



MAI 2022

DANS CETTE ÉDITION :

- ➔ Promotion
- ➔ Services-conseils
- ➔ Mise à jour du plan stratégique sectoriel

Préambule

C'est une évidence, notre filière devra continuer à être résiliente devant les nouveaux défis qui semblent s'additionner sans arrêt. La sixième vague de COVID-19 désormais derrière nous, ce sont maintenant les poussées inflationnistes qui nous rattrapent. Le coût élevé des intrants et du transport de lapins vivants et transformés affecte la rentabilité de tous les maillons. Cette nouvelle réalité met au défi chacun de nous à dégager un revenu et à rester compétitif face aux autres protéines. Ces nouvelles contraintes rappellent la nécessité de préserver la qualité de nos échanges pour continuer à bâtir ensemble...

Maxime Tessier, président du SPLQ

Marcel Savoie, président de la Structure de concertation cunicole

1

Projet de promotion concertée de la filière cunicole

Nous sommes maintenant engagés dans le dernier droit de la campagne de promotion du lapin du Québec, ce qui permet de partager un aperçu des réalisations des phases 1 et 2. Tout d'abord, rappelons que les objectifs de la campagne sont d'influencer à la hausse les ventes, d'augmenter la notoriété du lapin et d'éduquer le consommateur.

La clientèle cible est âgée entre 30 et 55 ans, milieu aisé, famille et couple. Les attributs du lapin véhiculés dans le cadre de la campagne sont la qualité, la simplicité à cuisiner et la fierté d'être produit au Québec.

Les enjeux liés à l'offre de lapin qui sont observés sont la compétition entre les différentes protéines animales et la nécessité de présenter le produit dans l'éventail de choix disponibles aux consommateurs.

Trois périodes ont été ciblées pour lancer la campagne, soit à l'automne 2021 ainsi qu'au printemps et à l'automne 2022. Au cours de la campagne, différents outils et stratégies ont été développés et mis en place, comme la publication de recettes originales dans le magazine 5-15 en plus de vidéos *stop motion* promues sur les médias sociaux et la campagne influenceurs en



partenariat avec cinq influenceurs créant une recette de lapin, dont les tagliatelles à la bolognaise de lapin, le lapin en cocotte, les papardelles au lapin et aux champignons, le lapin au romarin et le lapin à l'espagnol. Pour étendre la campagne sur les lieux de vente, des fiches recettes, des feuillets de vente destinés aux bouchers et des autocollants Lapin du Québec ont été développés et leur distribution est envisagée en automne 2022. La page Facebook [Lapin du Québec](#) et le site Web de la campagne [Festin de lapin](#) ont également été mis à contribution pour faire rayonner les efforts de la campagne.



Les activités de promotion de la phase 2 proposent une nouvelle recette dans le magazine 5-15 du mois de mai 2022 : [lapin au gingembre, coriandre et ail](#). Quatre des influenceurs ont également participé à l'amplification média pour intensifier la visibilité des recettes créées en début de campagne.

La phase 3 prévue pour octobre 2022 sera planifiée avec l'agence et les représentants du comité de pilotage au cours des prochaines semaines.

Services-conseils

Mme Catherine François, comme vous le savez, a pris en charge depuis quelques mois les activités de l'agence de vente. En plus d'assurer ce lien important avec les acheteurs et les producteurs, elle continue d'offrir des services-conseils aux producteurs de lapins pour les appuyer, notamment, avec la gestion de la qualité de l'eau, la gestion du poids avant la reproduction et la révision des procédés et des méthodes dans la fertilité.

Dans le contexte où les coûts d'opération des clapiers augmentent, les producteurs désireux de valider leurs pratiques ou d'améliorer leurs performances et d'obtenir des gains de productivité peuvent la contacter par courriel à catherinefrancois@outlook.ca ou par téléphone au 450-330-1985. À noter que les services de Mme Catherine François sont remboursables à 75 % par le Programme services-conseils du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

Mise à jour du plan stratégique sectoriel

Tel que convenu en réunion de filière en janvier dernier, une démarche pour mettre à jour le plan stratégique a été initiée par l'obtention d'une offre de service de la firme Forest Lavoie Conseil inc. L'obtention d'un plan stratégique sectoriel en plus de définir les enjeux de la filière, procure un accès au Programme de développement sectoriel, qui appuie la réalisation des actions



contenues dans les plans. Une demande en ce sens a été déposée au MAPAQ et nous attendons sous peu la réponse.

Des retombées tangibles pour toute la filière

Le dernier plan stratégique a permis l'embauche d'un agent de développement chargé d'accompagner la mise en œuvre du plan. Sa présence est à l'origine du projet de services-conseils, qui propose aux producteurs les services techniques de Mme Catherine François. Il est aussi à l'origine de l'obtention des fonds de promotion du MAPAQ. Il importe de souligner que notre travail en filière a été un facteur important dans la décision du MAPAQ d'accorder 125 000 \$ pour le développement de la campagne de promotion du lapin du Québec actuellement en cours.

Un exercice minceur

La mise à jour du plan plutôt qu'un exercice plus élaboré a été retenue par la Structure de concertation cunicole. L'argument principal évoqué est que la majorité des priorités du plan précédent demeure d'actualité. L'environnement d'affaires, ayant cependant beaucoup changé à la suite des deux années de pandémie et de l'inflation qui s'installe, impose une nouvelle réalité qui affectera les approches et les moyens adoptés par la filière. À la différence du dernier plan, la capacité d'échange entre les maillons s'est grandement améliorée et ceci devrait avoir un effet bénéfique sur la pertinence de cette version mise à jour. Le nouveau plan qui fera place aux préoccupations des acheteurs et des producteurs devrait être complété à la fin de l'automne 2022.

*Stephen Côté, agr.
Consultant et agent de développement*

3

Le projet d'agent de développement pour l'amélioration de la coordination sectorielle cunicole est financé par le Partenariat canadien pour l'agriculture.

 PARTENARIAT
CANADIEN pour
l'AGRICULTURE

 Canada Québec 