

RAPPORT D'ENQUÊTE AUPRÈS DES PRODUCTEURS D'ŒUFS À PETITE ÉCHELLE



Novembre 2022

Table des matières

Analyse des données et rédaction	3
Comité de pilotage du projet	3
Révision	3
Coordination.....	3
Révision et mise en page.....	3
Remerciements	3
Mise en contexte	5
Méthodologie	5
Retrait des répondants marginaux et des réponses marginales.....	5
Répondants partiels	6
Identification du groupe de tête	6
Portrait des répondants	6
Nombre de poules possédées	6
Région des répondants.....	6
Nombre d'années	7
Revenus	7
Mode de production	9
Poules : approvisionnement, races, temps de garde et mort.....	9
Alimentation et litière	11
Classement, lavage et emballage des œufs	12
Ponte et ramassage des œufs	13
Gestion et travail	13
Équipements.....	15
Vente des œufs.....	16
Annexe 1 – Questionnaire envoyé aux producteurs.....	20

Analyse des données et rédaction

Julie Plamondon, Analyste CECPA

Pascal Genest-Richard, agr., B. Ing., M. A., étudiant au doctorat en agroécologie, Université Laval

Lota D. Tamini, Ph. D., professeur titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Chaire de recherche économique sur l'industrie des œufs, Université Laval

Comité de pilotage du projet

Myriam Bernier, D.M.V., médecin vétérinaire, responsable du réseau aviaire, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)

Stéphanie Dubé, conseillère en développement économique régional, Direction des affaires territoriales, MAPAQ (*en remplacement de Sophie Laughrea en cours de projet*)

Pascal Genest-Richard, agr., B. Ing., M. A., étudiant au doctorat en agroécologie, Université Laval

Lise-Anne Girard, coordonnatrice inspection, audits et application de programmes, Fédération des producteurs d'œufs du Québec (FPOQ)

Sophie Laughrea, conseillère en développement régional, spécialisée en commercialisation et circuits courts, MAPAQ (*remplacée par Stéphanie Dubé en cours de projet*)

Lota D. Tamini, Ph. D., professeur titulaire, Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Chaire de recherche économique sur l'industrie des œufs, Université Laval

Le comité de pilotage du projet a participé à la préparation du questionnaire de l'enquête, à la révision et la validation du rapport.

Révision

Thomas Brind'Amour, MAPAQ

Coordination

Guillaume Breton, chargé de projets, CRAAQ

Révision et mise en page

Linda Boulet, CRAAQ

Remerciements

Merci à la CAPÉ et à la FPOQ pour leur appui au projet et pour avoir transmis le questionnaire aux producteurs de leurs organisations.

Merci à tous les producteurs qui ont pris le temps de répondre à l'enquête et qui ont par le fait même permis de mieux comprendre leurs réalités et leurs besoins.

Cette enquête a été réalisée dans le cadre du projet *Guide de référence pour la production d'œufs sans quota*, financé par l'entremise du programme Innov'Action agroalimentaire, en vertu du Partenariat canadien pour l'agriculture, entente conclue entre les gouvernements du Canada et du Québec.



Mise en contexte

Un questionnaire a été expédié en 2020 à des producteurs d'œufs à petite échelle (sans quota ou ayant un quota de 2 000 poules pondeuses ou moins) afin d'identifier leurs pratiques. De plus, un groupe formé des entreprises ayant répondu au questionnaire et présentant de bons indicateurs de performance (économiques et techniques) a été identifié par des experts dans le but également de documenter leurs pratiques.

Ce rapport présente les résultats provenant de l'ensemble des répondants et une analyse des réponses des entreprises qui semblaient obtenir les meilleurs résultats au niveau technique et économique.

Méthodologie

Au total, 92 personnes ont répondu au questionnaire. Il est difficile d'évaluer la population totale visée par l'enquête. Néanmoins, mentionnons que selon le recensement de 2016 de Statistiques Canada, au Québec, 643 fermes déclarent avoir produit des œufs de consommation en 2016. En comparaison, le rapport annuel 2016-2017 de la Fédération des producteurs d'œufs du Québec (FPOQ) fait état de 130 producteurs d'œufs détenant des quotas de production.

Le questionnaire était rempli via internet. Le lien du sondage a été publié sur la plateforme Agri-Réseau du CRAAQ. Le questionnaire a également été relayé par des partenaires (la Fédération des producteurs d'œufs et la Coopérative pour l'agriculture de proximité écologique). De plus, des rabais de 20 % sur les publications numériques du CRAAQ et de 15 % sur les résultats de ce projet ont été offerts aux participants.

En raison de la taille réduite de l'échantillon, aucune étude statistique n'a été effectuée afin de déterminer la représentativité de l'échantillon de réponses obtenues. Le lecteur doit interpréter les résultats avec prudence.

Retrait des répondants marginaux et des réponses marginales

Deux analyses préliminaires ont été réalisées afin d'épurer la base de données. Dans un premier temps, certains répondants ont dû être retirés complètement de l'analyse des résultats du sondage selon les critères suivants :

- Ceux qui ne répondaient pas aux critères du projet ou aux objectifs de l'enquête, soit
 - o Possédant moins de 25 poules (déclaré ou estimé en fonction du taux de ponte et des ventes) et ne commercialisant pas leurs œufs;
 - o Possédant plus de 2 000 poules;
- Ceux dont les réponses en général étaient questionnables. Par exemple,
 - o Réponses s'éloignant trop de la moyenne;
 - o Prix de vente trop faible;
 - o Écart entre le nombre de poules déclarées et celui estimé en fonction du taux de ponte et des ventes;
 - o Faible nombre de douzaines d'œufs vendues ou aucune vente déclarée;

Sur les 92 questionnaires remplis, 52 ont été conservés pour les besoins de l'analyse.

Répondants partiels

Certains répondants ont débuté le questionnaire, mais ne l'ont pas terminé. À ce titre, 58 des 92 répondants ont terminé le questionnaire. Les réponses partielles ont été conservées dans l'analyse.

Ainsi, si une entreprise a répondu à la moitié des questions, ses réponses ont été utilisées dans l'analyse pour les questions concernées.

D'autre part, les réponses individuelles aux questions quantitatives ont également été analysées. Dans le cas où une réponse à une question précise s'éloignait de manière aberrante de la moyenne, cette réponse a été retirée.

Identification du groupe de tête

L'identification du groupe de tête a été réalisée avec des experts en fonction d'une appréciation individuelle de chacun des répondants selon divers paramètres tels que la possession de quota, la certification biologique, la valeur des équipements, le taux de ponte, les heures de travail investies dans la production d'œufs, le prix de vente des œufs, etc.

Portrait des répondants

Nombre de poules possédées

La figure 1 présente la distribution de l'ensemble des répondants selon la taille de l'entreprise. Il est possible de constater que la majorité des répondants possède entre 25 et 99 poules (77 %).

Il est possible d'estimer le nombre moyen de poules des répondants à partir du taux de ponte et de la quantité de douzaines d'œufs vendues par semaine. En moyenne, les répondants possèdent environ 112 poules pondeuses. En comparaison, le groupe de tête possède en moyenne environ 172 poules, soit 50 % de plus.

Région des répondants

La distribution géographique des répondants est relativement étendue. Les régions avec le plus de répondants sont la Montérégie, l'Estrie et Lanaudière.

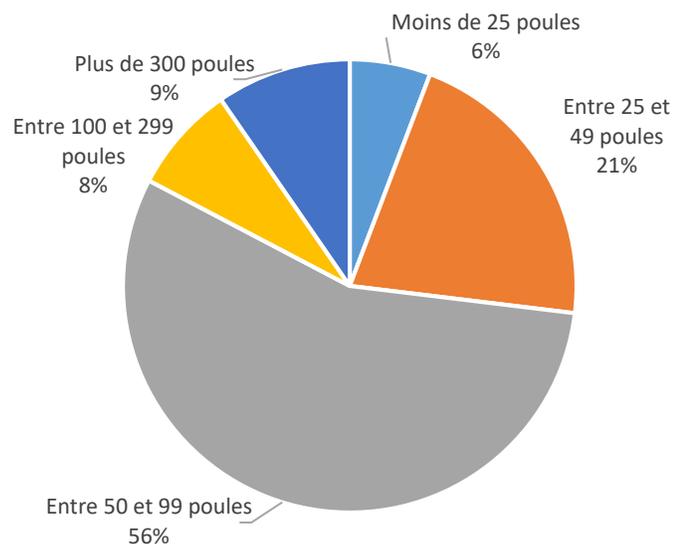


Figure 1. Distribution des répondants en fonction de la taille de l'entreprise

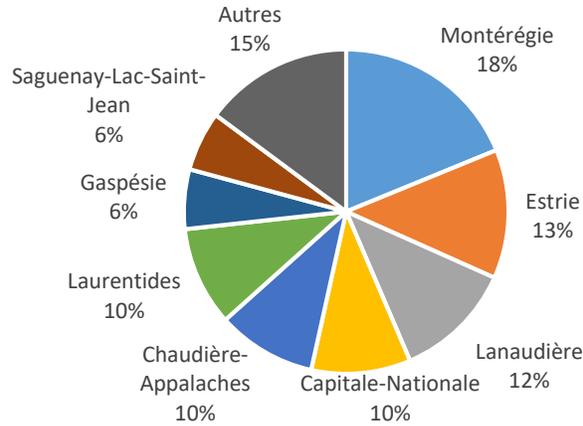


Figure 2. Distribution des répondants en fonction de la région administrative

Nombre d'années

La majorité des répondants possède des poules pondeuses depuis 3 à 6 ans, telle que présentée dans la figure 3.

