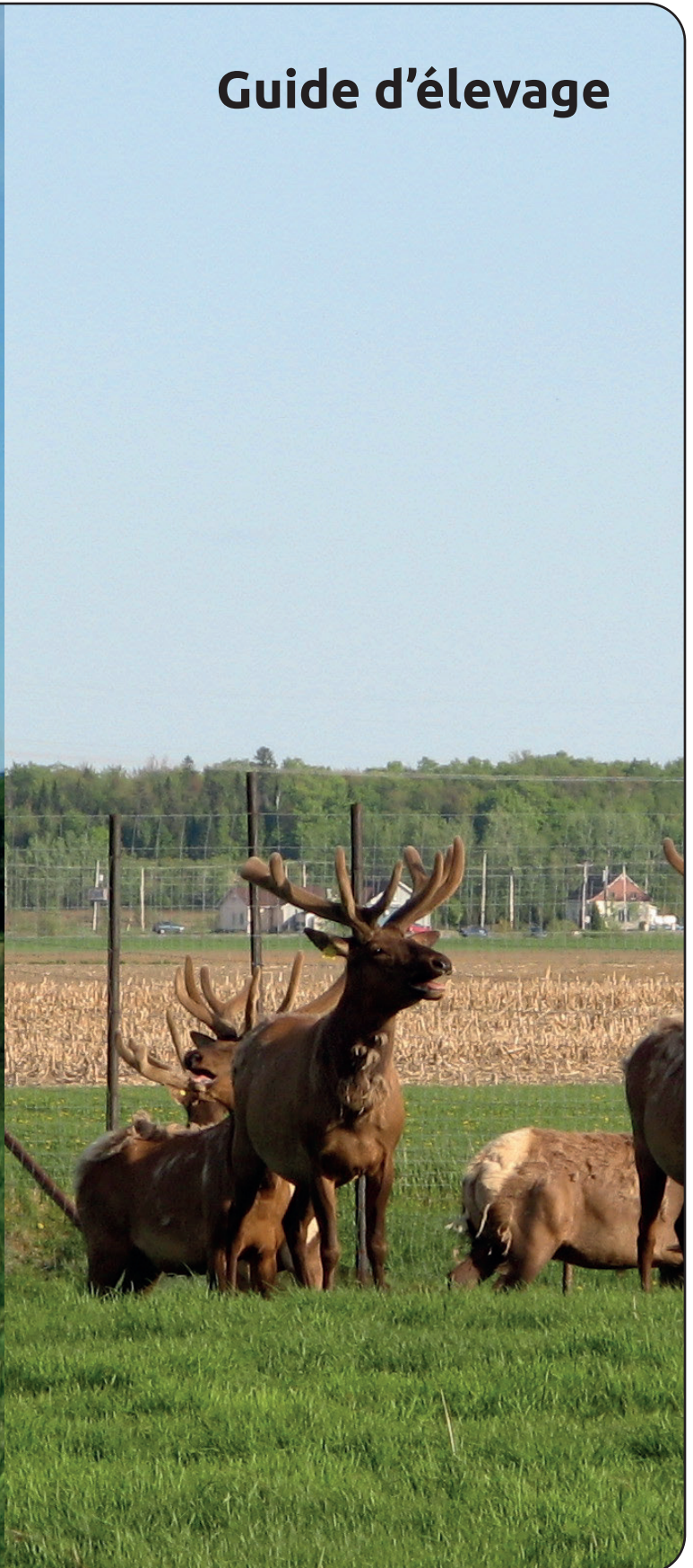


# Guide d'élevage



## LES GRANDS GIBIERS DOMESTIQUES

Viande de cervidés – Un survol



CULTIVER L'EXPERTISE  
DIFFUSER LE SAVOIR

## Avertissements

Au moment de sa rédaction, l'information contenue dans ce document était jugée représentative des connaissances relatives à l'élevage des cervidés. Son utilisation demeure sous l'entière responsabilité du lecteur. Certains renseignements pouvant avoir évolué de manière significative depuis la rédaction de ce feuillet, le lecteur est invité à en vérifier l'exactitude avant de les mettre en application.

Il est interdit de reproduire, traduire ou adapter ce document, en totalité ou en partie, sous quelque forme ou par quelque procédé que ce soit, incluant la photocopie et la numérisation, sans l'autorisation écrite du Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec. Les formats PDF ou EPUB, le cas échéant, sont destinés à l'usage exclusif de l'acheteur et ne doivent en aucune façon être diffusés ou échangés avec d'autres utilisateurs.

*Une partie du financement de ce projet a été assurée par Agriculture et Agroalimentaire Canada, par l'entremise du Programme canadien d'adaptation agricole (PCAA). Au Québec, la part destinée au secteur de la production agricole est gérée par le Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec.*



Agriculture et  
Agroalimentaire Canada

Agriculture and  
Agri-Food Canada

Ce feuillet technique est l'un des 21 feuillets qui composent le guide d'élevage  
*Les grands gibiers domestiques*

## Pour information

Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ)  
Édifice Delta 1  
2875, boulevard Laurier, 9<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1V 2M2  
Téléphone : 418 523-5411  
Télécopieur : 418 644-5944  
Courriel : [client@craaq.qc.ca](mailto:client@craaq.qc.ca)  
Site Internet : [www.craaq.qc.ca](http://www.craaq.qc.ca)

© Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec, 2013

PGGD0101-09-PDF  
ISBN 978-2-7649-0342-1 (PDF)  
ISBN 978-2-7649-0285-1 (version imprimée)  
Dépôt légal  
Bibliothèque et Archives Canada, 2013  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2013

