



## Évaluation du marché potentiel du lapin halal

### Rapport

Présenté au

Syndicat des producteurs de lapins du Québec



Juin 2013

555, boul. René-Lévesque Ouest, Bureau 750, Montréal (Québec) H2Z 1B1

Tél: 514-393-1378 Fax: 514-284-1385

[www.marcon.qc.ca](http://www.marcon.qc.ca)

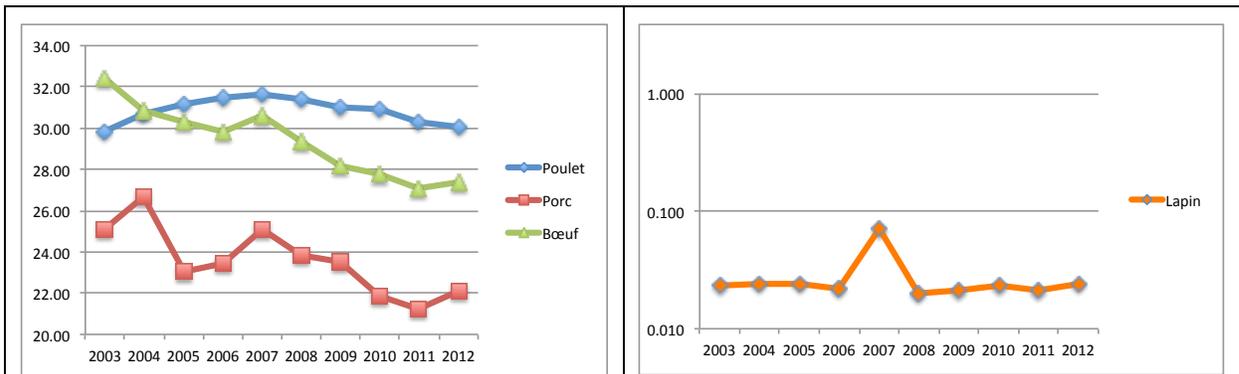
## TABLE DES MATIÈRES

1- CONTEXTE .....	3
2-OBJECTIFS .....	5
3- MÉTHODOLOGIE.....	6
4- RÉSULTATS DE RECHERCHE .....	7
5- CONCLUSIONS .....	17
6- RECOMMANDATIONS .....	19

## 1- CONTEXTE

Le lapin est un produit de niche, comparé au poulet, au porc et au bœuf. Les données de consommation annuelle par personne en font foi : 0,024 kg pour le lapin, comparativement à 30,03 kg pour le poulet, à 27,37 kg pour le bœuf et à 22,07 kg pour le porc en 2012<sup>1</sup>. Au Canada, le lapin représente seulement 0,03 % des volumes de viandes consommées<sup>2</sup>.

Tableau 1- Consommation annuelle moyenne par personne au Canada, en kilogrammes entre 2003 et 2012 – poulet, porc, bœuf versus lapin



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, à partir de données de Statistique Canada (incluant les Tableaux 002-0010, 002-0019 et 051-0001), 2013.

Comme le montre le tableau précédent, la consommation de viande de lapin est demeurée stable au cours de la dernière décennie. En comparaison, la consommation du bœuf et du porc a diminué et celle du poulet a augmenté, puis est redescendue au niveau d'il y a dix ans.

Dans un contexte où les débouchés de marché actuels limitent les possibilités d'expansion de la filière, de même que la rentabilité des entreprises, le Syndicat des producteurs de lapins du Québec (SPLQ) cherche à identifier de nouvelles opportunités.

Considérant le rôle croissant de l'immigration dans la démographie au Québec, le développement d'une offre spécifique pour ce segment du marché est pressentie comme un élément de solution à explorer. Le SPLQ se questionne sur l'opportunité de développer une offre de lapin halal pour la communauté musulmane.

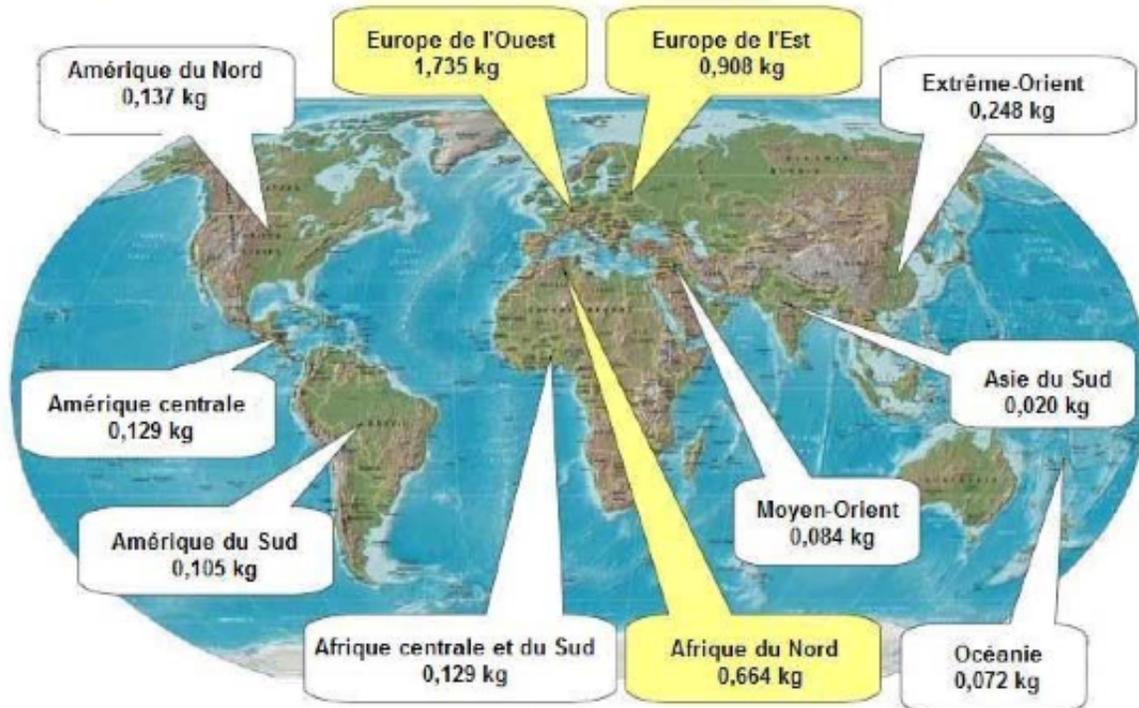
Certaines données rapportées dans la plus récente monographie de l'industrie cunicole québécoise (voir figure 1 à la page suivante) suggèrent une consommation