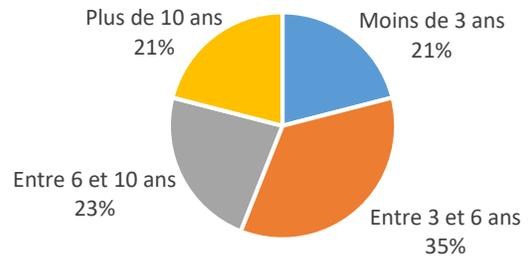


Figure 3. Distribution des répondants en fonction du nombre d'années en production d'œufs

Revenus

Au niveau des revenus, plus du tiers (35 %) des répondants ont un chiffre d'affaires global de leur entreprise agricole qui se situe entre 50 000 \$ et 149 999 \$. Il s'agit de la strate regroupant le plus de répondants, telle que présentée dans la figure 4. Néanmoins, les revenus globaux des répondants sont relativement variés.

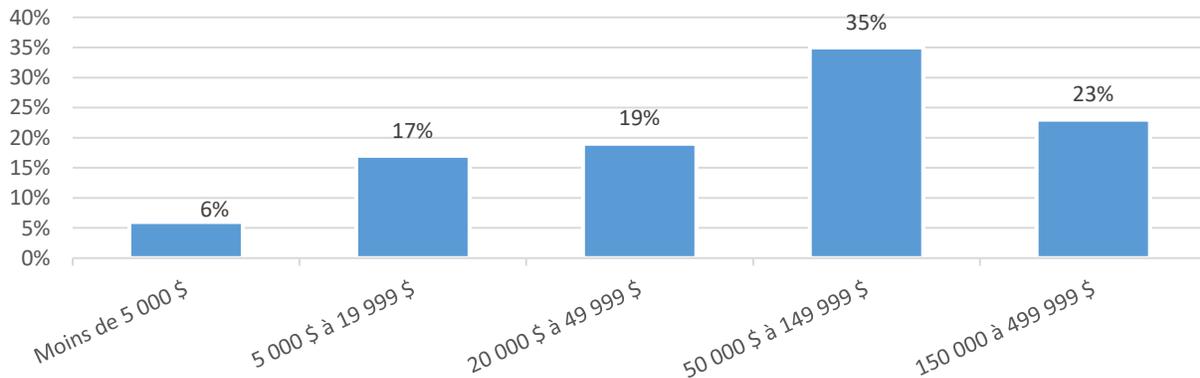


Figure 4. Distribution des répondants en fonction de leurs revenus globaux

Les répondants devaient évaluer leurs sources de revenus ainsi que la proportion de chacune de celles-ci. Les sources de revenus proposées dans le questionnaire se divisent en trois catégories : les productions animales, les productions végétales et la transformation. Les productions animales sont composées de poules pondeuses, de poulets de chair, de porcs, de bœufs et d'autres productions. Les productions végétales sont composées de maraîchage, de grandes cultures, de fruits et d'autres productions.

La répartition des revenus des répondants entre les différentes productions est diversifiée. En moyenne, 42 % des revenus de l'entreprise proviennent de productions animales alors que 54 % proviennent des productions végétales. Finalement, 4 % des revenus proviennent de produits transformés. À noter que ces moyennes représentent les réalités différentes d'une multitude d'entreprises. La production d'œufs de consommation représente en moyenne 19 % des revenus globaux de l'entreprise. La production maraîchère représente la plus grande proportion des revenus. À ce sujet, 35 des 52 répondants ont déclaré des revenus issus de la vente de légumes.

D'autre part, la figure 5 présente la distribution des entreprises en fonction de la proportion de leurs revenus provenant de la production d'œufs. Il est possible de remarquer que la majorité des entreprises dégagent moins de 15 % de leurs revenus de la production d'œufs.

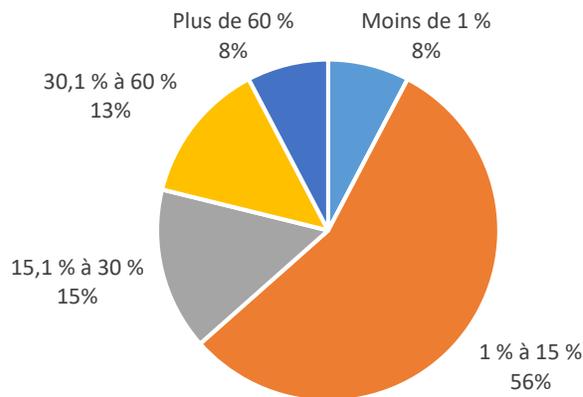


Figure 5. Distribution des répondants en fonction de la proportion de leurs revenus provenant de la production d'œufs

De plus, cette proportion tend à augmenter avec la taille de l'entreprise. À ce titre, le tableau 1 présente les proportions des revenus provenant de la production d'œufs en fonction de la taille des entreprises. Les entreprises dont la proportion de revenus provenant de la production d'œufs est la plus élevée possèdent plus de 500 poules.

Tableau 1. Proportion du revenu provenant de la production d'œufs en fonction de la taille du troupeau

Nombre de poules élevées sur l'entreprise	Proportion du revenu provenant de la production d'œufs
Moins de 25 poules	2 %
Entre 25 et 49 poules	10 %
Entre 50 et 99 poules	17 %
Entre 100 et 299 poules	20 %
Entre 300 et 500 poules	27 %
Plus de 500 poules	90 %

Mode de production

Plusieurs systèmes de production sont observés au sein des entreprises. Les principaux sont l'élevage en libre parcours avec accès à l'extérieur durant l'été (44 %) ou à l'année (31 %) et dans une moindre mesure en libre parcours à l'intérieur (élevage au sol) (10 %).

Les œufs sont généralement produits toute l'année (63 %). Ce pourcentage tend à augmenter avec la taille du troupeau. En effet, le tableau 2 présente la proportion des entreprises qui produisent toute l'année en fonction de leur taille.

Tableau 2. Proportion des entreprises qui produisent toute l'année en fonction de la taille du troupeau

Nombre de poules élevées sur l'entreprise	Proportion qui produit toute l'année
Moins de 25 poules	33 %
Entre 25 et 49 poules	73 %
Entre 50 et 99 poules	55 %
Plus de 100 poules	88 %

15 % des répondants possèdent une certification biologique. Cependant, plusieurs répondants ont précisé respecter certains aspects de la production biologique sans toutefois avoir la certification. Il a été question entre autres d'alimentation entièrement biologique.

Poules : approvisionnement, races, temps de garde et mort

La majorité des poules retrouvées au sein des entreprises sont brunes; 75 % n'ont que ce type de poules. Les autres entreprises possèdent une combinaison entre les poules blanches, brunes ou d'autres races. Les principales autres races mentionnées sont l'Ameraucana (8 répondants), le Plymouth Rock Barré (6 répondants), la Chantecler (5 répondants) et la Sussex (4 répondants).

90 % des répondants achètent leurs poulettes, tel que présenté dans la figure 6. C'est-à-dire que seulement 10% des répondants font la reproduction eux-mêmes. La méthode la plus utilisée est l'achat chez un détaillant/intermédiaire (49 %).

Toutefois, il est important de savoir que ce paramètre semble être influencé par la taille de l'entreprise. En effet, les entreprises de plus grande taille ont davantage recours à l'achat direct auprès d'un éleveur de poulettes. Le tableau 3 présente les proportions en fonction de la taille pour les deux méthodes d'approvisionnement les plus utilisées : achat directement à l'industrie et achat chez un détaillant/intermédiaire.

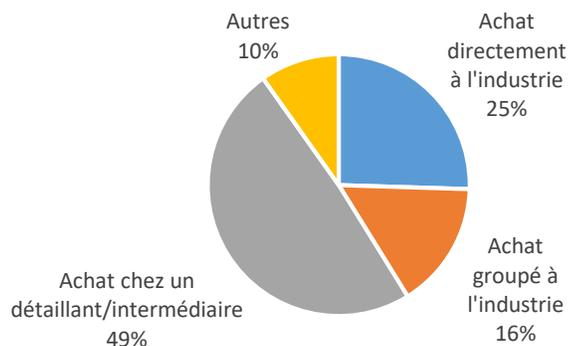


Figure 6. Distribution des répondants en fonction de l'approvisionnement des poulettes

Tableau 3. Proportion de deux stratégies d’approvisionnement des poulettes en fonction de la taille des entreprises

Taille	Achat directement à l’industrie	Achat chez un détaillant/intermédiaire
Moins de 25 poules	0 %	100 %
Entre 25 et 49 poules	9 %	55 %
Entre 50 et 99 poules	17 %	55 %
Plus de 100 poules	86 %	0 %

En 2020, près de la moitié des entreprises paient entre 10 \$ et 13 \$, tel que présenté dans la figure 7. Les entreprises du groupe de tête ont tendance à payer moins cher leurs poulettes. En effet, 44 % des entreprises de ce groupe les paient moins de 10 \$. Toutefois, cela pourrait davantage être lié à la taille de l’entreprise ou encore au mode d’approvisionnement des poulettes. À ce sujet, 71 % des entreprises de 100 poules pondeuses et plus paient moins de 10 \$ par poulette contre seulement 27 % pour les entreprises possédant entre 25 et 49 poules.