## **Rédaction**

**Juan Pablo Soucy**, M.Sc., agronome, Agronor Services Agronomiques S.A., Cap-Santé

## **Révision**

**Jocelyne Alain Beaupré**, Ferme les Wapitis des Beaux Prés, Aston Jonction  
**Gaétan Lehoux**, Les cerfs Jasmyr inc., Saint-Elzéar

## **Coordination**

**Lyne Lauzon**, biologiste, chargée de projets aux publications, CRAAQ, Québec  
**Patricia Turmel**, chargée de projets, CRAAQ, Québec

## **Édition**

**Danielle Jacques**, M.Sc., agronome, chargée de projets à l'édition, CRAAQ, Québec

## **Conception graphique et mise en page**

**Nathalie Nadeau**, technicienne en infographie, CRAAQ, Québec

## **Photos (page couverture)**

**Juan Pablo Soucy**

## INTRODUCTION

Animaux mythiques faisant partie des légendes depuis plusieurs millénaires, les cervidés constituent, de nos jours, un élevage en forte expansion qui se voit offrir des opportunités aussi grandes que ses défis. Ce feuillet se veut un résumé des points importants (productivité, critères de qualité, transformation, mise en marché, etc.) à considérer pour rentabiliser la production de viande de cervidés et établit des liens avec la satisfaction des clients et des transformateurs. Les exemples présentés s'appliquent au cerf rouge et au wapiti, étant donné le nombre plus important d'entreprises pour ces deux espèces. Toutefois, plusieurs des concepts décrits sont transférables au cerf Sika, au daim et aux autres cervidés.

## MISE EN MARCHÉ

La mise en marché est un aspect qui doit être inclus dans le plan d'affaires dès le départ, ou encore dans le plan d'expansion ou de redressement pour assurer la rentabilité de l'élevage. Deux solutions s'offrent à l'éleveur qui n'a pas de marché assuré : trouver un marché et l'exploiter, ce qui constitue pratiquement un métier en soi, ou identifier un intermédiaire qui le fera à sa place. Contrairement à d'autres secteurs, il n'existe aucun système direct de sécurité du revenu ni de méthode de vente garantie. Existe-t-il un marché pour la viande de cervidés au Québec? Oui. Y a-t-il de la place pour de nouveaux éleveurs? Oui. La viande se vendra-t-elle toute seule? Certainement pas.

Il faut aussi garder en tête que plus il a d'intermédiaires entre l'éleveur et le client, moins le revenu par kilogramme vendu est élevé. Néanmoins, cette différence de prix est souvent représentative du travail colossal qui est effectué entre la sortie d'un cervidé de la ferme d'élevage et l'arrivée de la viande, de façon constante, dans l'assiette du consommateur.

### Marchés possibles

Les marchés possibles pour la viande de cervidés sont le marché de gros (carcasses entières pour un transformateur ou un distributeur), le marché de la restauration, les marchés institutionnels (hôpitaux, écoles, etc.) et le marché de détail

### D'hier à aujourd'hui

Les cervidés d'élevage sont des nouveaux venus comparativement aux productions plus classiques comme le bœuf et le porc. Les fermes d'élevage de cervidés existent depuis quelques centaines d'années en Chine. Le cerf rouge est présent depuis plusieurs générations sur des fermes de chasse en Angleterre, tandis que l'élevage du wapiti remonte à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle aux États-Unis. C'est néanmoins la Nouvelle-Zélande qui fut pionnière de l'élevage à grande échelle en pâturage vers la fin des années 1970 (Roots, 2007). Ce qui était autrefois un festin réservé à la noblesse est devenu une industrie florissante de viande haut de gamme.

Au Québec, l'élevage des cervidés a fait son apparition dans les années 1980 avec les géniteurs et les bois de velours comme principaux marchés. Au début des années 2000, la fermeture de certaines voies d'exportation pour des produits de cervidés du Canada vers l'Asie (Chine et Corée) ainsi que le commerce transfrontalier plus complexe avec les États-Unis pour les animaux de chasse ont changé les choses. Les préoccupations sanitaires et la saturation du marché de la génétique initial ont également modifié le secteur, de telle sorte que le contexte est aujourd'hui plus favorable à l'élevage de cervidés pour la viande.

(directement au consommateur). Il va de soi que les marchés institutionnels sont plus rares, puisqu'il s'agit d'une viande dispendieuse.

S'il était commun autrefois que les restaurants ou des familles achètent des carcasses entières pour les transformer eux-mêmes, c'est rarement le cas de nos jours. Alors, exception faite des éleveurs faisant partie d'un regroupement de vente, la commercialisation d'animaux entiers est plus rare. Il est également possible de vendre des animaux entiers si l'élevage comporte un volet cynégétique (chasse), mais il faut alors respecter la réglementation supplémentaire qui s'impose.

La majorité des restaurateurs préfèrent se procurer uniquement les coupes dont ils ont besoin. C'est un marché intéressant, mais qui demande une constance dans les approvisionnements, aussi bien dans le temps qu'en termes de qualité et d'uniformité des produits.

La vente au détail, quant à elle, peut prendre différentes formes : vente à la ferme, table champêtre, kiosque dans un marché public, vente sur Internet. Ces options sont énumérées en ordre croissant de liberté dans les horaires de vente.

Il existe certes d'autres marchés plus marginaux, tels que l'alimentation pour animaux de compagnie, l'exportation, etc. Toutefois, ces marchés représentent le plus souvent des opportunités que l'on saisit en cours d'opération plutôt que des marchés identifiés dans des plans de démarrage.

