



RAPPORT ANNUEL  
2019-2020

# TABLE DES MATIÈRES

- 3 HISTORIQUE ET MANDAT
- 4 MOT DU PRÉSIDENT
- 6 LES ÉLEVEURS D'OVINS DU QUÉBEC
- 7 MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL
- 8 LES DOSSIERS 2019-2020
- 10 MISE EN MARCHÉ
- 12 COMMUNICATION
- 13 PROMOTION
- 15 LES SYNDICATS OVINS RÉGIONAUX

---

© Les Éleveurs d'ovins du Québec  
ovinquebec.com  
agneauduquebec.com

## HISTORIQUE ET MANDAT

La fédération Les Éleveurs d'ovins du Québec (LEOQ) a pour principale mission de défendre les intérêts des producteurs d'ovins du Québec. Affiliée à l'Union des producteurs agricoles (UPA), et fondée en 1981, elle est formée de 10 syndicats régionaux et compte 871 producteurs dont le nombre de moutons adultes (brebis et béliers) se chiffre à plus de 125 900 têtes<sup>1</sup>.

LEOQ gère le plan conjoint des producteurs d'ovins depuis 1982 et est légalement reconnue par la Régie des marchés agricoles et alimentaires (RMAAQ) sous la loi de mise en marché. LEOQ administre l'Agence de vente des agneaux lourds.

LEOQ 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

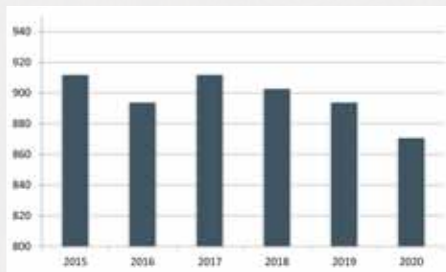
Québec (SEMRPQ) et le Centre d'expertise en production ovine du Québec (CEPOQ).

LEOQ représente 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.



**871**  
ENTREPRISES EN  
PRODUCTION  
OVINE  
AU QUÉBEC

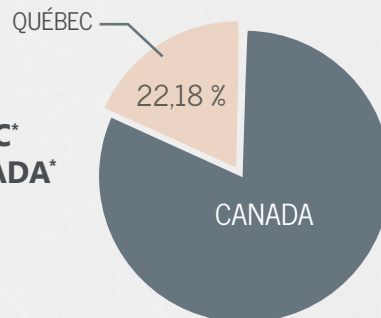


Graphique 1. Nombre de producteurs ovins inscrit à LEOQ entre 2015 et 2020



**125 900**  
NOMBRE DE  
MOUTONS  
ADULTES AU  
QUÉBEC\*

**225 000 MOUTONS ET AGNEAUX AU QUÉBEC\***  
**1 014 600 MOUTONS ET AGNEAUX AU CANADA\***



<sup>1</sup> Statistique Canada. Tableau 32-10-0129-01 Moutons et agneaux, nombre dans les fermes (x 1 000) au 1<sup>er</sup> juillet 2020



## MOT DU PRÉSIDENT

# VERS UNE REFONTE DE LA MISE EN MARCHÉ

À la dernière assemblée annuelle, nous nous sommes donné de gros mandats pour l'année 2020. Le plus gros de ces mandats était clairement une refonte de notre système de mise en marché. Il fallait également dénoncer la convention de mise en marché avec les acheteurs.

Dans ce contexte, plusieurs résolutions sur la mise en marché provenant de vos régions ont été concentrées en une seule résolution qui fut adoptée à l'assemblée. De plus, la présentation livrée par M. Gilbert Lavoie nous a apporté plusieurs pistes de réflexion :

- Une meilleure prévisibilité des prix;
- Des approvisionnements plus prévisibles;
- Une vision à long terme du développement.

Pour y parvenir, il faut définitivement un encadrement plus strict à certains endroits et plus de flexibilité à d'autres endroits. C'est une question d'équilibre.

Outre cette refonte de la mise en marché, le comité exécutif et le conseil d'administration avaient pour mandat de trouver un directeur général pour nous accompagner pour les années à venir. Non sans quelques embûches, mais avec beaucoup de plaisir, je peux dire " mission accomplie! ". Je souhaite donc

la bienvenue à M. Jean-Philippe Deschênes-Gilbert. Entré en fonction le 17 février 2020, il était loin de se douter que, trois semaines plus tard, il devrait diriger une équipe à distance en raison de la pandémie.