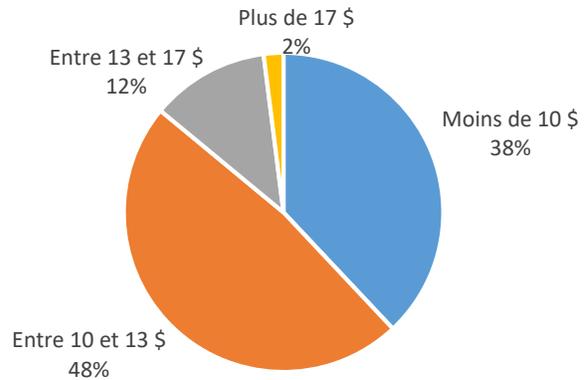


Figure 7. Distribution des répondants en fonction du prix payé pour les poulettes

Les poules sont gardées généralement entre un et deux ans (63 % des répondants), comme présentées dans la figure 8. Le nombre d’entreprises conservant les poules plus de 2 ans tend à diminuer avec la taille de l’entreprise. En effet, cette pratique est très peu répandue à plus de 50 poules (6 % des répondants).

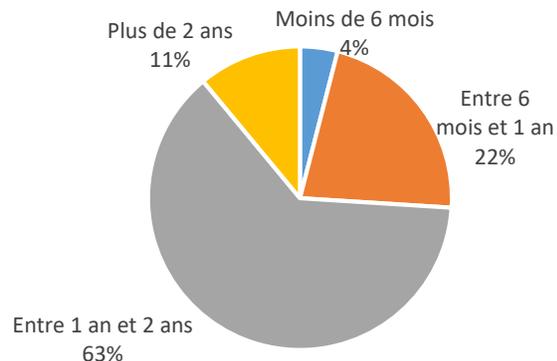


Figure 8. Distribution des répondants en fonction du temps de garde des poules

En fin de vie, la majorité des poules sont abattues, soit pour consommation au sein de l’entreprise (54 %), pour consommation externe (20 %) ou sans consommation (4 %), tel que présenté dans la figure 9. Par la suite, les répondants vendent leurs poules vivantes (39 %) ou les donnent (4 %).

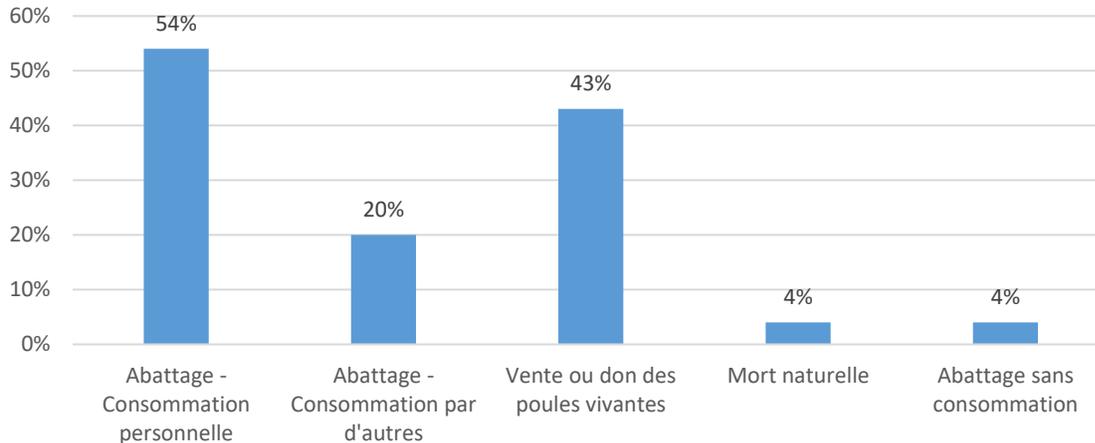


Figure 9. Distribution des répondants en fonction de la gestion de fin de vie des poules. Les répondants pouvaient choisir plus d'une méthode de gestion de fin de vie.

D'autre part, pour les poules mortes au sein de l'entreprise, les carcasses sont majoritairement enfouies à la ferme (60 % des répondants). Dans une moindre mesure, les carcasses sont compostées (24 %). Les autres méthodes plus marginales sont l'équarrissage, la prédation (animal sauvage ayant réussi à entrer dans l'élevage) et l'utilisation comme appâts. Cette dernière méthode de disposition de carcasses n'est pas autorisée en vertu du Règlement sur les aliments.

Alimentation et litière

La très grande majorité des répondants achète la moulée des poules (92 %). C'est-à-dire que seulement 8% des répondants produisent eux-mêmes l'alimentation de leurs poules. Les quantités servies sont principalement plus de 100 g/jour (31 %) ou encore entre 65 et 100 g/jour (23 %). Toutefois, en général, les quantités servies ne sont pas connues :46 % des répondants ne savent pas la quantité de moulée servie aux poules. Ce taux tend cependant à diminuer avec la taille de l'entreprise. Environ 70 % des entreprises de moins de 50 poules ne connaissent pas les quantités de moulée servies, contre 44 % pour les entreprises entre 50 et 100 poules et 14 % pour les entreprises de plus de 100 poules. Une différence est également observée au niveau du groupe de tête avec 28 % qui ignorent les quantités servies (contre 46% pour la moyenne).

En moyenne, la moulée est payée 0,82 \$ par kg et est généralement entreposée en sac de 25 kg (83 %). À titre de comparaison, les entreprises certifiées biologiques paient en moyenne 1,14 \$ par kg.

Le type de litière utilisée varie grandement selon les entreprises. Les deux types les plus utilisés pour les nids sont la paille (35 %) et les copeaux de bois (35 %), alors que 19 % des entreprises n'utilisent aucune litière. Pour ce qui est du poulailler, les principales litières utilisées sont les copeaux de bois (54 %) et la combinaison de la paille et des copeaux de bois (27 %).

La litière est généralement achetée (63 %) ou sinon produite partiellement (28 %). Seulement 9 % des répondants produisent la totalité de la litière utilisée. De façon générale, 70 % de la litière est achetée. Les prix moyens déclarés sont de 5,64 \$/poche de copeaux et 3,14 \$/petite balle de paille.

Classement, lavage et emballage des œufs

Le carton de 12 œufs coûte en moyenne 0,28 \$. Les entreprises de moins de 100 poules paient en moyenne 0,32 \$ par carton contre 0,21 \$/carton pour les entreprises de plus de 100 poules. Les entreprises réutilisent en moyenne 65 % des cartons d'œufs. La figure 10 présente la distribution des entreprises au niveau de la réutilisation. Il est possible de constater que les deux tiers des entreprises réutilisent plus de la moitié des cartons. La tendance à réutiliser les cartons diminue avec l'augmentation de la taille des entreprises. À cet effet, 71 % des entreprises de plus de 100 poules réutilisent moins de la moitié de leurs cartons.

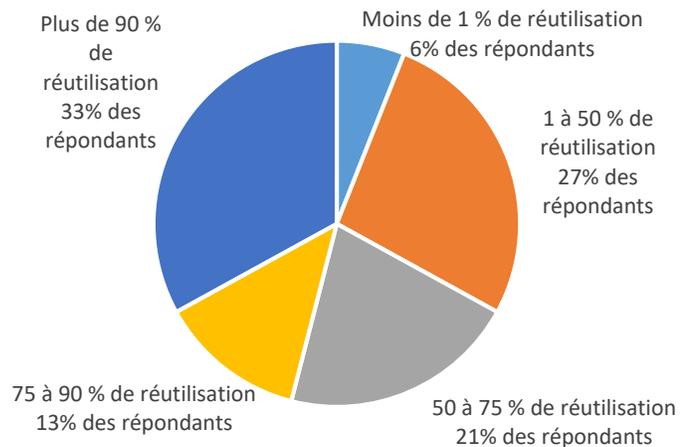


Figure 10. Distribution des répondants en fonction de la proportion de réutilisation des cartons d'œufs

La plupart des entreprises n'ont pas de poste de classement à la ferme (87 %). En général, les répondants procèdent à l'étiquetage des douzaines d'œufs (67 %).

Au niveau du lavage des œufs, 62 % des répondants lavent la totalité de leurs œufs, alors que 38 % lavent seulement les œufs trop sales. En moyenne, sans tenir compte du nombre de douzaines vendues, la proportion des œufs qui sont lavés est de 74 %. La figure suivante expose la distribution des entreprises en fonction de la proportion des œufs qui sont lavés. Cependant, si les réponses sont pondérées avec le nombre de douzaines vendues, ce sont 63 % des œufs qui sont lavés. La différence avec le résultat non pondéré s'explique principalement par le fait que certaines entreprises de plus grande taille lavent en moins grande proportion leurs œufs.

