;
  - ⇒ Fournir le secteur des boucheries fines ou autres épiceries spécialisées.
  - ⇒ Vendre dans les marchées ou foires.
  - ⇒ Vendre le chevreau transformé : saucisses, pâtés, terrines, plats cuisinés, rillettes, cretons, tourtières, etc.
  - ⇒ Vendre le chevreau en découpes.

  Voilà autant de créneaux possibles, il faut donc bien se connaître et se faire un plan d'affaires réaliste pour notre région et aller de l'avant. Ce sont des questions très importantes et on doit en connaître la réponse avant d'investir notre argent, notre temps et surtout notre énergie.

  Le problème est que l'on veut toucher à tous les marchés en même temps. Cela est impossible, car à ce moment-là, on ne réussit même pas à faire très bien un seul produit. On s'éparpille trop, on ne peut être bon dans tout.

La réponse à ces questions détermine le genre de chèvres et de boucs que l'on doit acheter, d'ou l'importance de bien savoir ce que l'on veut faire.

Un vieux dicton dit : ON NE PEUT ÊTRE BON DANS TOUT. Donc, concentrons nos efforts là ou nous sommes les meilleurs.