<sup>1</sup> Agriculture et Agroalimentaire Canada, à partir de données de Statistique Canada (incluant les Tableaux 002-0010, 002-0019 et 051-0001), 2013.

<sup>2</sup> Information fournie par Claude Fournier, Coordonnateur pour les élevages Grands gibiers, Équins, Cunicoles et Oiseaux fermiers, MAPAQ, mai 2013.

de lapin par personne près de 5 fois plus élevée dans les pays musulmans du nord de l'Afrique (Algérie, Tunisie, Maroc), qu'en Amérique du Nord.

Figure 1- Consommation de viande de lapin par personne en 2004<sup>3</sup>



Source : Données de l'Institut national de la recherche agronomique, La filière cunicole française (2006) citée dans Monographie de l'industrie cunicole au Québec, MAPAQ (2008).

Dans ce contexte, le SPLQ a mandaté la firme MARCON pour évaluer le marché potentiel du lapin halal, au Québec, ailleurs au Canada et dans le nord-est américain.

<sup>3</sup> L'Institut national de la recherche agronomique, un organisme situé en France, confirmait à MARCON en mai 2013 que ces données n'ont pas été mises à jour depuis 2004.

## 2- OBJECTIFS

L'objectif général de l'étude vise à identifier de nouveaux débouchés pour assurer le développement et la rentabilité des entreprises de production, d'abattage et de transformation de la filière cunicole québécoise.

Les objectifs spécifiques suivants sont visés :

- Apprécier l'ampleur du marché halal au Québec, ailleurs au Canada et dans le nord-est américain; comprendre les stratégies à succès des entreprises alimentaires qui s'y investissent;
- Identifier la concurrence directe et indirecte, l'ampleur des organisations et leur rayonnement;
- Identifier les clientèles susceptibles de s'intéresser à la viande de lapin halal. Connaître les critères de choix et les exigences des acheteurs et des acteurs du réseau de distribution;
- Évaluer le potentiel en terme de volume et de rentabilité pour la filière cunicole;
- Formuler des recommandations stratégiques pour la mise en place et le déploiement de cette opportunité.

### 3- MÉTHODOLOGIE

La présente étude est appuyée par une collecte de données secondaires à partir d'internet ainsi que par la réalisation de 20 entrevues avec différents types d'entreprises : boucherie halal, grossiste en viandes halal, abattoir de lapin et organisme d'accréditation halal.

Voici la répartition des entrevues complétées :

*Tableau 2- Répartition des entrevues complétées par MARCON*

<b>Catégories d'entreprises</b>	<b>Entrevues téléphoniques</b>	<b>Entrevues en face-à-face</b>	<b>Total</b>
Boucherie halal	New York : 1	Montréal : 6 Québec : 4	11
Grossiste de viandes halal	New Jersey : 1 Ontario : 1	Montréal : 1 Québec : 1	4
Abattoirs	Ontario : 1	Québec: 3	4
Organisme d'accréditation halal	Ontario : 1		1
<b>Total</b>			<b>20</b>

Ces entrevues ont été complétées avec le propriétaire, le gérant ou le directeur général de l'entreprise.

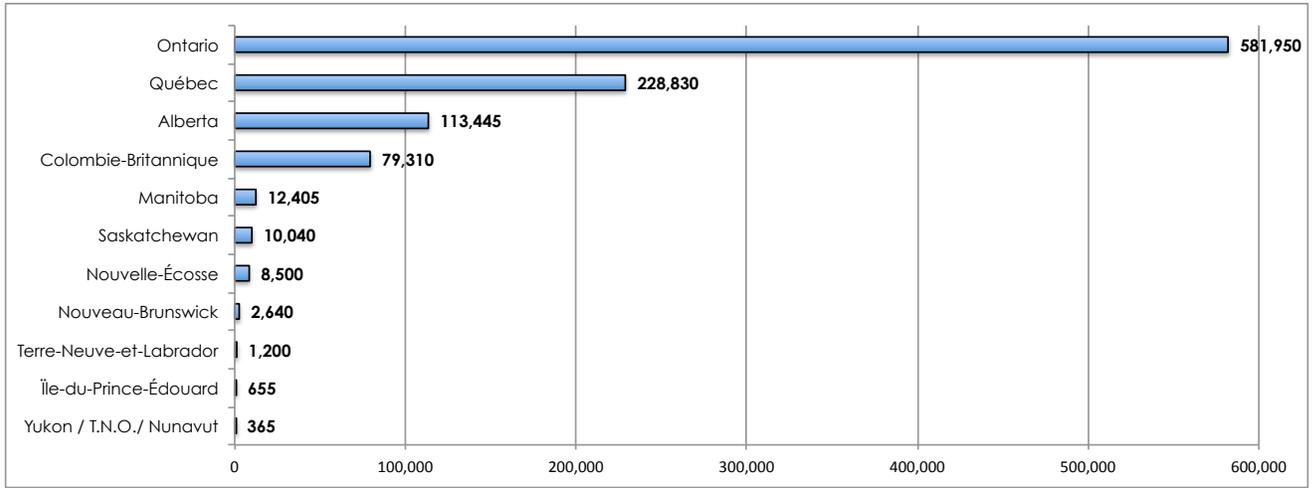
Un comité de travail chargé de suivre l'avancement des travaux a été impliqué par le biais de réunions et d'appels téléphoniques.