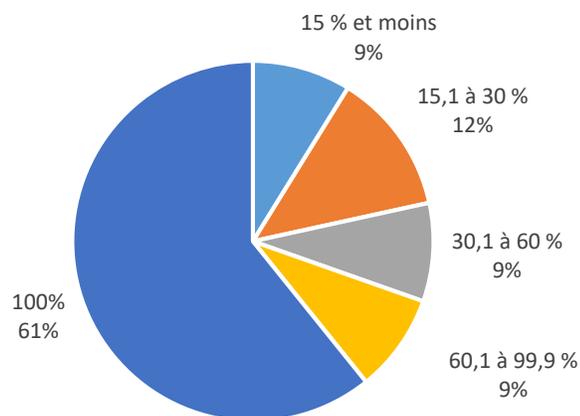


Figure 11. Distribution des répondants en fonction de la proportion des œufs qui sont lavés

Certains œufs ne peuvent pas être vendus. 55 % des répondants ne peuvent pas vendre moins de 3 % de leurs œufs alors que 40% ne peuvent vendre entre 3% et 5 % des œufs.

Ponte et ramassage des œufs

Le taux de ponte des poules est en moyenne de 83 %. Tel que présenté dans la figure 12, il est possible de constater que le taux de ponte varie grandement entre les entreprises passant de moins de 75 % à plus de 90 %. Le taux de ponte moyen semble à augmenter légèrement avec la taille de l'entreprise. En effet, il est de 83 % pour les entreprises de moins de 100 poules et de 86 % pour les entreprises de plus de 100 poules.

Les œufs sont généralement ramassés une à deux fois par jour, avec respectivement 60 % et 30 % des réponses. La moyenne de ramassage est ainsi de 1,53 fois par jour. La fréquence augmente avec la taille de l'entreprise. En effet, la moyenne de ramassage passe de 1,15 pour les entreprises

possédant moins de 50 poules à 1,62 pour les entreprises d'entre 50 et 100 poules pour atteindre 2,00 pour les entreprises de plus de 100 poules. De plus, les entreprises du groupe de tête une fréquence de ramassage supérieure à la moyenne, soit de 1,89 fois par jour.

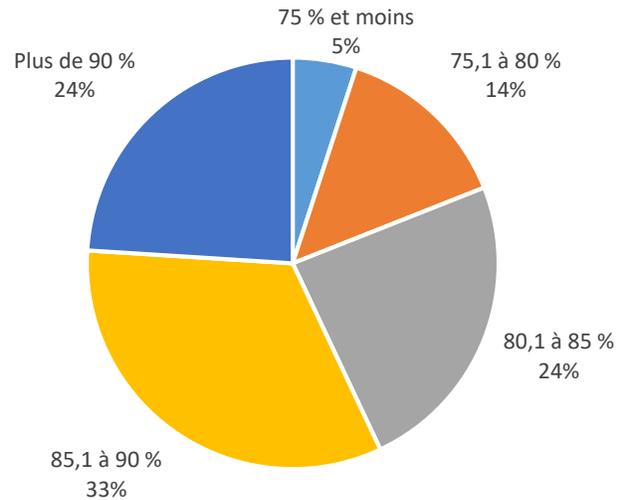


Figure 12. Distribution des répondants en fonction du taux de ponte

Gestion et travail

En général, peu d'opérations sont automatisées au sein des entreprises de poules pondeuses de petite taille. En effet, 64 % des répondants déclarent n'avoir recours à aucune automatisation. La seule opération déclarée automatisée par les répondants est la gestion de l'eau avec des abreuvoirs pour 34 % des répondants. Autrement, les autres opérations sont automatisées uniquement de façon marginale (moins de trois répondants), et ce, peu importe la taille. La présence d'abreuvoirs automatisés semble plus importante pour les entreprises du groupe de tête avec 50 % de ces entreprises qui utilisent ce type de système. Cela est également le cas pour les plus grandes entreprises. À ce sujet, 71 % des entreprises de plus de 100 poules pondeuses ont des abreuvoirs automatisés.

L'utilisation d'un registre de production n'est pas nécessairement répandue parmi les répondants. 45 % d'entre eux en possèdent un. Les entreprises du groupe de tête sont plus nombreuses à en tenir un, soit 67 %. De plus, la tenue d'un registre tend à être plus répandue chez les entreprises de plus grande taille. 36 % des entreprises de moins de 100 poules en possèdent un contre 86 % des entreprises de plus de 100 poules pondeuses. Parmi les répondants qui possèdent un registre, 59 % le remplissent tous les jours. Le principal élément noté est le taux de ponte (90 % des répondants ayant un registre), comme démontré dans la figure 13.

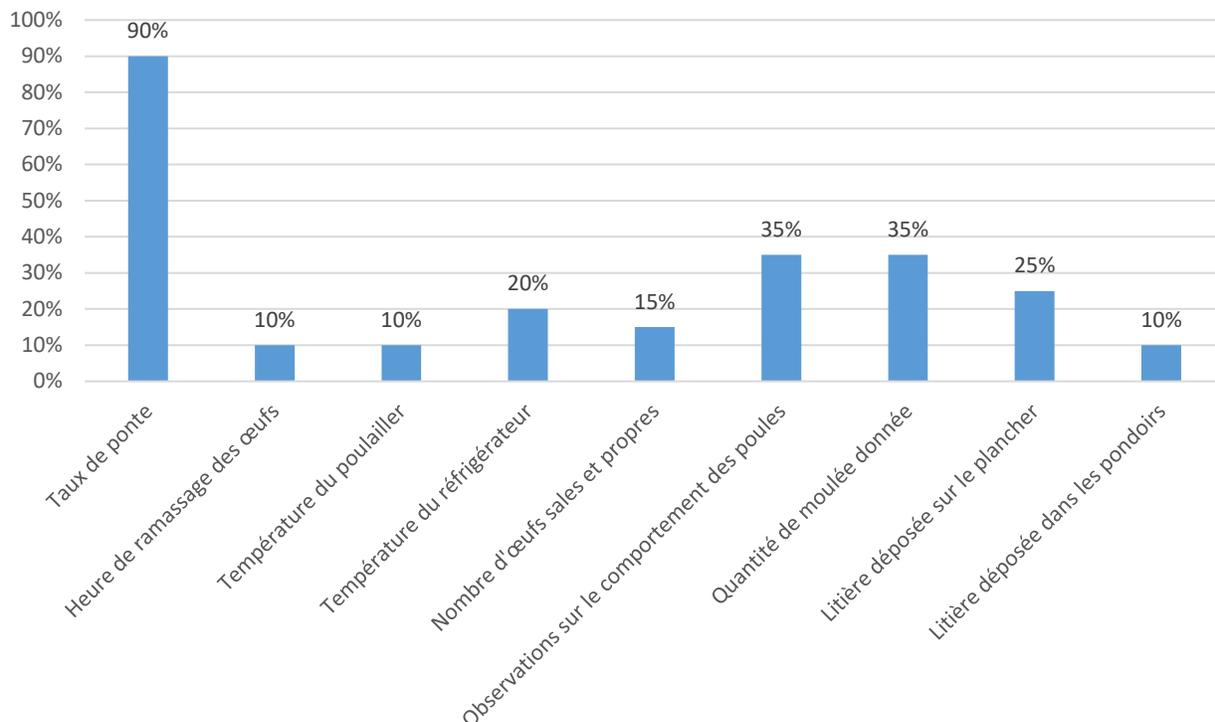
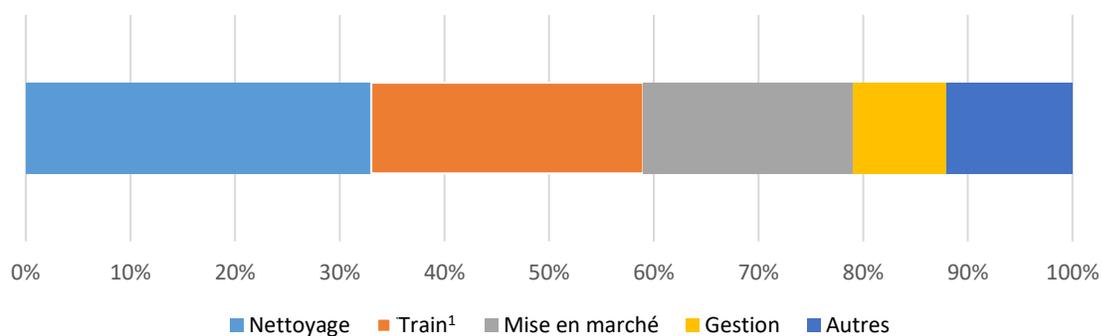


Figure 13. Distribution des répondants remplissant un registre de production en fonction des éléments notés

Au niveau du travail auprès des poules pondeuses, les répondants investissent en moyenne 27 heures par semaine, soit environ 15 minutes par poule par semaine. La figure 14 expose la distribution moyenne du temps pour chacune des tâches liées à la production d'œufs.