En effet, le 12 mars dernier, en pleine négociation avec les acheteurs, le premier ministre du Québec, M. Legault, annonçait l'état d'urgence sanitaire pour le Québec. Quelques jours plus tard, tout le Québec était mis en pause.

L'incertitude, l'insécurité et même la peur se sont rapidement installées sur les marchés. Personne n'aurait alors pensé que notre façon de voir et de faire serait changée pour très longtemps.

Mis à part le début de la pandémie, la production ovine a répondu bien différemment de plusieurs autres productions agricoles. La fermeture des frontières ayant ralenti les importations d'agneaux, l'engouement pour l'achat local et les différents messages sur l'importance de la souveraineté alimentaire ouvraient une belle porte à notre production. C'est une opportunité à ne pas manquer. Plus que jamais, il importe de renforcer nos parts de marché.

En concordance avec notre désir de développer la mise en marché de l'agneau lourd, le comité sur la refonte vous a fait état de certaines pistes à travailler lors de la dernière tournée régionale. En rencontre avec les acheteurs, plusieurs points positifs sont ressortis sur notre mise en marché de l'agneau lourd : la qualité du produit, la promotion et le prix à long terme pour les engagements annuels. Il y a cependant un gros bémol pour les acheteurs : la régularité de l'approvisionnement en agneaux lourds et le non-respect des engagements annuels par les producteurs.

Dès 2021, LEOQ introduit d'importants changements :

- Un prix annuel fixe pour les agneaux lourds en engagement annuel avec une formule de décrochage du prix au cas où les marchés seraient trop fluctuants;
- Des contrats ponctuels offerts par les acheteurs suffisamment à l'avance pour que tous les éleveurs puissent y participer;
- Des prix hebdomadaires qui reflèteront mieux le marché et son évolution au fil des saisons.

Ce sont là des avancées majeures pour les éleveurs et leur agence de vente.

Clairement à l'horizon, je vois une assemblée générale spéciale en février 2021. Cette assemblée permettra aux délégués d'adopter les modifications réglementaires souhaitées. Suivra ensuite un dépôt à la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec dans les semaines qui suivront. Notre objectif est que la refonte de la mise en marché prenne forme très rapidement.

Plusieurs rencontres, mises sur la glace pendant la pandémie, sont aujourd'hui remises à l'agenda de LEOQ. Le mode virtuel est de plus en plus apprivoisé par tous les intervenants et nous permet de faire progresser la production ovine dans la bonne direction.

Je me dois d'insister sur la collaboration que nous avons avec les différents partenaires : le CEPOQ, la Société des éleveurs de moutons de race pure, l'Université Laval et le CRSAD. Ce dernier est un nouvel acronyme que vous verrez apparaître plus souvent. Il signifie Centre de recherche en sciences animales de Deschambault.

Au niveau canadien, le Réseau ovin national est toujours bien actif. L'Alberta, l'Ontario et le Québec continuent à travailler ensemble pour vous représenter sur la scène nationale. Avec des dossiers tels que la gestion des risques en entreprise et la santé animale, le Réseau a plus que jamais sa raison d'être. En arrière-plan, nous suivons également le dossier d'une éventuelle traçabilité nationale.

Bien des défis à relever en 2021 et je demeure confiant que les productrices et les producteurs d'agneaux du Québec et du Canada ont un bel avenir devant eux.



Pierre Lessard,  
Président

# LES ÉLEVEURS D'OVINS DU QUÉBEC

## Le conseil d'administration 2019-2020

Président

**Pierre Lessard**

Abitibi/Témiscamingue

**Yves Côté**

Bas-Saint-Laurent

**François Deslauriers**

Centre-du-Québec/Mauricie

**Éric Cloutier**

Chaudière-Appalaches/Québec

**Éric Lamontagne**

Estrie

**Jean-Paul Houde**

Gaspésie

**Alexis Richard**

Lanaudière

**Ludovic Juillet**

Montérégie

**Martin Brodeur-Choquette**

Outaouais/Laurentides

**Maxime Leduc**

Saguenay/Lac-St-Jean

**Philippe Lapointe**

### Le comité exécutif

**Pierre Lessard,**  
président

**François Deslauriers,**  
1<sup>er</sup> vice-président

**Martin Brodeur-Choquette,**  
2<sup>e</sup> vice-président

**Éric Cloutier,**  
membre

En 2019-2020, le conseil d'administration s'est réuni à 19 reprises, notamment en raison du contexte de pandémie. Pour la même période, le comité exécutif s'est réuni à 18 reprises.