## 4- RÉSULTATS DE RECHERCHE

### 4.1- Les principales concentrations de musulmans au Canada et aux États-Unis

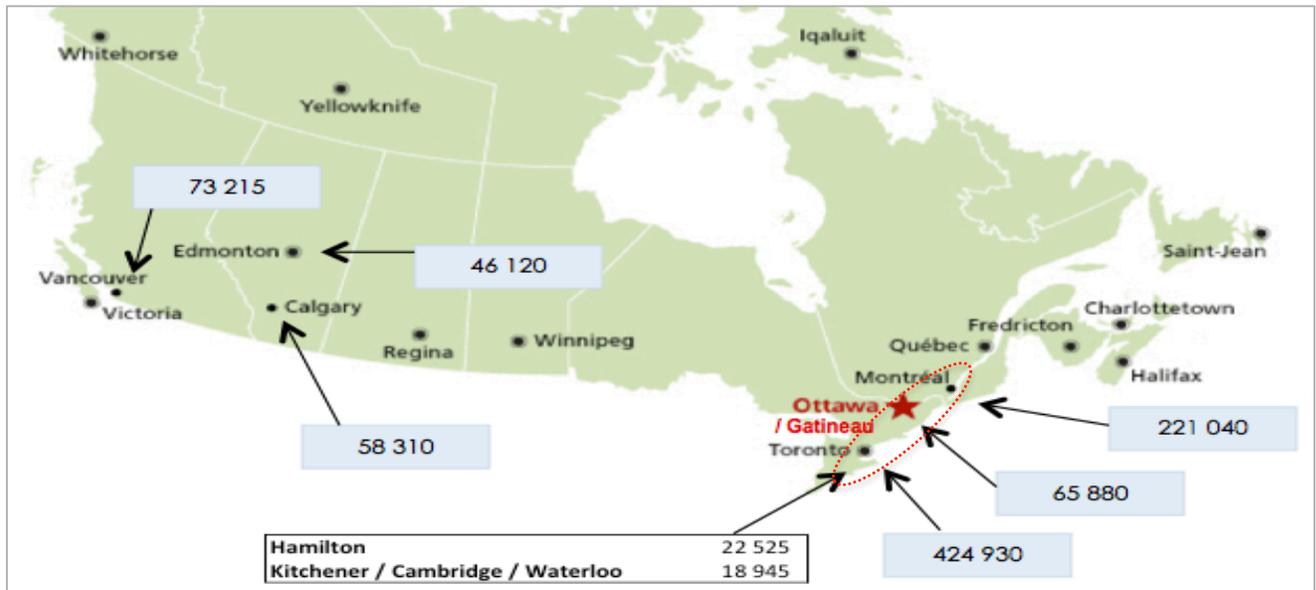
Le Canada compte une population d'un peu plus d'un million de musulmans<sup>4</sup> et leur nombre devrait croître de 9 % par an pour franchir la barre des 2,7 millions en 2030<sup>5</sup>. La répartition par province et par agglomération urbaine est présentée ci-dessous :

Tableau 3- Répartition de la population musulmane au Canada, 2011



Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011, Catalogue 99-010-X2011032, 2013.

Figure 1- Principales concentrations de la population musulmane au Canada, 2011



Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011, Catalogue 99-010-X2011032, 2013.

<sup>4</sup> Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011, Catalogue 99-010-X2011032, 2013.

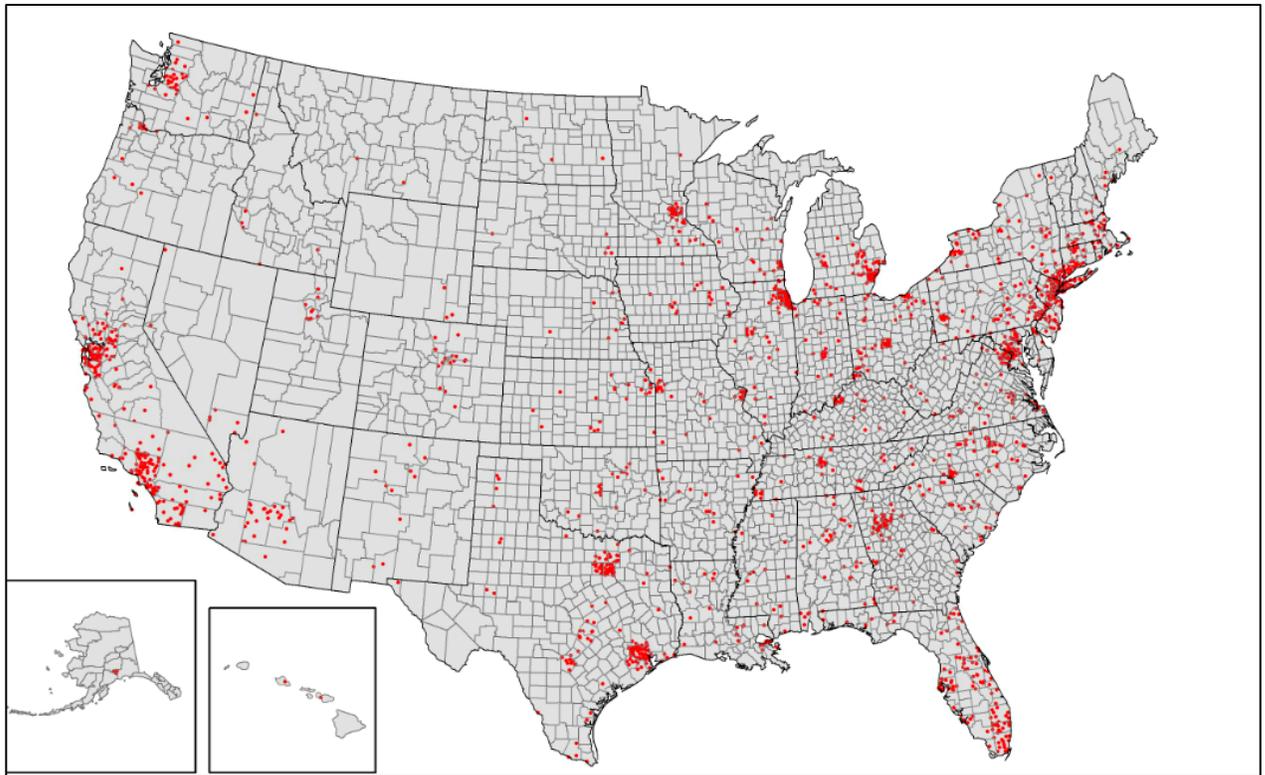
<sup>5</sup> The Pew Forum on Religion & Public Life, The Future of the Global Muslim Population, January 2011.