## Structures de vente

Au Québec, la commercialisation de la viande de cervidés s'effectue principalement selon trois structures de vente différentes.

### *Regroupements*

Certains éleveurs se regroupent pour commercialiser leurs produits de concert avec un transformateur ou un détaillant. C'est l'approche qui ressemble le plus à ce qui se fait dans d'autres productions. Elle permet à l'éleveur de se concentrer sur son troupeau et de développer au maximum ses performances et sa génétique. En contrepartie, on note une limite dans les volumes de production (selon les regroupements) et une rentabilité finale moins élevée de par le travail de mise en marché moins important pour l'éleveur. Pour un nouvel élevage, il peut s'agir d'une approche intéressante puisqu'elle offre des ventes presque garanties. Il faut toutefois produire une qualité à la hauteur des attentes du distributeur ou du groupe et les approvisionner avec les volumes demandés. De plus, ce ne sont pas tous les regroupements qui disposent d'un marché suffisant pour pouvoir accueillir un nouvel éleveur.

### *Éleveurs-transformateurs-distributeurs*

Les éleveurs-transformateurs-distributeurs commercialisent eux-mêmes leurs produits. Ceux-ci peuvent être vendus à la ferme, aux détaillants, dans les marchés publics ou aux restaurateurs. C'est la structure qui demande le plus de travail et le plus d'investissements initiaux. Si la main-d'œuvre est limitée, c'est aussi la plus contraignante en termes d'horaire. En effet, les meilleures périodes de vente correspondent forcément aux périodes où les gens sont en congé. L'éleveur doit donc s'attendre à travailler les

fins de semaine et les jours fériés en plus d'être en contact direct avec le public. À cela s'ajoute l'ensemble de la législation relative à la transformation des viandes qui est de plus en plus complexe pour les petits transformateurs.

Cette structure permet d'atteindre un niveau de rentabilité plus intéressant puisque l'on contrôle la transformation (produits primaires, viandes et coupes fines, etc.) et la surtransformation (fumaison, pâtés, etc.) de la viande. Elle permet aussi à l'éleveur de se spécialiser dans un ou plusieurs créneaux qui lui sont propres.

### *Partenariats*

L'établissement de partenariats complémentaires entre entreprises est une structure de plus en plus utilisée. L'approche consiste à faire exécuter certaines étapes tout en effectuant les tâches pour lesquelles on excelle. Par exemple, un éleveur peut produire des animaux, les faire transporter par un autre éleveur, les faire abattre à forfait, confier la transformation et vendre une partie de sa production à un éleveur disposant d'un centre de découpe, de transformation et de commercialisation. Il peut ensuite vendre le reste de sa production à un kiosque de vente collectif, avec un voisin producteur maraîcher, ou à un épicer local. Les possibilités sont multiples puisqu'il existe maintenant au Québec un vaste réseau d'entrepreneurs oeuvrant à toutes les étapes de la filière, depuis le transport jusqu'à la vente au détail. Pour les entreprises comptant peu d'employés, cette structure est souvent une bonne solution; elle leur permet de choisir et de se concentrer sur les aspects sur lesquels elles souhaitent garder le contrôle, pour une question d'intérêt ou de rentabilité. Pour se lancer dans cette direction, il faut échanger avec les éleveurs de sa région, communiquer avec les entreprises locales et les grappes agroalimentaires. Bref, créer son propre réseau! À cet égard, les centres locaux de développement, les chambres de commerce et les regroupements de producteurs sont des ressources précieuses.

## **EFFICACITÉ DE LA CHAÎNE DE VALEUR**

Peu importe la structure de vente et le marché choisis, les entreprises qui élèvent des cervidés se doivent d'être rentables, même si la viande de cervidés est un produit haut de gamme. De son côté, le client sera toujours à la recherche du meilleur prix possible, ayant toujours en tête un prix maximum qu'il est prêt à payer. Ainsi, pour améliorer la rentabilité dans un contexte où la concurrence est planétaire, il faut savoir améliorer ses performances à toutes les étapes et être capable d'évaluer le potentiel réel de tous les maillons de la chaîne. Cela commence à la ferme.

### **Rendement à la ferme**

Le premier souci de l'éleveur est d'amener ses animaux au poids d'abattage désiré, le plus rapidement possible, tout en offrant une qualité de carcasse qui se démarque. Les facteurs qui influencent le plus la qualité sont décrits ci-après et sont eux-mêmes influencés par la génétique de l'animal, son comportement et sa position dans la hiérarchie du troupeau.

### *Stress*

Tout stress vécu par un animal a un impact sur la carcasse. Qu'il soit lié à des manipulations trop brusques, à des températures extrêmes, à un manque d'eau ou d'aliments, le stress a une incidence sur la croissance. Celle-ci peut ralentir, s'arrêter ou même régresser.

### *Alimentation*

L'alimentation a un impact sur le goût et la composition de la viande. En Nouvelle-Zélande, des essais visant à comparer les carcasses de cerfs rouges alimentés de pâturages ou de concentrés ont révélé une bonne qualité générale de carcasse dans les deux cas. Le rapport oméga-3/oméga-6 de la viande provenant des animaux nourris au pâturage était plus intéressant pour la santé humaine, mais un panel d'analyse sensorielle a préféré le goût de la viande provenant des animaux nourris avec des concentrés (Wiklund et coll., 2003). Des résultats similaires ont été obtenus chez d'autres cervidés en Europe et en Amérique du Nord.