## Les employés

**Jean-Philippe Deschênes-Gilbert**

directeur général,

depuis le 17 février 2020

**France Morin**

secrétaire de direction

jusqu'en septembre 2020

**Marion Dallaire**

chargée de communication

**Jean-Philippe Blouin**

directeur de la production

et de la mise en marché

**Karina Sanschagrin**

agente aux opérations

**Johanne Labonté**

commis aux opérations

de l'Agence de vente



## MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

# S'ADAPTER

Voici le meilleur mot pour résumer la dernière année administrative de LEOQ.

Et derrière ce verbe d'action, il y a les notions de modifier, d'améliorer et de résultats. Voilà le défi qui m'a été confié à mon arrivée aux Éleveurs d'ovins du Québec en février 2020.

Il aura d'abord fallu s'adapter pour assurer le maintien du Programme de paiement anticipé pour le secteur ovin québécois. Après des années d'utilisation du service offert par les Producteurs de bovins du Québec, LEOQ devait se trouver un autre fournisseur. Ce changement était rendu nécessaire pour assurer le service au meilleur coût pour les éleveurs d'ovins. C'est aujourd'hui mission accomplie grâce à un fournisseur ontarien trouvé par LEOQ.

Ensuite, LEOQ s'est adapté très rapidement à la réalité d'une pandémie. L'adaptabilité a été le mot clé pour assurer le maintien des services (approvisionnement et paiement) et une stabilité des marchés. Tous les employés ont réussi leur transition vers le télétravail. Chapeau à toute l'équipe. De plus, la communication de tous les instants avec les partenaires de la filière a été rendue possible grâce à l'adaptation de chacun des maillons.

Enfin, LEOQ a débuté son processus d'adaptation de la mise en marché de l'agneau lourd. Cette adaptation

a débuté en mai dernier avec l'instauration d'un prix fixe pour les agneaux lourds vendus en engagement annuel. Une première pour l'agence de vente. L'adaptation se poursuit encore à ce jour avec le processus de refonte de la mise en marché et de la dénonciation de la convention de mise en marché de l'agneau lourd.

Cette première adaptation de nos outils et de nos processus n'est certes que l'étape initiale. Derrière l'objectif transmis par les assemblées annuelles des dernières années de réviser la mise en marché de l'agneau au Québec, d'autres étapes sont à prévoir. Des étapes importantes comme des modifications réglementaires concrètes, des améliorations aux opérations de l'agence de vente ou encore de nouveaux projets et outils sont à venir.

Il est important de ne pas sous-estimer le défi d'adaptation de la dernière année. Après plus d'une décennie de services offerts par l'agence de vente, beaucoup d'habitudes ont été prises. Les éleveurs se retrouvent en situation de confort. Il fallait donc maintenir ce confort tout en adaptant les processus et les services aux éleveurs. Un défi qui ne fait que débiter...

Jean-Philippe Deschênes-Gilbert,  
Directeur général

# LES DOSSIERS

## 2019-2020

### ÉVALUATION PÉRIODIQUE DU PLAN CONJOINT

En vertu de la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, LEOQ doit faire rapport à tous les cinq ans à la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (Régie) de la gestion du Plan conjoint des producteurs d'ovins du Québec. Ce rapport prend la forme d'une évaluation périodique et a fait l'objet d'une séance publique en septembre 2019 dernier.

Ainsi, LEOQ a présenté son mémoire à la Régie pour la période 2014-2018. Il s'agit d'un exercice bénéfique puisqu'il permet de faire le bilan des activités réalisées au cours des cinq dernières années. À cette occasion, LEOQ a surtout abordé la mise en marché, l'accès au marché, la relève, la main-d'œuvre et l'équité entre les producteurs.