Au Canada, on remarque que les musulmans sont principalement concentrés dans les provinces de l'Ontario et du Québec. La très grande majorité vit en milieu urbain dans le couloir comprenant les agglomérations urbaines de Kitchener / Cambridge / Waterloo, Hamilton, Ottawa / Gatineau et Montréal. Près des trois-quarts de la population musulmane du Canada s'y trouve.

En l'absence de données précises sur le nombre de musulmans aux États-Unis, le Pew Research Center estimait leur nombre à 2,6 millions en 2010 et celui-ci devrait croître de 7 % par an pour franchir les 6,2 millions en 2030<sup>6</sup>.

La carte suivante de l'Association of Statisticians of American Religious Bodies offre la meilleure évaluation de la répartition géographique de la population musulmane américaine par État.

Figure 2- Principales concentrations de la population musulmane aux États-Unis, 2010



Source : Association of Statisticians of American Religious Bodies, 2010 U.S. Religious Census, Religious Congregations & Membership Study, 2012.

Aux États-Unis, les musulmans sont principalement concentrés dans les agglomérations urbaines de New York/Newark, Los Angeles, San Francisco, Détroit, Chicago, Houston et Dallas.

<sup>6</sup> The Pew Forum on Religion & Public Life, The Future of the Global Muslim Population, January 2011.

#### 4.2- Les exigences et les pratiques relatives à la viandes halal

Le Coran, le livre sacré de l'Islam, encadre les diverses facettes de la vie des musulmans, un peu à la manière d'un code civil. On y prescrit entre autres les aliments autorisés (halal) et ceux interdits (haram).

Abattre un lapin halal implique de se conformer aux consignes suivantes :

1. Le centre d'abattage doit être sous l'étroite et constante surveillance d'un certificateur halal.
2. L'abattage halal doit être conduit par un adulte musulman pieux et sain d'esprit qui comprend parfaitement les principes et les conditions à respecter.
3. L'animal doit arriver vivant et en santé à l'abattoir.
4. Le bien être de l'animal est de la plus haute importance. Il ne faut pas le faire souffrir avant et pendant l'opération d'abattage (pas de chocs électriques).
5. L'animal doit être tué à l'aide d'une incision rapide et profonde au niveau du cou. La trachée, l'œsophage et la veine jugulaire doivent être sectionnés conformément à la loi de la Sharia<sup>7</sup>. L'animal ne doit pas voir le couteau qui le tuera.
6. L'acte d'abattage doit se faire en prononçant le nom de Dieu : Au nom d'Allah.
7. Le boucher doit laisser le sang de l'animal s'écouler des veines pendant une dizaine de minutes, afin d'enlever toutes les impuretés qui s'y trouvent.
8. L'animal doit être complètement mort avant de procéder au dépouillement.
9. Lors de la découpe de l'animal, des travailleurs musulmans doivent être présents au moment du retrait et de la séparation des organes de l'animal abattu.
10. La viande halal doit, enfin, être conservée séparément de la viande non halal, durant l'entreposage, le transport et la vente.

Certains principes relatifs à la consommation alimentaire s'appliquent également. Seuls les animaux de pâturage avec sabots fendus, ainsi que certaines volailles sont autorisés. Le porc, les animaux carnivores, les oiseaux de proie sont défendus, et donc considérés haram. De même, le sang de l'animal ne doit pas être consommé. Le lapin figure parmi les viandes pouvant être consommées par les musulmans, à condition d'être abattu halal.

---

<sup>7</sup> Le terme de la Sharia pour l'abattage halal est le *Dhabiha*.

Un sondage<sup>8</sup> réalisé en 2011 montre que 95 % des Canadiens musulmans considèrent « important » ou « très important » que la viande consommée soit halal. Selon cette étude, 92,5 % confirment consommer des viandes rouges certifiées halal, contre 88,1 % dans le cas des volailles. Selon le Halal Monitoring Authority<sup>9</sup>, l'abattage mécanisé du poulet peut être qualifié de halal, à condition que le nom d'Allah soit prononcé par un musulman lors de l'abattage. Il semble que dans la pratique, plusieurs musulmans interprètent ceci comme une application plus souple du halal dans le cas du poulet, ce qui pourrait être à l'origine de l'écart observé.