### *Sexe et âge*

Il existe des différences entre la viande des femelles et celle des mâles, mais ces différences sont moins importantes lorsque les animaux sont abattus en bas âge (Purchas et coll., 2010). Chez les animaux plus âgés (18 mois et plus), la viande des femelles a un goût moins prononcé, est plus tendre et a une capacité de rétention d'eau (voir la section *Perte en eau*) et une teneur en gras plus élevées que la viande des mâles (Daszkiewicz et coll., 2009).

L'âge d'abattage idéal chez les mâles se situerait avant l'âge de 15 mois, notamment parce que la première période de rut affecterait la tendreté (Wiklund et coll., 2010). L'âge d'abattage pour les femelles varie grandement selon la conduite de l'élevage et le contexte économique, mais il a moins d'impact sur la qualité et a été moins étudié.

### *Poids à l'abattage*

Les animaux plus lourds donnent évidemment plus de viande, mais pas toujours dans les parties nobles comme le démontrent des essais effectués sur un petit nombre de wapitis en Alberta et qui révèlent que les gains concernent majoritairement la viande destinée au haché de même que le gras (Robertson et coll., 2003). Chez le cerf rouge, des essais semblent indiquer que la sélection axée sur un gain plus rapide n'affecterait pas les qualités sensorielles de la viande (Wiklund et coll., 2008).

Le transport de la ferme à l'abattoir a un impact sur le poids des animaux à l'abattage. Il en résulte une perte de poids (freinte) pouvant varier entre 2 et 5 %. De plus, le nombre d'animaux transportés dans un même chargement a un impact sur le coût final de la transformation, le tarif du transport étant souvent le même que l'on transporte 3 ou 10 animaux à la fois. Une bonne planification des expéditions contribue donc à réduire les coûts.

### *Rendement à l'abattage*

La plupart du temps, les animaux sont abattus relativement rapidement après leur arrivée à l'abattoir; s'ils doivent attendre plus que quelques heures, il semble que l'accès à un aliment ou à de l'eau aide à réduire

les pertes en ce qui concerne la carcasse (Robertson et coll., 2003). Avant l'abattage, une diminution du stress améliore quelque peu la qualité de la viande, mais pas de façon aussi marquante que chez d'autres espèces (Pollard et coll., 2001).

Chez les cervidés, le rendement carcasse varie normalement autour de 58 %, avec une variation de plus ou moins 10 %. Le rendement carcasse correspond au rapport entre le poids vif et le poids de la carcasse écharnée, éviscérée et sans la tête. Ce rendement est un indicateur intéressant pour une même conduite d'élevage, mais diffère selon le type d'alimentation. Par exemple, les cervidés nourris au pâturage ont un rendement carcasse plus faible que les cervidés nourris avec de plus grandes quantités de concentrés, leur masse ruminale étant supérieure.

En termes économiques, le rendement carcasse est à prendre avec parcimonie. Parfois, le poids vif des animaux utilisé pour le calculer est celui de la pesée avant le départ de l'animal de la ferme. À d'autres moments, c'est la pesée à l'arrivée à l'abattoir qui est considérée. Cela peut donc faire varier les valeurs de façon importante.

### Rendement à la découpe

Le rendement à la découpe est fourni plus rarement par le transformateur. Il revêt toutefois un intérêt beaucoup plus grand pour l'éleveur puisqu'il représente le volume de viande commercialisable par rapport au poids de la carcasse. Ce ratio varie entre 50 et 80 % en fonction des coupes effectuées et de la qualité du travail du boucher. Ce dernier, à lui seul, peut faire varier le rendement à la découpe de plus ou moins 15 % selon la finesse de son travail (Tableau 1).

**Tableau 1. Rendements types pour différentes coupes de viande<sup>1</sup>**

Coupe	Rendements types
Filet	1,1 à 1,8 %
Contre-filet	2,7 à 6 %
Surlonge	2,1 à 2,4 %
Faux-filet	1,7 à 2,7 %
Pointe de surlonge	3,6 à 5 %
Ronde	11 à 20 %
Côtes	1 à 4 %
Cou	4 à 8 %
Osso buco	4 à 8,3 %
Épaule	4 à 10 %
Cubes à mijoter	6 à 14 %
Parures (haché)	17 à 40 %
Os	12 à 18 %
Pertes	5,5 à 15 %

1. Valeurs issues d'articles scientifiques, de différentes compilations auprès de bouchers et du Colloque sur les grands gibiers 2002.



### Prix de vente au consommateur

Les figures 1 et 2 illustrent, pour le cerf rouge et le wapiti respectivement, les étapes et les pertes qui, depuis le départ de la ferme jusqu'à la découpe, influencent le rendement en viande commercialisable et, par conséquent, le prix de vente au consommateur. En utilisant ces données, les données du tableau 1, ses coûts de production et ses prévisions de vente, l'éleveur peut dresser un portrait du prix de détail moyen nécessaire pour atteindre ses objectifs.