¹ Train: Ensemble des soins quotidiens apportés aux animaux de la ferme. S'occuper du train. Faire le train. (Source : Antidote Québec)

Figure 14. Distribution du temps de travail moyen par tâche

Il est important de nuancer le temps de travail; il s'agit d'une estimation de la part des entreprises. Considérant que la production d'œufs représente en moyenne 19 % des revenus, une moyenne de

Les entreprises du groupe de tête consacrent moins de temps à la production d'œufs de consommation, soit 11 minutes par poule par semaine. Le temps investi tend à diminuer grandement avec l'augmentation de la taille de l'entreprise. À ce sujet, les entreprises de plus de 100 poules investissent 6 minutes par poule par semaine en moyenne.

Les répondants sont généralement seuls gestionnaires et ne disposent d'aucun conseil extérieur (60 % contre 44 % pour le groupe de tête, qui semble mieux entouré). La méthode la plus fréquemment retrouvée est le conseil par des pairs expérimentés pour 34 % des répondants (44 % pour le groupe de tête). Ensuite, on retrouve en plus faibles proportions le médecin vétérinaire et la lecture de ressources documentaires, ainsi que l'inspecteur pour la certification biologique.

Au niveau des mesures de biosécurité, 72 % des répondants en appliquent. Parmi celles-ci, tel que présenté dans la figure 15, le programme de contrôle de la vermine est appliqué dans 43 % des cas, suivi de l'exclusion des gens (38 %), du vide sanitaire (38 %) et du lavage des mains (30 %).

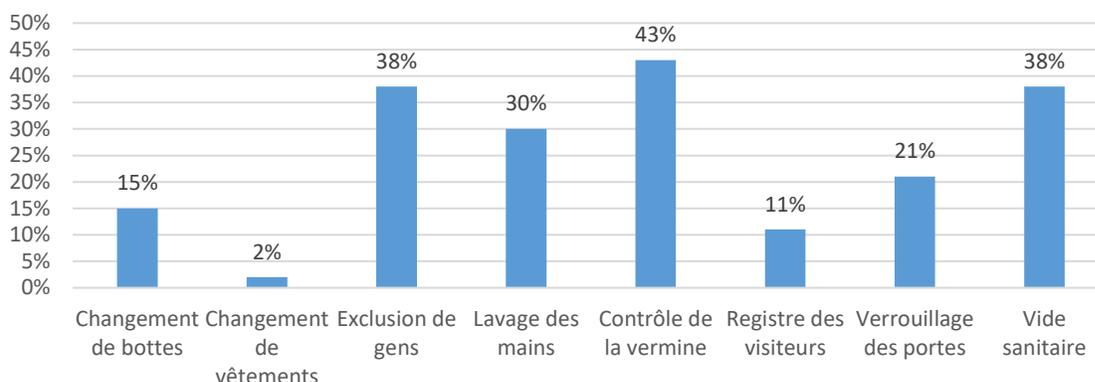


Figure 15. Distribution des répondants en fonction des mesures de biosécurité mises en place

La disposition des fumiers est relativement simple au sein des entreprises. 80 % les épandent à la ferme pour la fertilisation d'autres productions. Il est important de se rappeler que 62 % des répondants étaient également des producteurs maraîchers, ce qui explique la nécessité de l'épandage. La seconde méthode de disposition des fumiers est la vente à l'extérieur de l'entreprise (13 % des répondants).

Équipements

Différents équipements sont retrouvés au sein des entreprises, tels que présentés dans la figure 16. Les principaux équipements retrouvés sont un poulailler sur litière (79 % des répondants), un enclos permanent au pâturage (69 %) ainsi qu'un réfrigérateur pour l'entreposage des œufs (65 %). La présence des différents types d'équipements ne semble pas être influencée par la taille de l'entreprise.

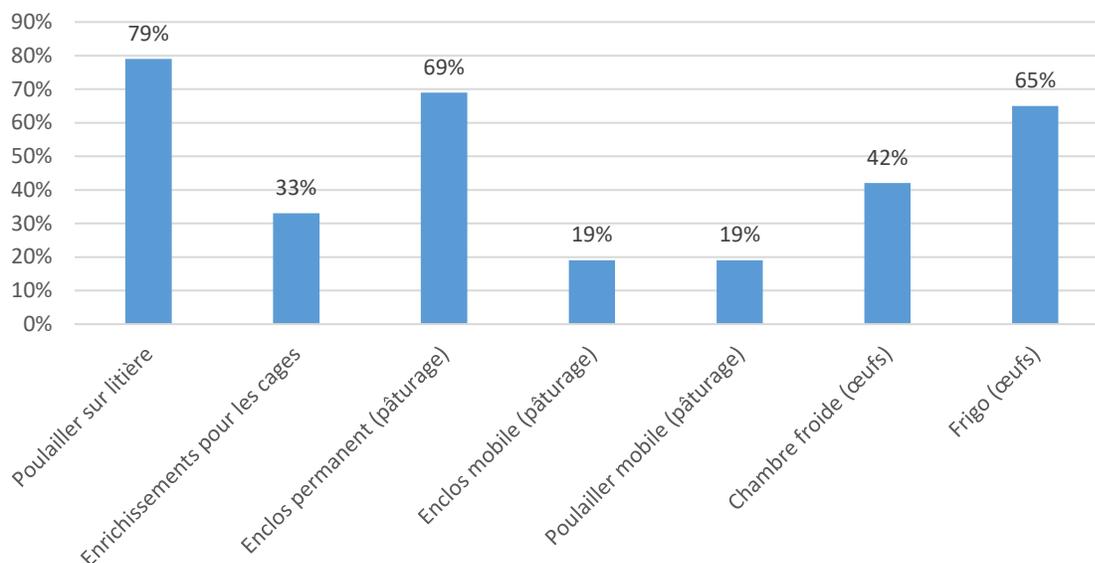


Figure 16. Proportion des principaux équipements retrouvés au sein des entreprises

La majorité des entreprises ne possède pas de silo pour l'entreposage de la moulée (90 %). Certains répondants possèdent néanmoins des silos, mais les utilisent pour d'autres productions de l'entreprise. L'utilisation de silos tend à augmenter avec la taille de l'entreprise. Toutefois, le nombre très restreint de répondants (5) possédant des silos limite la certitude de cette conclusion.

Les équipements peuvent être achetés neufs ou usagés, être fabriqués ou être inclus avec l'achat d'une entreprise. Les deux méthodes d'acquisition principales sont l'achat d'équipements neufs (83 % des répondants) et la fabrication (85 % des répondants).

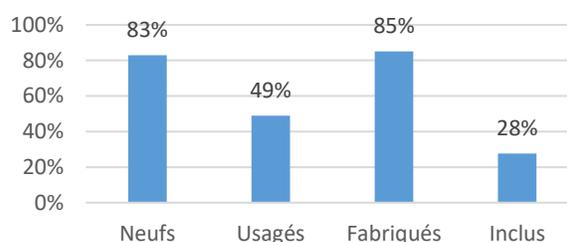


Figure 17. Proportion des répondants en fonction de la méthode d'acquisition des équipements

Les répondants du questionnaire utilisent en général plusieurs méthodes pour acquérir leurs équipements. Les deux tiers des répondants ont recours à deux ou trois façons d'acquérir leurs équipements et 15 % ont recours aux quatre façons.

Vente des œufs

Le nombre de douzaines vendues par semaine varie grandement entre les entreprises, selon le taux de ponte et la taille. La figure 18 présente la distribution des répondants en fonction du nombre de douzaines vendues par semaine. Il est possible de constater que 75 % des répondants commercialisent moins de 50 douzaines par semaine.

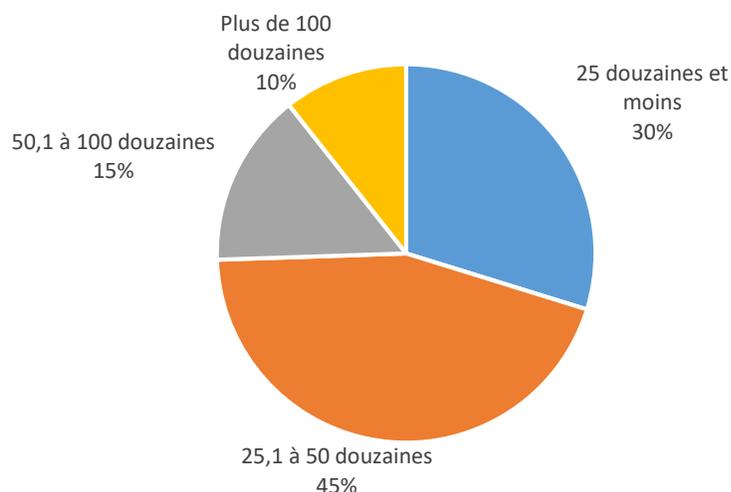


Figure 18. Distribution des répondants en fonction du nombre de douzaines vendues par semaine

Pour la plupart des répondants, la production d'œufs représente un produit d'appel pour aider la vente d'autres produits (48 %) ou un revenu complémentaire significatif pour l'entreprise (30 %). La figure 20 présente la distribution des répondants en fonction du rôle de la production d'œufs dans leur entreprise.