Au Canada et aux États-Unis, plusieurs organismes de certification sont reconnus. Leurs logos sont apposés sur l'emballage du produit pour attester que la viande est halal. Les principaux sont identifiés au tableau suivant :

Tableau 4- Les principaux organismes d'accréditation halal en Amérique du Nord

		
Certification Halal Montréal (Longueuil, Québec)	Halal Monitoring Authority (Toronto, Ontario)	Islamic Society of North America Halal Certification Agency (Mississauga, Ontario)
		
Halal Food Council International (Salisbury, Maryland)	Islamic Food and Nutrition Council of America (Park Ridge, Illinois)	Islamic Services of America (Cedar Rapids, Iowa)

Dans les faits, des problèmes de contrefaçon sont rapportés aux États-Unis. Il y a quelques semaines, Ena Meat Packing du New Jersey (le plus important abattoir de viande halal de l'est des États-Unis) dénonçait le fait qu'environ 60 % des volumes vendus à titre de viande halal ne le seraient pas<sup>10</sup>. Les contrôles post-abattage insuffisants des organismes de certification halal sont mis en cause.

<sup>8</sup> MarkEthnik, 2011

<sup>9</sup> Machine-Slaughtered Meat, Halal Monitoring Authority, hma.jucanada.org, 2013

<sup>10</sup> [www.halalfocus.net](http://www.halalfocus.net), USA : Muslims having problem in halal meat in US, 7 mai 2013.

### **4.3- Les lieux de vente et les viandes halal proposées**

La très grande majorité des volumes de viandes halal transitent par le biais des petites boucheries halal indépendantes. Les musulmans privilégient ces commerces et accordent une confiance absolue à leur boucher. On va jusqu'à considérer qu'à travers lui, s'exprime la voix de Dieu. Si le boucher croit à un produit et le recommande, on peut s'attendre à ce que le client musulman l'intègre à son alimentation. Le boucher halal ne peut en aucun cas manquer à son devoir d'honnêteté quant à l'authenticité du produit halal proposé. Sinon, il risque le rejet de sa communauté s'il est dévoilé.

Les boucheries halal comptent généralement une petite superficie de vente. Dans certains cas, on y trouve une section restaurant où on peut consommer des plats cuisinés sur place.

Paramount Butcher Shop est un cas d'espèce au Canada. Il s'agit de la seule chaîne de boucheries halal (4 magasins et bientôt 5 dans la région métropolitaine de Toronto). On propose une offre de qualité supérieure, tant au niveau du produit, de la propreté du magasin que de la présentation du produit et du service. En complément à la boucherie, on exploite un restaurant adjacent, Paramount Fine Foods.

L'offre des boucheries halal se résume surtout à l'agneau, au bœuf (incluant le veau) et au poulet. Plusieurs proposent aussi la caille. On privilégie le produit frais. Habituellement, la viande offerte provient directement de l'abattoir et dans tous les cas, il s'agit d'une viande qui n'a pas été vieillie.

À Montréal, quelques boucheries proposent le lapin halal congelé sur commande spéciale. On avance qu'il s'agit d'un produit local mais le nom du fournisseur est gardé confidentiel. Ceci est en contradiction avec l'information recueillie de tous les autres interlocuteurs interrogés qui affirment que le lapin halal n'est pas commercialisé au Québec, ni ailleurs au Canada ou aux États-Unis.

À New York, une alternative aux boucheries halal s'est développée : l'abattoir artisanal halal. Le client a le loisir de choisir l'animal et de le voir se faire abattre. Pour les musulmans, ceci leur permet de constater que la viande est bel et bien halal. On confirme que ces abattoirs attirent aussi des non-musulmans, en particulier les Espagnols qui eux recueillent le sang pour le cuisiner. Cette formule revient plus cher au consommateur que d'acheter la viande à la boucherie halal.

Quelques chaînes alimentaires spécialisées ont investi le marché halal. Au Québec, les supermarchés Adonis (propriété de METRO) commercialisent des produits de viande halal transformés (saucisse et mortadelle de poulet, viande hachée de bœuf). La chaîne compte 5 points de vente dans la région métropolitaine de Montréal.

Aux États-Unis, Whole Food Markets courtise la clientèle musulmane. On offre des produits surgelés à base de poulet halal. La chaîne compte 180 magasins aux États-Unis (incluant 18 dans l'agglomération métropolitaine de New York).

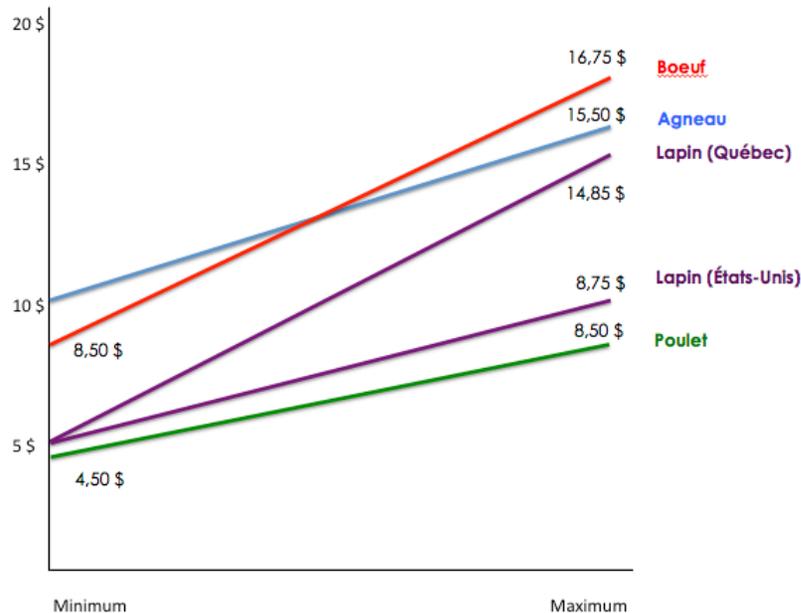
#### 4.4- Le prix cible à rencontrer pour le lapin halal