Par la suite, la Régie publie un rapport sur cette évaluation des actions de LEOQ au regard du Plan conjoint. Dans son dernier rapport, publié en juillet 2020, la Régie souligne « son appréciation pour le sérieux et la qualité des documents et des présentations que les intervenants lui ont soumis ».

En conclusion, la Régie formule neuf recommandations pour LEOQ. Parmi celles-ci, soulignons :

- ♦ Poursuivre les efforts de marketing et de communication pour promouvoir et favoriser

la consommation d'agneaux du Québec;

- ♦ Persévérer dans les efforts consentis pour favoriser une augmentation de la production, afin de mieux répondre à la demande de viande ovine au Québec;
- ♦ Évaluer l'opportunité d'étendre l'agence de vente aux agneaux légers et aux agneaux de lait;
- ♦ Créer un lieu d'échanges et de réflexion pour améliorer les conditions de transport et d'abattage.

LEOQ entend mettre en œuvre, dans les prochaines années, les recommandations de la Régie.

### FINANCES

Pour la dernière année, LEOQ présente un surplus financier de 82 778 \$. Un tel bilan positif s'explique par un contrôle accru des dépenses et l'utilisation du mode virtuel pour la quasi-totalité des rencontres. Les revenus de l'organisation se sont maintenus en raison de la vigueur du marché et du nombre d'agneaux commercialisés.

Au 31 août 2020, LEOQ présente un actif net de 1 121 466 \$, ce qui représente une année de fonctionnement.

## PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION OVINE

LEOQ poursuit ses efforts pour assurer une meilleure rentabilité de la production ovine à la ferme et améliorer les conditions de production. Au cours de la dernière année, LEOQ a ainsi appuyé divers projets de recherche portant notamment sur :

- ♦ Trousse de démarrage en production ovine
- ♦ Récolte et insémination en semence fraîche
- ♦ Outil de diagnostic de l'infection parasitaire
- ♦ Stratégies nutritionnelles et toxémie
- ♦ Récolte de données sur le marché

## REPRÉSENTATIONS ET RAYONNEMENT

En 2019-2020, LEOQ a maintenu son implication au sein des diverses organisations actives dans le secteur agricole et la filière ovine. Ainsi, LEOQ a été présent dans les organisations suivantes :

- ♦ Réseau ovin national
- ♦ Union des producteurs agricoles
- ♦ Table filière de la production ovine
- ♦ Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie ovine canadienne

La mise en œuvre de projets porteurs pour le secteur, la représentation auprès du gouvernement fédéral, la pandémie ainsi que les dossiers agro-économiques auront marqué les représentations de LEOQ pour la dernière année.

## COVID-19

La Covid-19 a certes marqué la dernière année. Tout au fil de cette pandémie et encore aujourd'hui, LEOQ s'est assuré du maintien de l'ensemble de ses activités, notamment le maintien des approvisionnements en agneaux et le paiement aux éleveurs.

Pour y parvenir, LEOQ a maintenu des communications constantes avec les divers intervenants de la filière ovine : les éleveurs, Réseau encan Québec, les acheteurs, les abattoirs, le gouvernement du Québec, l'Union des producteurs agricoles, les transporteurs, etc.

Plusieurs actions ont été mises en place afin d'assurer le maintien de l'approvisionnement en agneaux lourds et légers :

- ♦ Présence d'un représentant de LEOQ lors des encans d'agneaux légers
- ♦ Envoi régulier de *L'agneau express* aux éleveurs
- ♦ Rencontre hebdomadaire avec les acheteurs
- ♦ Instauration d'une politique de télétravail pour le personnel