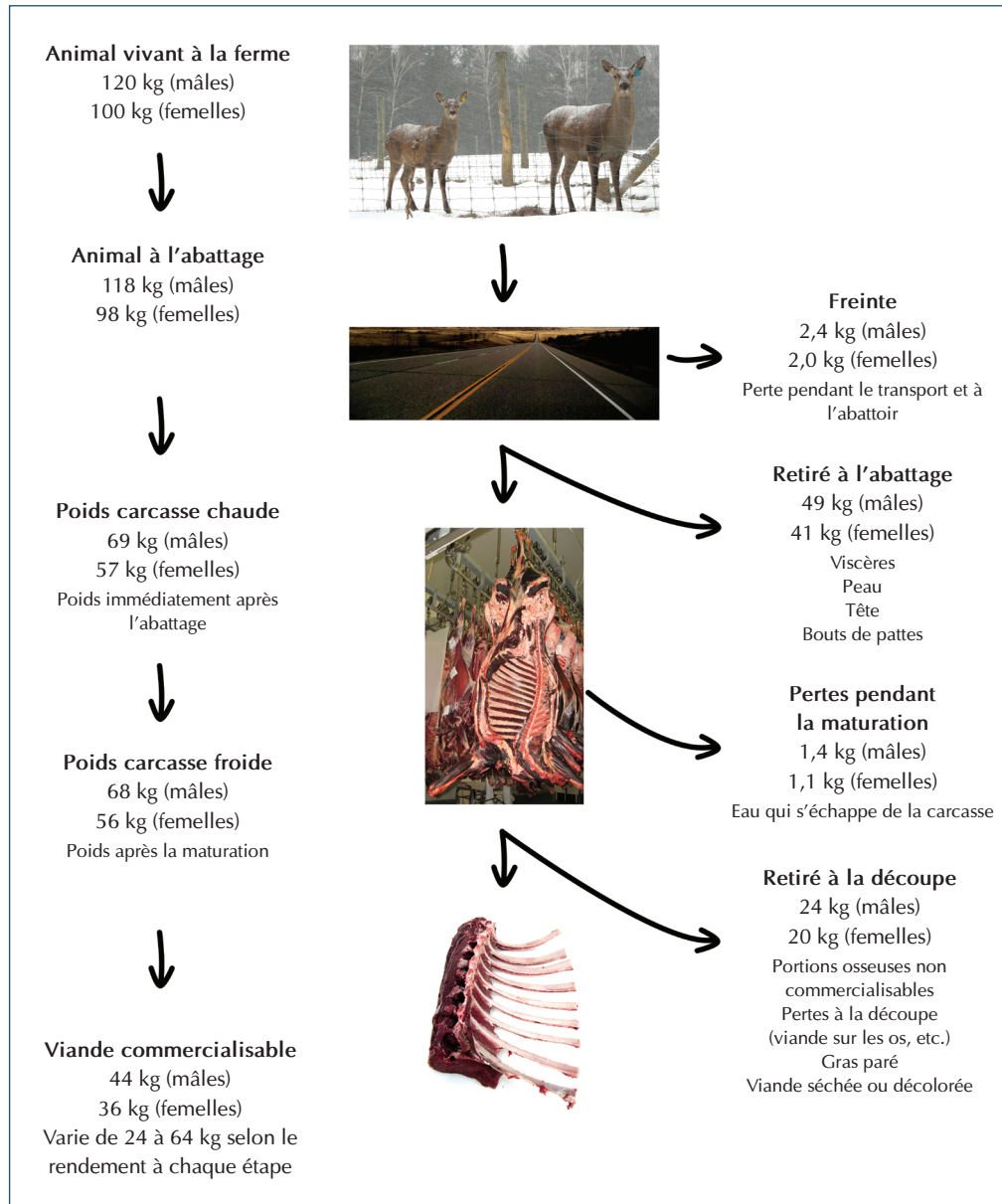


Figure 1. Étapes et pertes qui influencent le rendement en viande commercialisable (cerf rouge)