Les prix de la viande dans les boucheries halal sont généralement très concurrentiels par rapport à l'offre des chaînes alimentaires. Ceci tient à plusieurs raisons :

- **L'importance du prix** : mis à part la certification halal, le prix est de loin le principal critère d'achat de la viande, nettement plus important que parmi les consommateurs non-musulmans. (On est peu sensible aux attributs de la viande de lapin pouvant amener à commander un prix plus élevé : faible teneur en gras et en sodium, facilité à digérer, forte teneur en calcium et en phosphore. Le consommateur musulman préfère une viande persillée);
- **Les marges pratiquées sont modestes** : l'information recueillie suggère que les boucheries halal ne semblent pas toutes avoir une maîtrise de leur prix de revient. Les marges appliquées tendent à être faibles et à s'adapter à la sensibilité du consommateur au prix;
- **Achats directs auprès de l'abattoir** : les boucheries halal achètent habituellement directement de l'abattoir, afin de se faire livrer un produit frais. Ceci élimine les frais d'un intermédiaire.

Le tableau suivant permet de comparer le prix de détail de l'agneau, du bœuf et du poulet dans les boucheries halal avec le prix cible du lapin halal.

Tableau 5- Comparatif du prix des viandes dans les boucheries halal (\$/kg)<sup>11</sup>



Les prix de détail du poulet, du bœuf et de l'agneau sont comparables dans les marchés du Québec et de New York.

<sup>11</sup> À titre de comparatif, la boucherie halal interrogée qui propose le lapin halal l'offre à 12,50\$ le kilogramme. En complément, les boucheries du Québec qui vendent la caille, l'offrent à 11\$ la caisse de 12 cailles et non au kilo.

Le prix cible du lapin halal se situe au dessus de celui du poulet, mais en-deça de celui de l'agneau et du bœuf.

Le grossiste Greenland Halal Meat & Grocery confirmait se faire offrir le lapin halal d'Espagne ou de France au prix de 5,60 \$/kg et de Chine au prix de 3,41 \$/kg, livré aux États-Unis. Ceci teinte grandement le prix potentiel du lapin halal et explique probablement pourquoi il est plus faible à New York/Newark qu'à Montréal.

La Chine qui est déjà le plus important producteur de lapins a le potentiel de devenir un concurrent redoutable. En 2012, les grands producteurs de lapins de Chine ont acheté une génétique de lapin supérieure de la société Hycole de France. Celle-ci permet de réduire de façon importante les quantités de nourriture et d'antibiotiques requis.

#### **4.5- Le potentiel de développement du lapin halal**

Parmi la population musulmane, on confirme un potentiel plus important pour le lapin halal auprès d'immigrants récents originaires d'Algérie, du Maroc, de la Tunisie et d'Égypte. Ceci s'explique par le fait que la viande de lapin fait partie des habitudes alimentaires de ces pays.

Parmi les boucheries montréalaises interrogées, celle qui confirme offrir du lapin halal en vend à 1 ou 2 clients par mois. Les autres confirment recevoir autour de 2 demandes de clients par mois, voir parfois jusqu'à 30 demandes par mois<sup>12</sup>.

Flintshire Farms située en Ontario s'est retirée de l'abattage halal. L'entreprise devait faire venir du personnel musulman de Toronto, à trois heures de route et pour une production restreinte. En plus des coûts liés à la certification halal, abattre halal impose de réduire de 25 % la cadence de production. Pour toutes ces raisons, on préfère se concentrer sur le lapin conventionnel. Flintshire Farms confirme recevoir à l'occasion des demandes pour le lapin halal, presque toujours de boucheries de la région montréalaise.

Certaines boucheries halal attirent une clientèle de récents immigrants originaires d'Europe à leurs commerces, et en raison de la rareté de l'offre du lapin conventionnel, on estime réaliste de les intéresser au lapin halal.

La plupart des boucheries interrogées se montrent réceptives à offrir le lapin halal. Toutes éprouvent de la difficulté à en chiffrer le potentiel de vente.

Deux des grossistes interrogés se sont montrés intéressés à s'approvisionner en lapin halal provenant du Québec. Un premier, couvrant le marché de Montréal estime être en mesure de vendre entre 420 à 700 lapins halal entiers par semaine sur ce territoire auprès de boucheries halal. Sur une base annuelle, ceci pourrait représenter entre 21 840 et 36 400 lapins.

Un deuxième couvrant les États de New York, du New Jersey, de la Pennsylvannie, la Virginie et la Floride (partiellement) se dit présentement à la recherche d'un

---

<sup>12</sup> Ceci concerne des boucheries halal situées au Québec.

fournisseur de lapin halal. Il aimerait passer une première commande de 6 000 lapins<sup>13</sup> pour tester le marché. Par la suite, on s'attend à commander un minimum de 1 200 lapins par semaine. Ceci doit toutefois être confirmé suite à la première commande. Sur une base annuelle, ceci pourrait représenter 67 200 lapins. (Ces volumes sont conditionnels à la possibilité de respecter un prix de détail inférieur à l'agneau et au bœuf et se rapprochant de ceux de la viande de lapin halal importée).