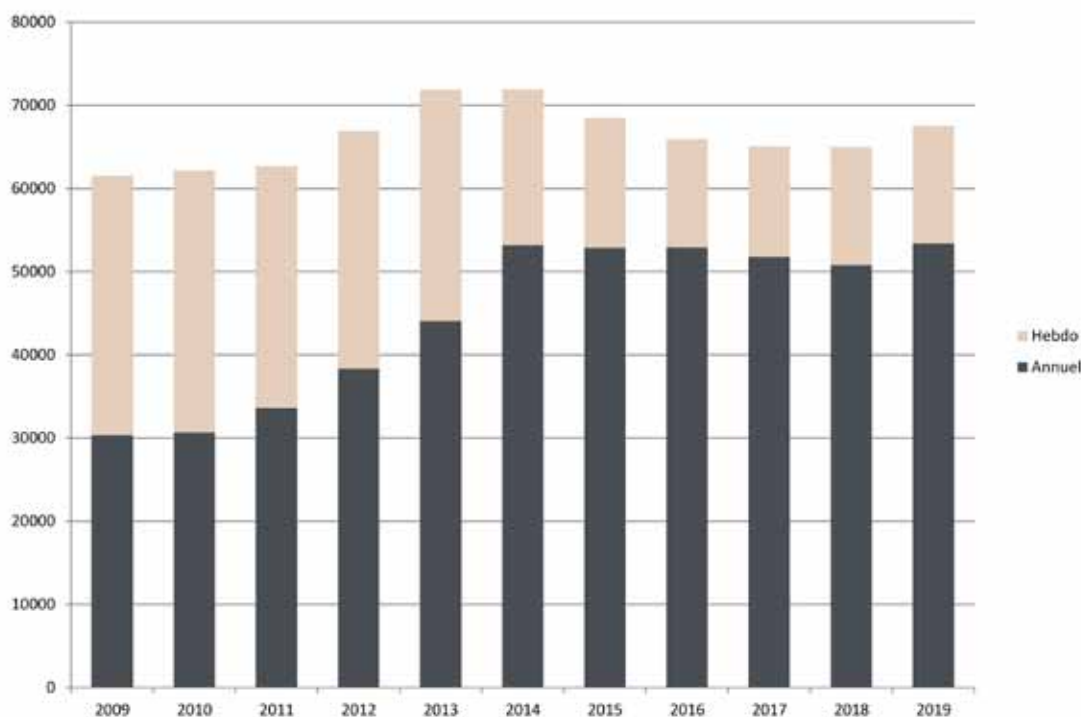
Force est de constater que les actions mises en place par LEOQ ont contribué à la stabilisation du marché après quelques semaines plus difficiles en début de pandémie.

## ÉVOLUTION DU VOLUME ET DU PRIX DE L'AGNEAU

Le nombre d'agneaux lourds vendus depuis le début de l'année 2020 a diminué de 6,7 % par rapport à la même période en 2019. Le volume d'agneaux légers (50-79 lb) transigé à l'encan a quant à lui connu une hausse (3,1 %), tout comme le volume des agneaux de lait (3,9 %).

Le prix moyen de l'agneau lourd en engagement annuel est légèrement inférieur à celui de l'an dernier à pareille date. Rappelons qu'au moment où la pandémie de COVID-19 a débuté, les marchés ont été perturbés pour quelques semaines, notamment lors de la

période de Pâques. Depuis mai 2020, et ce, jusqu'à la fin de la présente année, le prix a toutefois été établi à 10,50 \$/kg pour les ventes en engagement annuel. Soulignons que le prix en vente hebdomadaire a, depuis septembre dernier, été négocié au même prix que les ventes en engagement annuel. Cette augmentation visait à répondre à une demande accrue à laquelle les contrats des producteurs ne suffisaient pas. Notons enfin que les prix moyens des agneaux légers et de lait ont connu une progression depuis le début de l'année 2020 avec une hausse respective de 8,4 % et 11,2 % pour les dix premiers mois de l'année, comparativement à la même période en 2019.



Graphique 1. Volume agneaux lourds de 2009 à 2019

## TABLEAUX DE BORD

Les tableaux de bord suivants fournissent un portrait statistique de l'année 2019 comparativement à l'année 2018 ainsi qu'une comparaison des mêmes éléments pour les 44 premières semaines des années 2020 et 2019. Plusieurs indicateurs de la qualité des carcasses d'agneaux lourds transigées y sont

présentés ainsi que certaines statistiques concernant les agneaux légers et de lait. Rappelons que la qualité de la production, exprimée ici en pourcentage (%), indique la proportion de carcasses d'agneau dans la cible recherchée par le marché, soit entre 20-24 kg et 7-11 mm de gras.