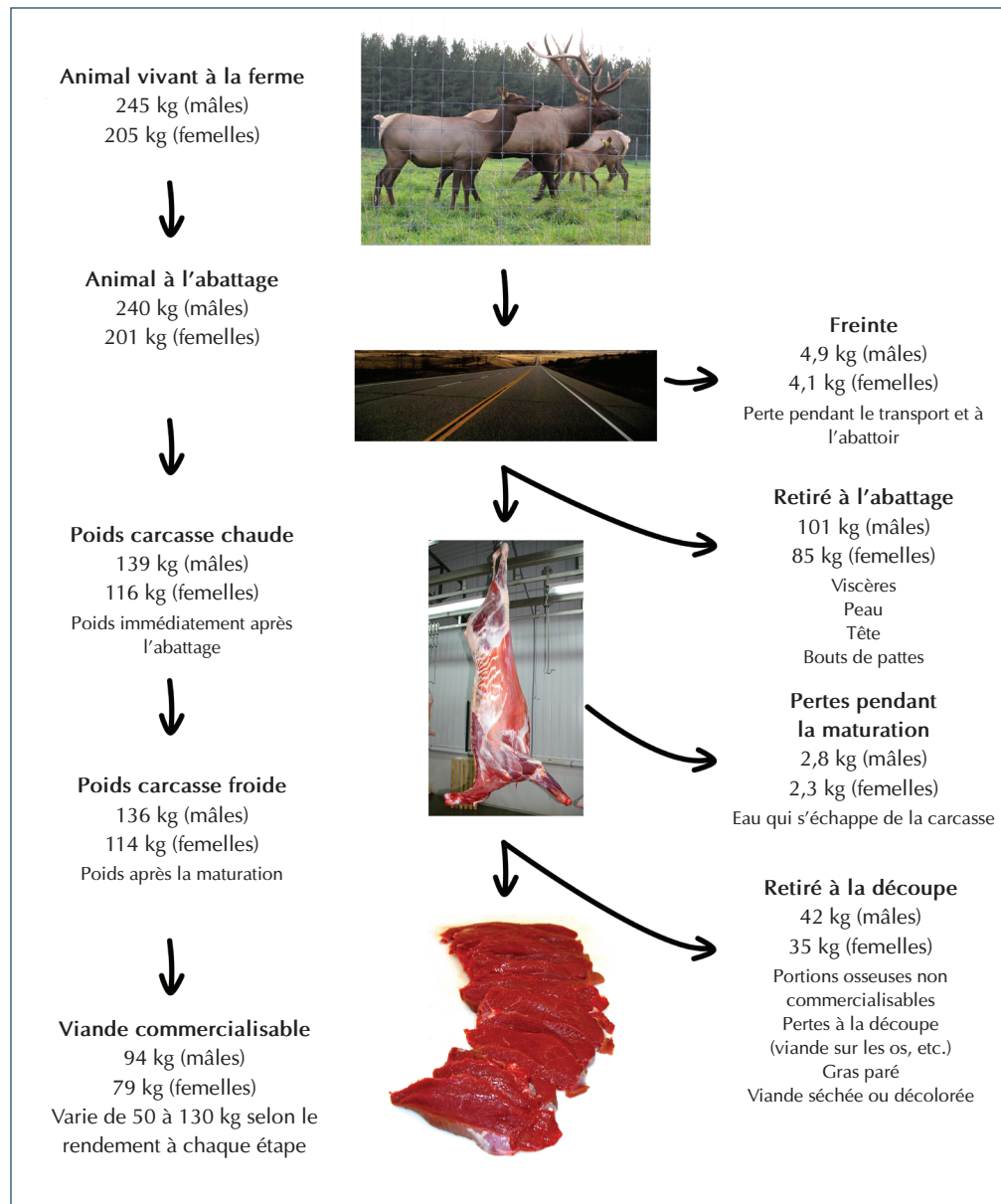


Figure 2. Étapes et pertes qui influencent le rendement en viande commercialisable (wapiti)

## QUALITÉS VISUELLES DE LA VIANDE

### Couleur

Il s'agit du premier critère évalué par le consommateur. Celui-ci recherche une viande de couleur rouge vif, sans excès de gras visible. Les variations de couleur sont principalement dues à l'état de la myoglobine (molécule chargée du transport de l'oxygène) dans le muscle. La myoglobine change de couleur lorsqu'elle s'oxyde, passant progressivement de rouge pourpre à rouge vif, puis à brun gris. Ces

changements sont chimiques et sont distincts des changements microbiologiques qui pourraient altérer la salubrité de la viande. La myoglobine est par ailleurs dénaturée à la suite de la cuisson, d'où la couleur brune de la viande.

Une viande crue exposée au monoxyde de carbone (donc protégée de l'oxydation) prend une teinte rouge vif. Une protection contre l'oxydation permet de mieux préserver la myoglobine. C'est pourquoi un emballage sous vide conserve mieux la couleur de la viande et qu'il faut quelque temps à la viande lors de la décongélation pour reprendre sa couleur (réoxygénation).

Il est à noter qu'en raison de sa haute teneur en myoglobine, la viande de gibier est souvent plus foncée que le bœuf ou l'agneau.

### Emballage

La viande, quoique fort appétissante, n'est pas le produit le plus facile à mettre en marché. Son aspect naturel est difficile à mettre en valeur. Différentes techniques sont utilisées pour la rendre attrayante : emballage sous vide, papier de boucher, ou encore boîte de couleur avec fenêtre pour voir le produit. L'emballage, incluant tout moyen pour faciliter la préparation (repas congelés, mets préparés, etc.), est un aspect à ne pas négliger dans la mise en marché. Le consommateur achète d'abord avec les yeux.

### Perte en eau

La perte en eau du produit est un aspect perçu très négativement par le consommateur. Personne n'aime acheter un paquet de viande qui contient de l'eau, sans compter qu'une viande ayant perdu beaucoup d'eau rétrécit davantage à la cuisson tout en étant plus sèche en bouche.

La capacité de rétention d'eau de la viande est également importante pour le transformateur. Une faible capacité de rétention pose problème lors de l'application des procédés de la transformation (saumurage, etc.). L'éleveur lui-même ainsi que l'abattoir doivent aussi se préoccuper de cet aspect puisqu'une perte en eau excessive représente des pertes directes de viande commercialisable. Les principaux facteurs qui influencent les pertes en eau sont le stress avant l'abattage, l'état de l'animal à l'abattage, la génétique ainsi que les conditions d'abattage et de refroidissement.

La viande de cervidés a une capacité de rétention d'eau supérieure au bœuf (Farouk et coll., 2007), ce qui l'avantage en tant que produit frais. Elle résiste cependant moins bien à une congélation prolongée. Par ailleurs, la viande des femelles a une meilleure capacité de rétention d'eau que celle des mâles (Daszkiewicz et coll., 2009; Purchas et coll., 2010).

## QUALITÉS SENSORIELLES

### Tendreté

Après l'aspect visuel, le critère le plus important pour le consommateur est la tendreté de la viande. La viande de cervidés a une tendreté naturelle qui serait supérieure au bœuf (Farouk et coll., 2007; Wiklund

et coll., 2008), possiblement en raison d'une activité accrue des enzymes au cours du procédé de maturation. Cette tendreté est toutefois grandement affectée par le mode de cuisson, d'où l'importance de bien informer le consommateur quant à l'importance d'une cuisson plus lente et à une température interne moins élevée que le bœuf pour éviter que la viande soit coriace (Robertson et coll., 2003).