Le tableau suivant permet de comparer ces volumes avec un calcul de la demande potentielle relatif aux agglomérations où se concentrent les principales populations musulmanes au Canada et du nord-est des États-Unis.

Tableau 6- Estimation de la demande de lapin halal dans les marchés à l'étude

Régions métropolitaines de recensement	Population musulmane (Note 1)	Préférence pour le halal (Note 2)	Consommation par personne		Consommation totale (tonnes métriques par an)	
			Scénario A (Note 3)	Scénario B (Note 4)	Scénario A E =	Scénario B F =
			C	D	A x B x C	A x B x D
- Montréal	221 040	95%	0,024 kg	0,137 kg	5 039,7	28 768,4
- Toronto	424 930	95%	0,024 kg	0,137 kg	9 688,4	55 304,6
- Ottawa/Gatineau	65 880	95%	0,024 kg	0,137 kg	1 502,1	8 574,3
- Hamilton	22 525	95%	0,024 kg	0,137 kg	513,6	2 931,6
- Kitchener / Cambridge / Waterloo	18 945	95%	0,024 kg	0,137 kg	431,9	2 465,7
- New York/Newark, NY-NJ-CT-PA	700 000	95%	0,024 kg	0,137 kg	15 960,0	91 105,0
<b>Total</b>					<b>33 135,7</b>	<b>189 149,6</b>

Note 1: Statistique Canada, Données du recensement de 2011, 2013  
New York Foundation, New York's Diverse Muslim Community, 2009.

Note 2: MarkEthnik, 2011

Note 3: Consommation moyenne par personne au Canada en 2012 selon Statistique Canada

Note 4: Consommation moyenne par personne en Amérique du Nord en 2004  
(selon l'Institut national de la recherche agronomique (France))

En considérant que chaque carcasse de lapin comprend 1,2 kg de viande<sup>14</sup>, le scénario A générerait un volume de production annuel additionnel de 27 610 lapins. Ceci correspond à une consommation moyenne par personne de 0,024 kg<sup>15</sup> de lapin halal parmi les musulmans dans les marchés à l'étude.

En comparaison, le scénario B se traduirait par une production annuelle supplémentaire de 157 666 lapins. Ceci correspond à une consommation moyenne par personne de 0,137 kg<sup>16</sup>.

Le tableau suivant précise le calcul du prix de revient du lapin halal du Québec.

<sup>13</sup> Ceci correspond à 500 boîtes avec chacune 12 lapins entiers sans tête.

<sup>14</sup> Information fournie par le SPLQ

<sup>15</sup> Correspond à la consommation moyenne au Canada calculée par Statistiques Canada en 2012.

<sup>16</sup> Correspond à la consommation moyenne en Amérique du Nord calculée par L'Institut national de recherche agronomique (France) en 2004.

Tableau 7- Calcul du prix de revient du lapin halal du Québec

Composantes du prix	Scénario petit lapin (2 kg)	Scénario lapin conventionnel (2,36 kg)
- Prix au producteur (Note 1)	6,60 \$	7,76 \$
- Frais d'abattage (Note 2)	4,00 \$	4,00 \$
- Certification halal:		
Portion des frais fixes mensuels (Note 3)	0,01 \$	0,01 \$
Main d'œuvre (Note 4)	0,12 \$	0,12 \$
Étiquette par animal (Note 5)	0,03 \$	0,03 \$
- Emballage (Note 6)	0,51 \$	0,51 \$
- Transport (Note 7)	0,67 \$	0,67 \$
<b>Prix au grossiste</b>	11,94 \$	13,10 \$
- Marge du grossiste (Note 8)	+10% à +20%	+10% à +20%
<b>Prix au détaillant</b>	13,13 \$ à 14,33 \$	14,41 \$ à 15,72 \$
- Marge du détaillant (Note 9)	+10 % à +35 %	+10 % à +35 %
<b>Prix au consommateur</b>	14,44 \$ à 19,35 \$	15,85 \$ à 21,22 \$
<b>Prix de la viande le kilo pour le consommateur (Note 10)</b>	16,04 \$ à 21,50 \$	13,21 \$ à 17,68 \$

Note 1: Le prix de 7,76 \$ est celui de la convention de mise en marché du lapin de chair de la FPLQ pour le lapin de poids standard. Le prix de 6,60 \$ correspond à un lapin plus petit de 2 kg à 2,15 kg.

Note 2 : Hypothèse fournie par le SPLQ

Note 3: Basé sur un frais fixe mensuel de 250 \$ amorti sur une production annuelle de 23 000 unités

Note 4: Basé sur un coût de main d'œuvre à 15\$ l'heure pour 8 heures amorti sur une production quotidienne de 1 000 unités

Note 5: Coût pour une étiquette standard

Note 6: Comprend la part du coût d'une boîte standard pour 6 unités (le sixième de 0,95\$) et le coût d'un sac en plastique individuel (0,35\$)

Note 7: Incluant le transport de l'animal vivant facturé selon le poids à raison de 0,07\$ le kilo pour un animal vivant de poids conventionnel de 2,36 kg et un frais de transport de la viande emballée au grossiste de 0,50\$ (basé sur un coût de 250\$ pour une palette comprenant 63 boîtes de 8 lapins)

Note 8: Information fournie par les grossistes interrogés

Note 9: Information fournie par les boucheries halal interrogées

Note 10: Basé sur l'hypothèse d'un petit lapin qui génère 900 grammes de viande et d'un lapin conventionnel offrant 1,2 kg de viande

Le tableau précédent permet de comparer le prix de revient pour les deux formats de lapin envisagés, soit le petit lapin de 2 kg et le lapin conventionnel de 2,36 kg.