Tableau de bord 2019-2018

VOLUME LOURD	VOLUME LEGER	VOLUME LAIT	QC- PRIX MOYEN LOURD	QC- PRIX MOYEN DU LEGER
<b>67731</b>	<b>60700</b>	<b>9528</b>	<b>10.36 \$</b>	<b>13.51 \$</b>
↑ 4.06 %	↑ 4.86 %	↓ -2.68 %	↓ -5.75 %	↓ -1.85 %
Semaines 1 à 52				
MESURE	2019	2018	VARIATION EN %	TENDANCE SUR 5 ANS
VOLUME LOURD TOTAL	67 731	65 090	↑ 4.06 %	
VOLUME ENGAGEMENT ANNUEL	53 396	50 895	↑ 4.91 %	
VOLUME HEBDOMADAIRE	14 116	14 181	↓ -0.46 %	
NOMBRE TOTAL DE CONDAMNATION	239	169	↑ 41.42 %	
POIDS MOYEN	22.89	22.81	↑ 0.33 %	
MOYENNE DE CONFORMATION	3.53	3.53	↑ 0.19 %	
GRAS MOYEN	12.57	11.97	↑ 5.00 %	
POIDS TOTAL VENDU (KG)	1 550 161.71	1 484 794.79	↑ 4.40 %	
REVENU TOTAL BRUT	16 062 224.46 \$	16 322 824.50 \$	↓ -1.60 %	
QUALITÉ DE PRODUCTION-LOURD	20.80 %	23.04 %	↓ -9.72 %	
MOYENNE D'INDICE	100.08	100.93	↓ -0.84 %	
VOLUME LEGER	60 700	57 886	↑ 4.86 %	
VOLUME LAIT	9 528	9 790	↓ -2.68 %	
QC- PRIX MOYEN LOURD	\$10.36	\$10.99	↓ -5.75 %	
QC- PRIX MOYEN DU LEGER	\$13.51	\$13.77	↓ -1.85 %	
QC- PRIX MOYEN DU LAIT	\$13.95	\$14.75	↓ -5.42 %	

Tableau de bord 2020-2019

VOLUME LOURD	VOLUME LEGER	VOLUME LAIT	QC- PRIX MOYEN LOURD	QC- PRIX MOYEN DU LEGER
<b>53166</b>	<b>53481</b>	<b>8518</b>	<b>10.35 \$</b>	<b>14.67 \$</b>
↓ -6.74 %	↑ 3.11 %	↑ 3.90 %	↓ -2.88 %	↑ 8.45 %
Semaines 1 à 44				
MESURE	2020	2019	VARIATION EN %	TENDANCE SUR 5 ANS
VOLUME LOURD TOTAL	53 166	57 009	↓ -6.74 %	
VOLUME ENGAGEMENT ANNUEL	47 325	45 008	↑ 5.15 %	
VOLUME HEBDOMADAIRE	5 840	11 814	↓ -50.57 %	
NOMBRE TOTAL DE CONDAMNATION	218	214	↑ 1.87 %	
POIDS MOYEN	22.50	23.00	↓ -2.14 %	
MOYENNE DE CONFORMATION	3.62	3.53	↑ 2.55 %	
GRAS MOYEN	12.16	12.54	↓ -3.07 %	
POIDS TOTAL VENDU (KG)	1 196 426.28	1 310 957.68	↓ -8.74 %	
REVENU TOTAL BRUT	12 384 702.97 \$	13 973 275.47 \$	↓ -11.37 %	
QUALITÉ DE PRODUCTION-LOURD	22.95 %	20.83 %	↑ 10.16 %	
MOYENNE D'INDICE	100.99	100.11	↑ 0.88 %	
VOLUME LEGER	53 481	51 870	↑ 3.11 %	
VOLUME LAIT	8 518	8 198	↑ 3.90 %	
QC- PRIX MOYEN LOURD	\$10.35	\$10.66	↓ -2.88 %	
QC- PRIX MOYEN DU LEGER	\$14.67	\$13.53	↑ 8.45 %	
QC- PRIX MOYEN DU LAIT	\$15.41	\$13.87	↑ 11.17 %	

# COMMUNICATION

Les communications gérées par LEOQ touchent le volet web et l'imprimé. Le volet Web inclut autant les sites Internet, les réseaux sociaux que les informations par courriel.