Il faut aussi savoir que la tendreté est légèrement inférieure pour les mâles en période de rut ou immédiatement après celle-ci (Stevenson et coll., 1992). Par ailleurs, les muscles d'une carcasse de cervidé qui est refroidie trop rapidement ont tendance à se raidir. Les cervidés ont un faible gras de couverture et les aires de réfrigération utilisées sont la plupart du temps destinées à refroidir des carcasses de bœuf, plus grosses et plus grasses. L'activité enzymatique de la viande, même si elle est plus élevée, ne peut compenser ce processus. La viande perd alors beaucoup en tendreté (Robertson et coll., 2003).

### Flaveur

La flaveur se définit comme l'ensemble des sensations issues des saveurs (goûts), des arômes (odorat) et des autres sensations tactiles dans la bouche. La recherche de flaveurs intenses est plus présente chez le consommateur « d'automne » qu'en d'autres saisons, par association naturelle avec la chasse.

### Jutosité

La jutosité réfère à la libération de jus lors de la mastication. Elle est fortement reliée à la quantité d'eau présente dans la viande après la cuisson. En comparaison du bœuf, lors des analyses sensorielles, la viande de cervidés semble être jugée comme étant une viande légèrement plus sèche (Dhanda et coll., 2003; Wiklund et coll., 2008), bien qu'il existe de grandes différences entre les animaux à cet égard.

### pH

Le pH, ou degré d'acidité de la viande, est un facteur qui a un impact sur l'ensemble des caractères mentionnés précédemment. Un pH trop élevé favorise la croissance bactérienne, augmente les risques de problèmes liés à la tendreté de la viande et peut en affecter la jutosité. À l'inverse, un pH trop bas affecte principalement la stabilité de la couleur, la jutosité et la capacité de rétention d'eau.

Le stress a un effet sur le pH de la viande. De plus, une température de carcasse élevée favorise une descente trop rapide du pH. Toutefois, cette situation est rarement un problème pour les cervidés car, le plus souvent, c'est le problème inverse qui survient, soit un refroidissement trop rapide dans les systèmes de réfrigération utilisés actuellement (voir la section *Tendreté*).

Chez les cervidés, on observe de larges variations du pH selon les animaux et les méthodes d'élevage, mais la moyenne se situe autour de 5,62 à 24 heures post-abattage (Pollard et coll., 2001; Dhanda et coll., 2003; Wiklund et coll., 2008).

## BIENFAITS POUR LA SANTÉ

Parmi les principaux bienfaits de la viande de cervidés, et outre sa qualité nutritionnelle globale, le plus « vendeur » est certes sa faible teneur en gras (Tableau 2). Les bienfaits liés aux oméga-3 sont souvent

avancés comme argument de vente, mais il ne faut pas oublier que ceux-ci se retrouvent dans les gras. Avec une viande aussi maigre, il devient difficile de démontrer un avantage réel à ce niveau.

**Tableau 2. Valeur nutritive de la viande de cervidés et d'autres espèces**

Élément	Cerf rouge/ wapiti	Boeuf	Porc	Poulet
Eau (% ou g/100 g)	73 – 76	69,93	72,23	75,79
Protéines (% ou g/100 g)	21,6 – 23,0	21,85	21,43	21,23
Gras (% ou g/100 g)	0,63 – 1,9	16,71	5,66	2,59
Fer (mg/100 g)	3,07 – 3,34	1,94	0,84	0,37
Énergie (kJ/100g)	484 – 658	645	598	477

Données compilées de : Stevenson, 1992; Dhanda et coll., 2003; Farouk et coll., 2007; Wiklund et coll., 2008; Daszkiewicz et coll., 2009; Purchas et coll., 2010; Wiklund et coll., 2010.; USDA, 2011.

## IMAGE DU PRODUIT

L'achat de viande de cervidés, un produit haut de gamme, est un achat émotif et non une nécessité de base. L'image derrière le produit et les différentes stratégies pour appuyer celle-ci sont donc très importantes. Pour bien exploiter cette image, l'imaginaire collectif relié aux cervidés doit être pris en compte.

L'élevage des cervidés est relativement jeune au Québec et les activités reliées à la chasse sont encore très présentes. Que l'on parle de cervidés, de cerf rouge, de wapiti, ou encore de grands gibiers, il va donc de soi qu'une partie de la population fait instinctivement un lien avec la faune sauvage. Certains éleveurs réussissent à capitaliser sur cet aspect et exploitent un marché qui apprécie les saveurs et le goût plus « sauvage » du gibier de chasse (une façon de faire consiste à laisser des branches de thuyas dans l'enclos pendant environ 3 semaines avant l'abattage des animaux). Toutefois, pour la majorité des éleveurs qui vendent au détail, se départir de cette image représente plutôt un défi quotidien.

Quant à l'image de l'élevage de cervidés dans l'ensemble de la population, c'est encore celle d'un élevage pratiqué sur de vastes pâturages. Il est vrai qu'il s'agit d'une production plus extensive que d'autres, mais il est faux de croire que tous les éleveurs ont l'espace disponible pour élever leurs animaux de cette façon. De bonnes pratiques d'élevage (Alliance canadienne des cervidés, 2009) et un souci de l'image de l'entreprise sont donc de première importance pour conserver les marchés acquis. Les installations et les méthodes d'élevage doivent refléter les valeurs des consommateurs (bien-être, etc.) pour assurer aux entreprises et au secteur une longueur d'avance en la matière.