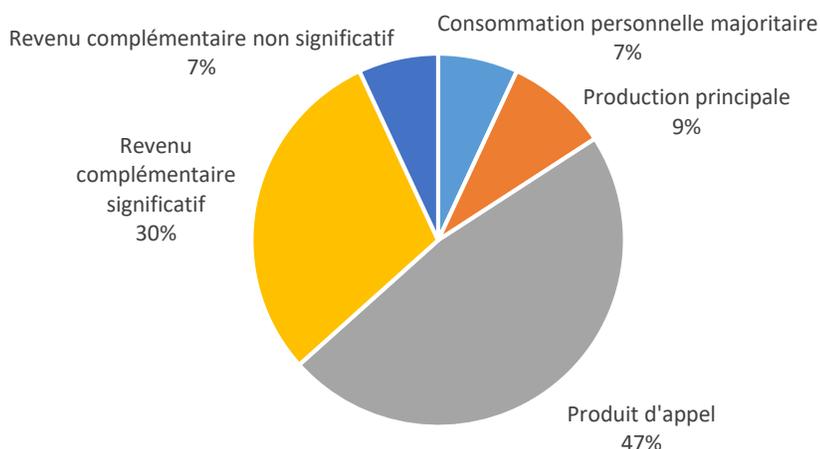


Figure 19. Distribution des répondants en fonction du rôle de la production d'œufs dans leur entreprise

Ces résultats tendent à changer en fonction de la taille de l'entreprise comme montrée par le tableau 4. Il est possible de constater que la consommation personnelle majoritaire est inexistante au-delà de 50 poules. La production d'œufs devient davantage une production principale ou encore un revenu significatif pour l'entreprise.

Tableau 4. Proportion des entreprises en fonction de la taille et de ce que représente la production d'œufs

	Moins de 50 poules	Entre 50 et 100 poules	Plus de 100 poules
Consommation personnelle majoritaire	23 %	0 %	0 %
Production principale	8 %	4 %	29 %
Produit d'appel	62 %	48 %	29 %
Revenu complémentaire significatif	8 %	44 %	14 %
Revenu complémentaire non significatif	0 %	4 %	29 %

D'un point de vue de la mise en marché, différentes options ont été proposées aux répondants : vente directe à la ferme, vente directe en marchés publics, vente directe dans les paniers dans la formule de l'agriculture soutenue par la communauté (ASC), vente à des détaillants, vente à un regroupement dont ils sont membres, vente à des restaurants et autres.

Les répondants ont généralement recours à plus d'un mode de mise en marché pour leurs œufs. En moyenne, ils utilisent 2,2 modes de mises en marché. La figure 20 présente la distribution des répondants selon le nombre de moyens de mises en marché utilisés. Il est possible de constater qu'environ 60 % des entreprises ont recours à deux ou trois modes de mises en marché différents.

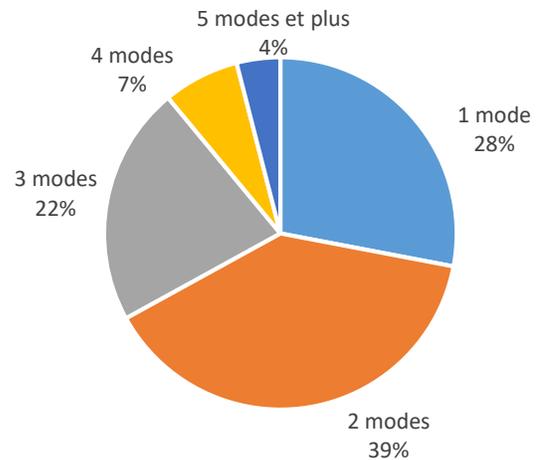


Figure 20. Distribution des répondants en fonction du nombre de modes de mises en marché utilisés

La diversification des modes de mise en marché augmente avec la taille de l'entreprise. En effet, les entreprises de moins de 50 poules ont en moyenne 1,5 mode de mise en marché, contre 2,1 pour les entreprises entre 50 et 100 poules et 3,7 pour les entreprises de plus de 100 poules.

La figure 21 expose les résultats obtenus. La vente directe à la ferme est la mise en marché la plus utilisée, soit pour 71 % des répondants. D'ailleurs, les entreprises vendent en moyenne 58 % de leurs œufs de cette façon. Par la suite, les paniers (38 % des répondants) et les marchés publics (33 % des répondants) sont les types de mises en marché les plus utilisés. Il est à noter que la vente auprès de détaillants comme les épiceries ou encore les dépanneurs est un moyen utilisé par seulement 6 % des répondants. Néanmoins, ceux qui utilisent ce canal de distribution y écoulent les deux tiers (66 %) de leur production.

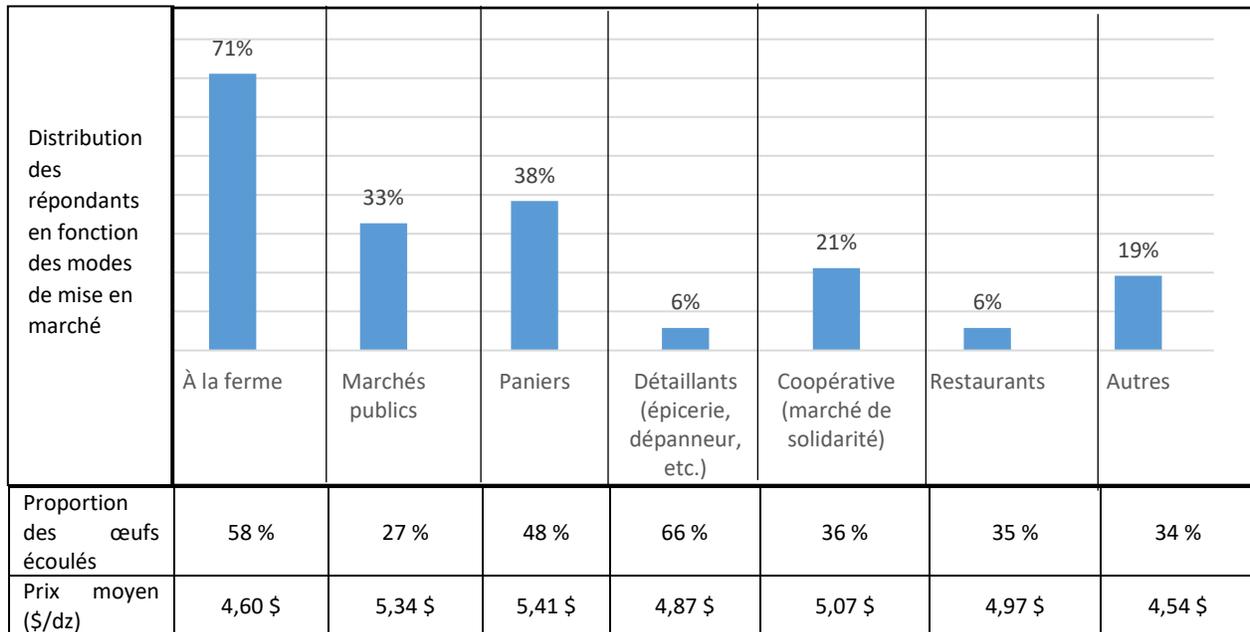


Figure 21. Distribution des répondants, proportion moyenne des œufs écoulés et prix moyen en fonction du mode de mise en marché des œufs

Pour ce qui est du prix, c'est la vente par paniers qui permet le prix de vente le plus élevé, soit une moyenne de 5,41 \$ par douzaine, suivi de près par les marchés publics avec une moyenne de 5,34 \$. Bien qu'il s'agisse d'une mise en marché majeure, c'est la vente à la ferme qui obtient le prix individuel le plus faible (si l'on exclut la catégorie *Autres*) avec une moyenne de 4,60 \$ par douzaine. Deux hypothèses peuvent expliquer un prix de vente plus faible : des coûts réduits de mise en marché et une clientèle plus rurale, habituée à avoir accès à des œufs de petits élevages et moins prête à payer plus cher pour des œufs. Le prix plus élevé pour la vente par paniers peut s'expliquer par la forte proportion de ces producteurs qui ont une certification biologique, puisque les œufs biologiques ont un prix de vente plus élevé.

Les entreprises du groupe de tête obtiennent de façon générale de meilleurs prix. En fonction du type de mise en marché, les prix obtenus par le groupe de tête sont de 5 % à 20 % plus élevés. Contrairement à la moyenne des répondants, ce sont les marchés publics qui permettent le prix de vente le plus élevé en moyenne pour le groupe de tête (6,14 \$ par douzaine).

Annexe 1 – Questionnaire envoyé aux producteurs

Cette enquête vise à caractériser les modèles de productions et les entreprises agricoles produisant des œufs à petite échelle. En répondant à ce questionnaire, vous aiderez à identifier les pratiques et à déterminer les facteurs qui influencent la rentabilité et l'efficacité de l'élevage de poules pondeuses.

Les entreprises qui se qualifient pour l'enquête* peuvent obtenir un rabais sur certains achats au CRAAQ.

Les données recueillies dans la présente enquête seront traitées de manière anonyme et ne seront pas utilisées à d'autres fins.