## Site Internet

LEOQ gère deux sites Internet, soit [ovinquebec.com](http://ovinquebec.com) et [agneauduquebec.com](http://agneauduquebec.com). Le premier est entièrement consacré aux éleveurs d'ovins du Québec. Il contient des informations sur la fédération, les différents dossiers de LEOQ et les moyens de communication. Le second s'adresse aux consommateurs. Entièrement bilingue, il leur permet, entre autres, de trouver de l'information sur le produit, des recettes et une carte interactive pour se procurer le produit.

## Infolettre

LEOQ publie l'infolettre *L'agneau express*. Cette année, dans le contexte de pandémie et le questionnement entourant l'incertitude des marchés, elle a été publiée à plusieurs reprises chaque mois.

## Médias sociaux

Sur Facebook, LEOQ s'occupe des pages *Agneau du Québec*, *Les Éleveurs d'ovins du Québec* ainsi qu'*Ovin Québec*. La première est consacrée aux consommateurs et au produit, la deuxième s'adresse aux éleveurs d'ici et la dernière est consacrée au magazine du même nom.

## Séminaires

En collaboration avec le CEPOQ, LEOQ a mis sur pied des séminaires de rencontre Web dès le printemps 2020 pour répondre à certains questionnements des producteurs ovins face à la situation sans précédent. Ainsi, une série de rencontres d'information, d'échanges et de discussions virtuelles ont été organisées. Ces rencontres portaient, entre autres, sur des sujets variés tels que le marché, les programmes d'aide aux entreprises, l'impact de la Covid-19 sur le secteur agricole.

## Publication Ovin Québec

Le bulletin officiel de LEOQ, *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 SEMRPO, 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.



## PROMOTION

Les activités promotionnelles de la première partie de l'année 2019-2020 se sont déroulées comme prévu initialement. Mais la planification a dû être ajustée en fonction du contexte mondial. Étant donné que tous rassemblements ont été interdits une partie de l'année, les activités promotionnelles ont été orientées vers le Web.

En septembre 2019 se tenait la 17<sup>e</sup> édition des Portes ouvertes sur les fermes du Québec. Huit entreprises ovines ont ouvert leurs portes dans sept régions différentes sous la thématique “ *L'environnement, c'est dans notre culture* ”. Plus de 110 000 visiteurs se sont déplacés à travers le Québec.

Lors de l'événement qui se déroulait au stade olympique, deux producteurs de la région de l'Outaouais et des Laurentides animaient le kiosque afin de discuter avec les Montréalais. Le public était présent et les auditeurs aussi nombreux à venir écouter les présentations sur la production ovine.

Au cours de l'automne 2019, la promotion a été à l'honneur dans les médias numériques. Tout d'abord, ayant dans la mire la période de l'Action de grâce, une campagne numérique sur Facebook a été lancée sous forme de carrousel. La campagne était bâtie avec trois volets d'audience afin de rejoindre le plus de personnes intéressées par le produit. Cette campagne visait les foodies, les gens qui recherchent des

recettes ainsi que les amateurs de produits locaux, La campagne a généré une bonne affluence vers le site [agneaudeauquebec.com](http://agneaudeauquebec.com).

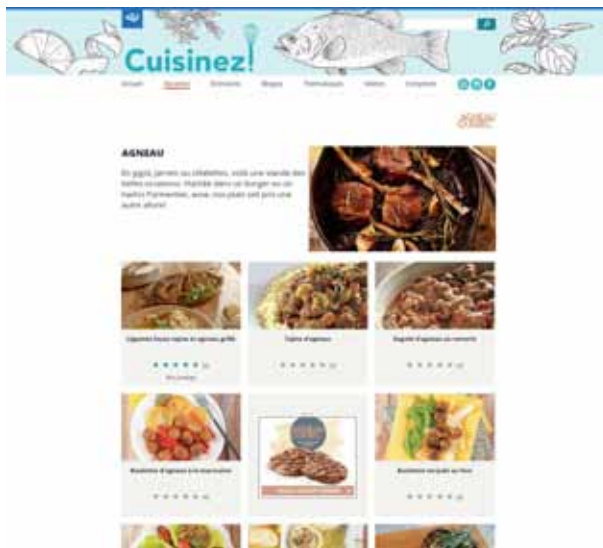
Puis, dès la mi-novembre et jusqu'à la fin décembre, une campagne numérique a été mise en place pour la période des Fêtes. Ciblant différents sites de recettes prisés par les Québécois, des bandeaux publicitaires de l'agneau du Québec étaient inclus sur différents sites Internet culinaires ainsi que d'autres sites populaires tels que celui de La Presse.