Différentes certifications et marques de commerce permettent par ailleurs aux éleveurs qui y adhèrent de se démarquer non seulement des autres éleveurs de cervidés, mais aussi des autres productions qui investissent beaucoup d'efforts pour se tailler une place en adoptant une image « verte ». Parmi celles-ci, on retrouve les appellations « Grands Gibiers du Québec certifiés<sup>MD</sup> », « Aliments du Québec<sup>MD</sup> », les marques déposées de plusieurs autres distributeurs ainsi qu'un nombre important d'appellations et de

certifications disponibles à l'échelle régionale et à l'échelle internationale. Des appellations plus formelles protégées par le gouvernement sont en développement, mais ce concept est encore jeune au Québec (consulter le site du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants pour en savoir plus : [www.cartv.gouv.qc.ca](http://www.cartv.gouv.qc.ca)).

## CONCLUSION

Qu'il s'agisse de l'élevage du cerf rouge ou du wapiti, produire une viande de qualité demande autant de travail que dans les autres productions. La très grande variabilité des résultats obtenus en termes de qualité et de rendement en fait foi. Il faut toutefois garder en tête que la difficulté mais aussi la beauté de ce secteur résident dans la diversité des possibilités et la liberté dont les éleveurs bénéficient à l'égard de la structure de vente et de la mise en marché.

## RÉFÉRENCES

- Alliance canadienne des cervidés. 2009. *Guide des bonnes pratiques de régie dans l'élevage des cervidés : Reconnaissance de la salubrité et de la qualité des aliments à la ferme*. 36 p.
- Daszkiewicz, T., P. Janiszewski et S. Wajda. 2009. *Quality characteristics of meat from wild red deer (Cervus elaphus L.) hinds and stags*. Journal of Muscle Foods 20: 428-448.
- Dhanda, J.S., R.B. Pegg et P.J. Shand. 2003. *Tenderness and Chemical Composition of Elk (Cervus elaphus) Meat: Effects of Muscle Type, Marinade Composition, and Cooking Method*. Journal of Food Science 68(5): 1882-1888.
- Farouk, M.M., M. Beggan, S. Hurst, A. Stuart, P.M. Dobbie et A.E.D. Bekhit. 2007. *Meat quality attributes of chilled venison and beef*. Journal of Food Quality 30: 1023-1039.
- Field, R.A., F.C. Smith, W.G.H. Hepworth et W.J. Means. 2003. *The Elk Carcass*. University of Wyoming, Agricultural Experiment Station, B-594R.
- Hoffman, L.C. et E. Wiklund. 2006. *Game and venison – meat for the modern consumer*. Meat Science 74: 197-208.
- Nicol, A.M., H.G. Judson et A.W. Taylor. *The effect of hybridisation on venison production*. Proceedings of the New Zealand Society of Animal Production 63: 222-228.
- Pollard, J.C., R.P. Littlejohn, G.W. Asher, A.J.T. Pearse, J.M. Stevenson-Barry, S.K. McGregor, T.R. Manley, S.J. Duncan, C.M. Sutton, K.L. Pollock et J. Prescott. 2001. *A comparison of biochemical and meat quality variables in red deer (Cervus elaphus) following either slaughter at pasture or killing at a deer slaughter plant*. Meat Science 60: 85-94.

Purchas, R.W., E.C. Triumf et B. Egelanddsdal. 2010. *Quality characteristics and composition of the longissimus muscle in the short-loin from male and female farmed red deer in New Zealand*. Meat Science 86: 505-510.

Robertson, W.M., A. Schaefer, S.J. Landry et D. Brereton. 2000. *The Evaluation of Meat Yield and Quality in Elk*. Report Prepared for the Alberta Elk Association, Agriculture and Agrifood Canada, Lacombe, Alberta, Canada.

Robertson, W.M., A.L. Schaefer, N.J. Cook et S.J. Landry. 2003. *Carcass and Meat Quality of Farmed Elk*. Highlights of Research Conducted at the Lacombe Research Centre, Lacombe, Alberta, Canada.

Roots, C. 2007. *Domestication*. Greenwood Publishing Group. USA. 199 p.

Stevenson, J.M., D.L. Seman et R.P. Littlejohn. 1992. *Seasonal variation in venison quality of mature, farmed red deer stags in New Zealand*. J. Anim. Sci. 70: 1389-1396.

U.S. Department of Agriculture. 2011. *USDA National Nutrient Database for Standard Reference*. Release 24. [en ligne]. Agricultural Research Service, Nutrient Data Laboratory Home Page, [www.ars.usda.gov/nutrientdata](http://www.ars.usda.gov/nutrientdata) (consulté les 23 janvier et 15 mai 2011).

Wiklund, E. 2009. *Venison quality, from plate to gate*. Proceedings of the Deer Branch of the NZVA. p. 24-26.

Wiklund, E., T.R. Manley, R.P. Littlejohn et J.M. Stevenson-Barry. 2003. *Fatty acid composition and sensory quality of Musculus longissimus and carcass parameters in red deer (Cervus elaphus) grazed on natural pasture or fed a commercial feed mixture*. J. Sci. Food Agric. 83: 419-424.

Wiklund, E., G.W. Asher, J.A. Archer, J.F. Ward et R.P. Littlejohn. 2008. *Carcass and meat quality characteristics in young red deer stags of different growth rates*. Proceedings of the New Zealand Society of Animal Production 68: 174-177.

Wiklund, E., P. Dobbie, A. Stuart et R.P. Littlejohn. 2010. *Seasonal variation in red deer (Cervus elaphus) venison (M. longissimus dorsi) drip loss, calpain activity, colour and tenderness*. Meat Science 86(3): 720-727.

Wiklund, E. et F.J.M. Smulders. 2011. *Muscle biological and biochemical ramifications of farmed game husbandry with focus on deer and reindeer*. Game meat hygiene in focus, Wageningen Academic Publishers, Pays-Bas.