Le premier offre l'avantage de coûter moins cher à produire. Ceci explique le prix inférieur de 15 % au producteur. Le frais d'abattage a été calculé à partir du coût habituel, majoré de 25 % pour tenir compte de la cadence de production moins rapide exigée par l'abattage halal. Les frais de certification halal, d'emballage et de transport ont été validés lors des entrevues.

Au final, le prix de revient du lapin halal au Québec est nettement plus élevé que celui du produit importé. Les validations de marché confirment qu'on ne peut espérer commercialiser le lapin halal à un prix guère plus élevé que ceux de la concurrence, surtout si les deux produits sont considérés comme égaux.

Dans l'ensemble des enquêtes réalisées, on a rarement vu autre chose qu'un produit indifférencié. Seul Paramount en Ontario semblait offrir un produit dit plus haut de gamme. La notion de lapin de niche ayant des caractéristiques différentes de celles du produit de commodité ne semble pas faire partie de l'environnement de la commercialisation halal.

## 5- CONCLUSIONS

Les musulmans au Québec, ailleurs au Canada et dans le nord-est des États-Unis forment un segment de marché en nette croissance et concentré géographiquement. Au Canada, cette communauté est principalement localisée dans les agglomérations urbaines de Kitchener / Cambridge / Waterloo, Hamilton, Ottawa / Gatineau et Montréal. Dans le nord-est américain, les musulmans se retrouvent principalement dans l'agglomération de New York.

La très grande majorité des musulmans consomment des viandes halal, tel que prescrit par le Coran. Ces achats se font dans les boucheries halal. Le consommateur musulman est avant tout un acheteur de prix, peu sensible aux attributs de la viande. Ceci se reflète dans les prix nettement plus bas des viandes des boucheries halal par rapport aux chaînes alimentaires.

Le lapin est dans les faits très peu consommé par les communautés musulmanes au Canada. Il s'agit d'un produit en marge des principales viandes consommées. Ce ne sont pas tous les musulmans qui ont le lapin dans leur 'culture' alimentaire. En fait, il s'agit plus des communautés en provenance de l'Algérie, de la Tunisie et du Maroc. Les personnes installées au Canada depuis longtemps et les générations nées ici n'ont pas systématiquement le lapin dans leur diète régulière. À cet effet, une promotion de produit serait nécessaire pour le repositionner dans les habitudes alimentaires des consommateurs.

Il existe un flou au niveau de la certification halal. Certaines boucheries affirment vendre du lapin halal en provenance du Québec alors qu'aucune organisation n'affirme en abattre au moment de cette étude. Deux hypothèses sont possibles : le lapin n'est pas abattu selon les exigences halal ou le lapin est abattu en accord avec les exigences halal mais dans des établissements sans permis d'opération.

Le lapin halal importé d'Espagne, de France et même de Chine est accessible aux grossistes à un prix défiant toute concurrence. Le prix consenti pourrait difficilement couvrir l'ensemble des frais pour élever, abattre, conditionner le produit et l'expédier en Amérique, surtout pour les pays européens où la structure du coût de production s'apparente à celle du Québec. Il y a lieu de s'interroger sur la légalité des ventes de lapins en provenance de l'Europe.

L'intérêt des grossistes interrogés aux États-Unis était conditionnel à l'offre d'un prix s'alignant sensiblement à celui de la concurrence, ce qui élimine à toutes fins pratiques les chances de percer ce marché pour les producteurs du Québec, si toutefois les conditions du marché restent les mêmes.

Dans cet environnement, le marché du lapin halal ne semble pas présenter une opportunité pour la filière cunicole québécoise. Le lapin halal du Québec serait continuellement à risque vis-à-vis de concurrents internationaux.

Le marché du lapin est très peu développé. En sus des coûts d'élevage, d'abattage et des commissions aux intermédiaires, il faudrait investir dans la promotion du produit pour espérer que la clientèle halal augmente sa consommation. Dans le contexte

actuel, il est peu probable que l'investissement sur le marché halal puisse représenter une stratégie profitable pour les producteurs de lapins du Québec.

## 6- RECOMMANDATIONS

Nos recommandations, suite à la réalisation de ce mandat, se détaillent de la façon suivante :

- Mettre de côté l'idée de commercialiser du lapin halal. Ce marché en est un de bas prix et n'offre pas des perspectives qui pourraient être avantageuses pour le lapin du Québec;
- Faire une enquête pour vérifier si des lapins en provenance d'Europe notamment, sont vendus au Canada aux mêmes prix que ce qui a été observé aux États-Unis. Si tel est le cas, il faudrait voir s'il ne s'agit pas de dumping;
- Dans le cas où la structure de prix serait réajustée, il est clair que le lapin du Québec pourrait trouver son compte sur le marché nord américain, les volumes vendus au Canada et aux États-Unis réunis justifient
- Faire une étude pour évaluer quelles seraient les conditions pour augmenter le volume de vente de lapin au niveau HRI, non seulement au Québec, mais ailleurs au Canada et/ou aux États-Unis. Il s'agit ici d'investir sur des caractéristiques qui feraient en sorte de distinguer le produit de la concurrence, sur des variables qui pourraient intéresser les acheteurs des établissements à nappes blanches notamment. Le développement à succès des marchés de la restauration entraînent souvent des meilleures ventes au niveau détail;
- Développer le marché des coupes pour les ventes au détail afin d'une part de mieux valoriser le produit, et d'autre part de faire en sorte que le produit vendu à l'épicerie se rapproche plus des besoins des consommateurs en terme de grosseur des portions. À cet effet, un partenariat avec des entreprises déjà impliquées dans ce type de commercialisation serait idéal.