Parallèlement à cette campagne numérique, des actions ont été menées avec Ricardo. Sur son site Internet, toutes les recettes d'agneau suggéraient d'utiliser l'Agneau du Québec. De plus, une publicité pleine page a été publiée dans l'édition de Noël de son magazine imprimé.

Dès la mi-mars, une nouvelle campagne a été lancée sur la nouvelle plateforme gourmande de Télé-Québec, [cuisinez.telequebec.tv](http://cuisinez.telequebec.tv). Il incluait :

- une commandite dans la section agneau et recettes d'agneau (75 recettes);
- le logo et bannières sur le site;
- un billet rédactionnel sur leur blogue pour démystifier l'agneau.



Suite à des ajustements dus au contexte pandémique, certaines activités ont été réorientées afin d'atteindre la clientèle visée.

Par conséquent, une autre campagne programmatique, c'est-à-dire des bannières Web sur différents sites de recettes, a été mise sur pied. Tout comme pour celle du temps des Fêtes, les sites de cuisine et la clientèle étaient ciblés selon l'intérêt pour le produit. Les Éditions Pratico-Pratiques ont mis sur pied un magazine numérique gratuit étant donné le contexte mondial. L'agneau du Québec y était à l'honneur et le placement incluait le logo et la mention "présenté par" sur la page couverture du magazine; cinq présences du packaging produit avec encadré rédactionnel sur différentes recettes; une page de publicité dans le magazine Web; diffusion sur leurs réseaux sociaux; une infolettre envoyée à tous les abonnés. Des publications pour encourager les consommateurs à manger local ont été partagées sur la page Facebook de l'agneau du Québec.



## Associations

LEOQ s'est associé à Aliments du Québec pour l'année 2019-2020. Dans le cadre de cette entente de partenariat, diverses actions médiatiques ont été prises tout au long de l'année :

- Utilisation du logo Aliments du Québec;
- Publications d'articles dans les infolettres d'Aliments du Québec;
- Promotion du produit Agneau Québec sur Facebook;
- Publication d'articles sur le site Web d'Aliments du Québec [alimentsduquebec.com](http://alimentsduquebec.com);
- L'agneau du Québec à l'honneur dans une thématique numérique au printemps.

La chef Gabrielle Pellerin a créé plusieurs nouvelles recettes avec l'agneau du Québec tout au long de l'année, en plus d'en faire la promotion sur les réseaux sociaux. Ces recettes sont publiées sur Instagram, sur Facebook et sur le site [agneauduquebec.com](http://agneauduquebec.com). La chef utilise sa créativité pour en offrir pour tous les goûts et diverses découpes de l'agneau sont mises de l'avant.

# LES SYNDICATS OVINS RÉGIONAUX

Pour tout renseignement ou pour connaître les services offerts par les syndicats ovins régionaux, communiquer directement avec le secrétaire ou le président de la région.

- Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons d'Abitibi/Témiscamingue
- Syndicat des producteurs d'ovins du Bas-St-Laurent
- Producteurs d'agneaux et moutons du Centre-du-Québec et de la Mauricie
- Producteurs d'ovins de la Chaudière-Appalaches et de Québec
- Syndicat des producteurs de moutons de l'Estrie
- Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons de la Gaspésie - Les Îles
- Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons de Lanaudière
- Syndicat des producteurs d'ovins de la Montérégie
- Syndicat des producteurs d'agneaux et moutons du Saguenay - Lac-St-Jean
- Syndicat des producteurs ovins Outaouais-Laurentides

Pour les coordonnées : [ovinquebec.com](http://ovinquebec.com)

**OVIN  
QUEBEC**  
LES ÉLEVEURS D'OVINS DU QUÉBEC