Les résultats publiés dans le cadre de ce projet ne permettront en aucune façon d'identifier des entreprises ou des individus ayant répondu au questionnaire.

*Les entreprises ayant moins de 2 000 poules pondeuses pourront se qualifier pour l'enquête.

1. Nombre de poules pondeuses

Cochez la case qui décrit le mieux votre entreprise.

L'entreprise produit ou a produit des œufs durant une certaine période dans les deux dernières années et a possédé :

- Moins de 25 poules (si cette case était cochée, question 4 de validation ajoutée)
- Entre 25 et 49 poules pondeuses
- Entre 50 et 99 poules pondeuses
- Entre 100 et 299 poules pondeuses
- Entre 300 et 500 poules pondeuses
- Entre 501 poules et 2 000 poules
- Plus de 2 000 poules
- N'a pas produit d'œuf ou possédé de poules pondeuses durant les deux dernières années

2. Dans quelle région se trouve votre entreprise?

Choix de réponse

3. Veuillez indiquer le pourcentage approximatif de vos revenus d'entreprises (revenus agricoles) pour chacune des productions agricoles commerciales (dont la majorité de la production est destinée à la vente) de votre entreprise.

(Inscrire le pourcentage sans symbole. Le total doit être de 100.)

Animal : Poules pondeuses

Animal : Poulet de chair

Animal : Dindons

Animal : Canards

Animal : Oies

Animal : Autres oiseaux fermiers

Animal : Porcs

Animal : Bœuf

Animal : Production ovine

Animal : Production caprine

Animal : Lapin

Animal : Autres productions végétales : Productions maraîchères

Végétal : Grandes cultures

Végétal : Cultures fruitières

Végétal : Acériculture

Végétal : Autres productions

Produits transformés (conserves, alcools, produits congelés, mets préparés, etc.)

Embranchement* Moins de 25 poules

***4. Est-ce que la production est dédiée à la vente commerciale?**

- Oui (si oui, le répondant pouvait répondre à l'enquête)
- Non (si non, le répondant était exclu de l'enquête)

5. Cochez la case qui décrit votre production d'œuf :

- Élevage sans quota
- Prêt de quota dans le cadre du programme d'aide au démarrage en vente directe
- Propriétaire de quota

6. Depuis combien d'années produisez-vous des œufs pour la vente?

7. Depuis combien d'années l'entreprise existe-t-elle (en production)?

8. Quel est le revenu global de votre entreprise agricole (œufs et autres productions)?

- Moins de 5 000 \$
- 5 000 \$ à 19 999 \$
- 20 000 à 49 999 \$
- 50 000 \$ à 149 999\$
- 150 000\$ à 499 999 \$
- 500 000 \$ et plus

9. Mode de production des œufs

Combien de mois par année produisez-vous des œufs pour la vente?

- Moins de 6 mois
- 6 à 11 mois/année
- 12 mois/année
- Autre (veuillez préciser) :

10. Quel est le système de production?

- Cage classique
Enclos en grillage pour loger des pondeuses, dotée de matériel d'approvisionnement en eau, d'alimentation automatisée et de ramassage des œufs. Également appelée « cage non aménagée ».
- Cage enrichie
Enclos en grillage dotée de perchoirs, de nids, d'une aire de grattage et d'une hauteur libre supérieure à celle d'une cage classique; la taille des groupes dans les cages aménagées peut aller de 10 à plus de 100 poules, selon le modèle. On parle également de « cage aménagée » ou de « cage de colonie ».
- Cages avec aménagements
Cages enrichies ou aménagées installées avant la date d'entrée en vigueur du présent code et qui ne répondent pas aux exigences finales du code relativement aux « cages enrichies ».
- Élevage au sol
Un système dans lequel les oiseaux circulent en liberté à l'intérieur d'un poulailler, mais n'ont pas accès à l'extérieur. Également appelé « système de stabulation ».
- Élevage en libre parcours avec accès à l'extérieur en été. *Un système dans lequel les poules pondeuses ont accès à un pâturage ou un parcours extérieur.*
- Élevage en libre parcours avec accès à l'extérieur à l'année. *Poulaillers mobiles en pâturage (sans bâtiment fixe). Par exemple, une serre tirée par un tracteur, une remorque sur roues aménagée en poulailler, un enclos grillagé de type chicken tractor, etc.*
- Autre (décrire) :

11. Avez-vous une certification pour votre production d'œufs?

- Non
- Oui, certification biologique
- Oui, autre certification (veuillez préciser) :

Approvisionnement (intrants de la production)

12. De quelle façon vous approvisionnez-vous en poulettes?

- Achat directement à l'industrie (éleveur)
- Achat groupé à l'industrie (via un regroupement d'agriculteurs)
- Achat chez un détaillant/intermédiaire (ex. : La Coop fédérée, magasins agricoles régionaux, etc.)
- Élevées à la ferme dès un jour d'âge
- Reproduction à la ferme
- Autre (veuillez préciser) :

13. Quel(s) type(s) de poules avez-vous?

- Poulettes blanches
- Poulettes brunes
- Race(s) fermière(s) (veuillez préciser) :

14. Connaissez-vous la génétique (race ou croisement) de vos poules?

- Non
- Oui (veuillez préciser) :

15. Quel prix moyen payez-vous pour vos poulettes (\$/poulette)?

- Moins de 10 \$
- Entre 10 \$ et 13 \$
- Entre 13 \$ et 17 \$
- 17 \$ et plus
- Ne s'applique pas

16. Moulée et alimentation

Quelle situation décrit le mieux l'entreprise?

- Achat de moulée préfabriquée pour la majorité de l'alimentation des poules
- Fabrication sur place de la moulée et achat de grains et autres intrants
- Fabrication sur place de la moulée et production sur la ferme des grains et autres intrants
- Autre (veuillez préciser) :

17. Quel pourcentage des grains et autres intrants pour la moulée est produit à la ferme?

Approvisionnement (intrants de la production) (suite)

18. La quantité de moulée fournie en grammes par poule par jour est de :

- Moins de 65 g/jour
- 65 à 100 g/jour
- Plus de 100 g/jour
- Ne sais pas / Ne peut pas répondre

19. Quel est le prix payé pour la moulée? (Si la moulée est fabriquée sur place avec une moulange, estimer le coût.) Indiquez le prix en \$/kg

20. Si une autre alimentation est fournie aux poules, veuillez préciser :

21. Sous quel format entreposez-vous la moulée?

- En sac de 25 kg
- En vrac
- Autre (veuillez préciser) :

22. Litière

Utilisez-vous de la litière pour les nids?

- Non
- Oui, de la paille
- Oui, autre (veuillez préciser) :

23. Quelle litière utilisez-vous pour le poulailler?

- Paille
- Copeaux
- Copeaux et paille hachée
- Aucune litière
- Autre (veuillez préciser) :

24. Comment vous approvisionnez-vous en litière? Veuillez indiquer le pourcentage.

Produite sur la ferme, en %

Achetée, en %

25. Quel est le prix payé pour la litière? Veuillez indiquer le prix et le format acheté.

26. Quelle quantité de litière est utilisée? (Veuillez préciser la quantité totale utilisée par année.)

- Ne sais pas
- En tonnes/année :

27. Emballages et étiquetage

Est-ce que les emballages (cartons des œufs) sont étiquetés?

- Oui
- Non

Si vous connaissez le coût par étiquette, veuillez l'indiquer :

28. Indiquez le prix d'achat des cartons utilisés pour la vente.

(Indiquez le prix en \$/unité. Laissez vide si le format n'est pas utilisé.)

4 œufs _____ prix/unité

6 œufs _____ prix/unité

12 œufs _____ prix/unité

Autre (veuillez préciser le format et le prix)

29. Réutilisez-vous les emballages (clients qui rapportent leurs cartons)?

- Non
- Oui, % de réutilisation :

Bâtiments et équipements

30. Cochez tous les équipements que vous utilisez pour vos poules pondeuses à la ferme.

(Pour les éléments marqués d'un astérisque (), veuillez préciser à la question suivante.)*

- Poulailier sur litière
- Poulailier sur litière et sur lattes
- Cages
- Enrichissements pour les cages (ex. : perchoirs, nids, etc.)
- Pâturage : Enclos permanent
- Pâturage : Enclos mobile
- Pâturage : Poulailier mobile
- Autres équipements pour le pâturage*
- Équipements pour l'entreposage des œufs : Chambre froide
- Équipements pour l'entreposage des œufs : Frigo
- Autres équipements pour l'entreposage des œufs*
- Moulange
- Autres équipements*

31. Veuillez préciser les autres équipements utilisés pour la production d'œufs :

Autres équipements pour le pâturage :

Autres équipements pour l'entreposage des œufs :

Autres équipements :

32. Avez-vous un silo à grains?

- Non
- Oui, veuillez préciser sa capacité et l'unité de mesure :

33. Quelles sont les opérations automatisées?

- Cueillette des œufs
- Classement des œufs
- Marquage des œufs
- Lavage des œufs
- Alimentation (dispensateur de moulée)
- Abreuvoir (eau)
- Ouverture et fermeture des portes d'accès au pâturage
- Aucune automatisation
- Autre (veuillez préciser) :

34. Indiquer le pourcentage (sans symbole) pour préciser la façon dont vous vous êtes procurés vos équipements. (Le total doit être de 100.)

