

Mémoire présenté à la  
Commission sur l'avenir de l'agriculture  
et de l'agroalimentaire québécois

Pour un réseau de distribution d'œufs de consommation produits  
au Québec et facilement identifiables par les  
consommateurs québécois



20 avril 2007

## **Introduction**

Les 33 actionnaires de Nutri-Oeuf produisent 40 % de toute la production d'œufs du Québec. Ils remercient la Commission de leur donner l'opportunité de présenter la position du plus gros classificateur d'œufs du Québec.

Ce document vise à vous informer de la situation d'une entreprise qui a réussi en 20 ans, grâce à ses investissements, à atteindre les plus hauts standards de productivité et d'innovation. Malgré une très grande consolidation de notre secteur d'activité, nous sommes inquiets des grands changements concernant l'approvisionnement de nos principaux clients.

Nous vous proposons le portrait québécois de notre industrie et par la suite, la position de notre entreprise.

## **Portrait des classificateurs d'œufs au Québec**

Au Québec, il y a 40 classificateurs d'œufs. Par ailleurs, les trois principaux mettent en marché 92 % de tous les œufs produits au Québec.

Le chiffre d'affaires de toutes ces entreprises est d'environ 175 millions de dollars et elles emploient directement plus de 200 personnes. Nutri-Oeuf met en marché des œufs provenant d'une production contingentée. La gestion de l'offre nous assure un approvisionnement stable et prévisible d'œufs de très grande qualité. Au cours des dernières années, grâce à la sécurité de revenu que leur procure la gestion de l'offre, nos producteurs ont pu investir dans des nouvelles installations de production et de réfrigération, ce qui a permis d'améliorer continuellement la qualité des œufs que l'on met en marché.

Nous croyons que les œufs produits au Québec sont parmi les meilleurs et les plus sécuritaires en Amérique du nord. Le programme de biosécurité à la ferme des producteurs d'œufs du Québec est un modèle unique en Amérique du nord. Il faut nous assurer que les consommateurs québécois profitent de ces excellents produits et qu'ils les achètent en priorité avant de consommer des œufs provenant de l'extérieur du Québec. Les classificateurs québécois ont été les premiers au Canada à introduire un programme de traçabilité de la ferme jusqu'au consommateur. Ils travaillent en collaboration avec le MAPAQ et Agri-Traçabilité Québec (ATQ) afin de rendre obligatoire le programme de traçabilité des œufs du Québec.

Historiquement, le Québec a toujours reçu beaucoup trop d'œufs de l'Ontario sur son marché. Aujourd'hui, grâce à l'augmentation de la production et du volume d'œufs classés par usine québécoise, nous pourrions prendre la relève et approvisionner 100 % de notre marché de détail.

Grâce à la gestion de l'offre et à l'amélioration de l'efficacité des postes de classement d'œufs, les consommateurs profitent continuellement d'une aubaine en achetant leurs douzaines d'œufs (la protéine la moins chère sur le marché) tout en sachant qu'ils se procurent un produit plus équitable pour les producteurs que beaucoup d'autres produits alimentaires.

Les classificateurs québécois mettent en marché les meilleurs œufs, ils sont très efficaces et ils ont introduit une gamme exceptionnelle de produits de spécialités (biologique, oméga, oméga et lutéine, poules en liberté, etc.) et en plus, pour la plupart, ils ont un programme de traçabilité unique. Avec autant d'avantages, pourquoi donc sommes-nous inquiets de notre avenir?

Nous sommes très conscients qu'il y a un mouvement nord-américain dans les chaînes d'alimentation pour mettre en marché de plus en plus de produits de marque maison. Dans notre domaine, pendant de nombreuses années, les seuls œufs de marque maison étaient les œufs blancs réguliers. Tous les œufs de spécialités étaient encore emballés dans la marque nationale (les bruns, les oméga, les biologiques, les Excellent, les Sélect, etc.), ce qui permettait aux consommateurs de savoir d'où provenaient la majorité de leurs œufs.

Depuis quelques années, les chaînes d'alimentation ont décidé de s'accaparer presque tous nos produits de spécialités, ce qui ne laisse plus beaucoup de visibilité sur le marché pour notre entreprise. Les consommateurs savent de moins en moins d'où proviennent leurs œufs car les produits de marque Mérite, Compliments, Le choix du président et autres peuvent être emballés n'importe où au Canada sans que le consommateur en soit informé.

Nous sommes inquiets car de plus en plus de centres de décision sont transférés à l'extérieur du Québec, soit en Ontario et aux États-Unis. Nos produits sont de moins en moins identifiés puisque emballés dans des marques maison qui ne réfèrent aucunement à l'identification du produit en fonction de sa production géographique.

Dans l'avenir, est-ce que les acheteurs extérieurs du Québec, principalement de l'Ontario, favoriseront leurs fournisseurs locaux en négociant des rabais volume incluant une distribution dans les supermarchés du Québec?

Comment fera-t-on pour promouvoir les produits locaux quand la marque maison des chaînes d'alimentation aura été fabriquée ou emballée n'importe où au Canada ou à l'extérieur du Canada, et ce, sans que le consommateur puisse en connaître la provenance?

Il y a eu plusieurs campagnes de sensibilisation à l'achat de produits du Québec mais sans grand succès car nos clients, les chaînes d'alimentation, n'ont pas soutenu les campagnes de promotion en général. Comment peut-on différencier les œufs du Québec ou tout autre produit alimentaire dans des boîtes de marque maison?

### **Nutri-Oeuf demande à la Commission :**

-Que le gouvernement soutienne la décision de la table filière des œufs de consommation de mettre en place par voie réglementaire le programme de traçabilité des œufs de consommation produits au Québec.

-Que le gouvernement légifère pour obliger l'ajout d'un logo sur tous les emballages afin que les consommateurs reconnaissent les produits du Québec. Si on opte pour une identification volontaire, l'échec est assuré.

-Que des lois soient adoptées afin de mieux informer et protéger les consommateurs. Il nous semble que les consommateurs seraient en droit de connaître d'où provient sa nourriture car plusieurs produits perdent de la qualité en parcourant de très grandes distances.

-Que l'inscription du nom de l'entreprise qui a emballé son produit dans une marque maison soit obligatoire. Cette obligation pourrait s'appliquer uniquement aux produits alimentaires. Actuellement, l'identification des marques maison mentionne uniquement que le produit a été emballé pour une telle chaîne située à Montréal, Toronto et Régina, etc.

-Que pour certains produits, le gouvernement exige qu'il n'y ait que la marque nationale par mesure de biosécurité. Un produit contaminé dans une marque maison pourrait nuire énormément à tous les produits de cette marque maison.