Pour la production d'œufs :

Les équipements ont été achetés neufs (%)

Les équipements ont été achetés usagés (%)

Les équipements ont été fabriqués par les propriétaires (%)

Les équipements étaient inclus à l'achat de la ferme (%)

35. Veuillez indiquer la valeur approximative de vos équipements excluant les fonds de terre, les bâtiments et les achats d'intrants (poules, moulée, litière, boîtes/étiquettes, etc.).

Les œufs

36. À combien estimez-vous votre taux de ponte, soit le nombre d'œuf par poule par jour en moyenne? (Par exemple, si vous avez 100 poules et récoltez 80 œufs par jour, le taux est de 80 %.)

37. À quelle fréquence est effectué le ramassage des œufs?

- 1 fois par jour
- 2 fois par jour
- Autre (veuillez préciser) :

38. Utilisez-vous un poste de classement pour les œufs?

- Non
- Oui, à la ferme
- Oui, à l'extérieur de la ferme

39. Est-ce que les œufs sont lavés?

- Les œufs ne sont pas lavés
- Tous les œufs sont lavés
- Seulement les œufs trop sales sont lavés

40. Quel pourcentage de vos œufs doivent être lavés?

Les œufs (suite) et temps de travail et gestion de la production

41. Quel pourcentage des œufs ne peut être vendu (trop sales, fêlés, etc.)?

- 0 à 3 %
- 3 à 5 %
- Plus de 5 %

42. Quel est le nombre de douzaines d'œufs vendues par semaine?

(Inscrire un nombre entier.)

43. Tenez-vous un registre de production?

- Oui
- Non

Registre de production

44. À quelle fréquence remplissez-vous votre registre de production?

- Tous les jours
- Quelques fois par semaine
- Toutes les semaines
- Mensuellement
- Annuellement

45. Quels éléments y notez-vous?

- Taux de ponte (ou nombre d'œufs)
- Heure de ramassage des œufs
- Consommation d'eau
- Température extérieure
- Température du poulailler
- Température du frigo
- Nombre d'œufs sales (à laver) et propres
- Observations sur le comportement des poules
- Quantité de moulée donnée
- Litière déposée sur le plancher
- Litière déposée dans les pondoirs
- Autre (veuillez préciser)

Temps de travail et gestion de la production (suite)

46. À combien d'heures par semaine estimez-vous le temps de travail pour la production d'œufs?

Si l'entreprise a une production diversifiée, estimez le temps nécessaire uniquement pour la production et la mise en marché des œufs. Si certaines tâches ne sont pas effectuées à toutes les semaines, essayez d'estimer le temps moyen qu'elles représentent sur les semaines de production.

(Indiquez le nombre d'heures par semaine en moyenne.)

Gestion de l'entreprise

Train (nettoyage du poulailler, ramassage des œufs, alimentation, etc.)

Entretien des équipements

Mise en marché (classification, emballage, étiquetage, manutention, transport, interaction avec les clients, etc.)

Autres tâches reliées à la production d'œufs

47. À quelle fréquence faites-vous le nettoyage complet du poulailler?

(Indiquez le nombre de fois par année.)

48. Avez-vous accès à des conseils pour votre production d'œufs?

(Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.)

- Non, aucun conseil
- Conseiller en gestion
- Conseiller en production animale
- Inspecteur pour la certification biologique
- Vétérinaire
- Autres producteurs expérimentés
- Autre (veuillez préciser) :

49. Mesures de biosécurité

Quelles mesures de biosécurité sont mises en place dans l'entreprise?

- Aucune mesure de biosécurité appliquée
- Changement de bottes à l'entrée et à la sortie du poulailler
- Changement de vêtements à l'entrée et à la sortie du poulailler
- Exclusion de l'entrée de gens autres que vous et les employés
- Lavage des mains à l'entrée et à la sortie du poulailler ou port de gants
- Programme de contrôle de la vermine
- Registre des visiteurs
- Verrouillage des portes
- Vide sanitaire (nettoyage et désinfection complète du poulailler et des équipements)
- Autre (veuillez préciser) :

Caractérisation de l'entreprise et de la mise en marché

50. Que représente la production d'œufs dans votre modèle d'affaires?

- Moi et ma famille consommons la majorité de mes œufs et je vends les surplus
- Les œufs sont la production principale de l'entreprise
- Les œufs sont un produit d'appel (pour aider la vente d'autres produits de l'entreprise)
- La production d'œuf permet d'amener un revenu complémentaire significatif pour l'entreprise
- Autre (veuillez préciser) :

51. Comment est répartie la mise en marché de votre production d'œufs?

Veillez indiquer un pourcentage (nombre entier, sans symbole) pour chacun des types de mise en marché. Le total doit être de 100.

Vente directe à la ferme	<input type="text"/>
Vente directe en marchés publics	<input type="text"/>
Vente directe dans vos paniers d'agriculture soutenue par la communauté	<input type="text"/>
Vente à d'autres producteurs faisant de la vente directe	<input type="text"/>
Vente à des détaillants (épicerie, dépanneur, etc.)	<input type="text"/>
Vente à un regroupement dont vous êtes membre (coopérative de producteurs, marché de solidarité, etc.)	<input type="text"/>
Vente à des restaurants	<input type="text"/>
Autre	<input type="text"/>

52. Indiquez le prix obtenu par douzaine selon chacun des types de mise en marché.

Indiquez le montant par douzaine, sans symbole.

Vente directe à la ferme	<input type="text"/>
Vente directe en marchés publics	<input type="text"/>
Vente directe dans vos paniers d'agriculture soutenue par la communauté	<input type="text"/>
Vente à d'autres producteurs faisant de la vente directe	<input type="text"/>
Vente à des détaillants (épicerie, dépanneur, etc.)	<input type="text"/>
Vente à un regroupement dont vous êtes membre (coopérative de producteurs, marché de solidarité, etc.)	<input type="text"/>
Vente à des restaurants	<input type="text"/>
Autre	<input type="text"/>

53. Si vous avez indiqué « Autre » comme type de mise en marché (aux 2 questions précédentes), veuillez préciser ici :

54. Vendez-vous des produits transformés contenant des œufs que vous avez produits?

- Oui
- Non

Gestion du cycle de vie des poules et des fumiers

55. Combien de temps gardez-vous vos poules en moyenne?

- Moins de 6 mois
- Entre 6 mois et 1 an
- Entre 1 an et 2 ans
- Plus de 2 ans

56. Comment gérez-vous la fin de vie de vos poules?

- Abattage des oiseaux pour consommation personnelle
- Abattage des oiseaux pour consommation autre que par le propriétaire
- Vente des poules vivantes à des particuliers
- Autre (veuillez préciser) :

57. Si applicable, quel prix obtenez-vous pour vos poules (de réforme) en fin de saison?

(Vous pouvez indiquer le montant par kilogramme ou le montant par poule.)

\$/kg

\$/poule

58. Quel est le taux de mortalité dans votre élevage de pondeuses (mort accidentelle, maladie, prédation, mort subite, etc.)? (Indiquer le pourcentage total sans symbole.)

59. Comment gérez-vous principalement les carcasses de ces poules?

- Compostage
- Enfouissement à la ferme
- Incinérateur
- Équarrisseur
- Autre (veuillez préciser) :

60. Comment disposez-vous principalement des fumiers de vos poules?

- Les poules sont élevées 100 % au pâturage
- Épandage à la ferme pour la fertilisation d'autres productions
- Vente de fumier à l'extérieur de l'entreprise
- Autre (veuillez préciser) :

61. Quels sont les revenus, en \$/an, tirés de la vente de fumier à l'extérieur de l'entreprise?

Suite de l'enquête

62. Si vous désirez vous prévaloir du rabais de 20 % sur nos publications numériques et du rabais de 15 % sur les publications issues de ce projet, veuillez nous laisser vos coordonnées. Ces informations serviront uniquement à vous faire parvenir la marche à suivre pour profiter du rabais offert. Les données recueillies demeureront confidentielles.

N.B. : Si vous possédez déjà un compte CRAAQ, utilisez le même courriel.

Nom

Courriel

Numéro de téléphone

63. Afin de valider certaines informations, de mieux décrire les modes de production et de valider les bonnes pratiques, nous souhaitons contacter quelques producteurs.

Nous autorisez-vous à vous contacter? Oui Non

Oui, veuillez inscrire vos coordonnées à la question précédente.

Nous vous remercions d'avoir complété cette enquête!

Vous désirez être informé(e) des résultats de l'enquête et de la publication d'un guide des bonnes pratiques? Créez votre compte CRAAQ et cochez l'intérêt *Aviculture!*

Ce projet est financé par l'entremise du Programme Innov'Action agroalimentaire, en vertu du Partenariat canadien pour l'agriculture, entente conclue entre les gouvernements du Canada et du Québec.

Nous remercions les partenaires suivants pour leur contribution à ce projet :

- Coopérative pour l'Agriculture de Proximité Écologique;
- Fédération des producteurs d'œuf du Québec;
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec;
- Université Laval.