

## Mettez de la stratégie dans votre élevage

**Auteur (s) :** Christian Pelletier, agronome MAPAQ, Direction régionale Bas St-Laurent,

<http://www.agr.gouv.qc.ca>

**Paul Belzile, technologiste agricole, PATBQ**

**Jacques Lavoie, technologiste agricole, PATBQ**

Pour commentaires : [christian.pelletier@agr.gouv.qc.ca](mailto:christian.pelletier@agr.gouv.qc.ca)

Dernière révision le : Octobre 1996

---

### 1. INTRODUCTION

*L'état remet en question ses interventions subsidiaires.*

*Le consommateur remet en question ses habitudes alimentaires.*

*L'éleveur doit aussi remettre en question ses façons de faire.*

C'est dans ce contexte socio-économique que j'amorce cette réflexion sur l'élevage du bovin dans l'Est-du-Québec. Je vais soulever des modèles concernant l'élevage qui semblent bien ancrés pour certains, mais qui méritent d'être révisés.

Je vais toucher vos motivations, débusquer quelques contradictions du marché, nuancer quelques vieux concepts d'amélioration génétique, chambouler la régie, etc. Je risque de chatouiller la susceptibilité de quelques-uns, de soulever la controverse. Tout cela, parce que l'élevage a rarement été placé dans une perspective de stratégie à la ferme ou en région.

## 2. OBJETS DE STRATÉGIE

### 2.1 Objectifs d'élevage

Il importe d'abord de définir clairement nos objectifs d'élevage. Ceux-ci doivent être à la fois compatibles avec vos objectifs personnels (vos goûts) et les objectifs sociaux (efficacité, qualité, rentabilité).

Cette prise de position déterminera l'orientation que vous donnerez à votre entreprise.

*C'EST AVOIR UNE VISION DE CE QUE SERA*

*VOTRE ÉLEVAGE DANS L'AVENIR*

C'est très très très important. C'est votre source de motivation. C'est ce but qui vous donne le goût de faire le quotidien de votre troupeau.

Je vous signale que dans le Bas-Saint-Laurent, 60 % des entreprises vache-veau comptent moins de 25 vaches. Il est bien évident que la plupart d'entre elles tirent leur revenu familial d'une source autre que leur élevage. L'objectif de ces petites unités n'est sûrement pas le même que pour ceux qui aspirent en vivre.

Il y a donc, dès le départ, un impact majeur sur la dimension de l'élevage. Il y en aura aussi sur tous les autres objets qui structurent une régie d'élevage.

La motivation, c'est connaître pourquoi on s'adonne à l'élevage. L'objectif, c'est connaître qu'est-ce qu'on désire faire avec cet élevage, où on va.

Alors, avant d'aller plus loin, je pose la question :

## *AVEZ-VOUS UN OBJECTIF D'ÉLEVAGE ?*

Vous pourriez répondre : 25 vaches, 50 vaches, 100 vaches, 200 vaches..., être naisseur-finiisseur, être éleveur d'élite, produire une viande haute qualité, etc, etc...

### 2.2. Éléments de stratégie

La stratégie est la mise en œuvre d'actions coordonnées de manière à atteindre les objectifs. Ce sont les moyens à prendre, le comment faire. Les éléments de stratégie sont nombreux. Ceux qui seront traités sont : la mise en marché, la génétique, la régie de reproduction, la régie d'alimentation, la régie de la santé.

Je pose une nouvelle question :

## *QUELLE EST VOTRE STRATÉGIE D'ÉLEVAGE ?*

Est-elle basée sur :

- les aléas climatiques ?
- votre gérant de banque ?
- les contraintes de votre travail extérieur ?
- les compensations de l'ASRA ?

Une stratégie sera efficace si, et seulement si, on vise des objectifs clairement définis et si on utilise les éléments de gestion d'une façon éclairée.

### 3. LE PRODUIT

#### 3.1 Le marché

Commencer en pensant, c'est renverser de vieilles habitudes de bien du monde. Très souvent, on produit d'abord et on pense ensuite à vendre. Si le produit ne convient pas, on en obtient un prix dérisoire et on est très déçu. Il importe donc de connaître les besoins et les exigences des futurs clients. Ainsi, en se fixant des objectifs d'élevage, on cible en même temps le marché où on désire écouler ce produit, c'est-à-dire les bêtes.

Au Québec, en élevage bovin, on reconnaît trois grandes catégories de marché, tel qu'illustré au schéma 1. Un éleveur peut vendre à d'autres éleveurs-naisseurs des animaux de reproduction, des veaux à des spécialistes de croissance ou de finition ou des bêtes finies à des consommateurs. Il existe des stratégies d'élevage bien spécifiques pour chacun de ces marchés.

En Europe, le marché de la viande bovine est très segmenté. On cherche à diversifier le produit afin de satisfaire le plus possible les goûts des consommateurs et d'exploiter tous les petits créneaux. Toutefois, cette pratique rend difficile l'application de normes de salubrité et de qualité. À l'opposé, en Amérique, on a tendance à uniformiser afin de faciliter la transformation, la distribution et l'inspection des aliments carnés. Ce qui limite la créativité dans la production et la présentation des viandes.

Le Québec, et particulièrement la région, vit un contexte nord-américain. On n'a pas le choix d'adapter la stratégie d'élevage en fonction des exigences immédiates. Cependant, il est possible, pour une collectivité d'éleveurs, d'influencer les choses. Ceux-ci doivent s'attendre à beaucoup de résistance auprès de leurs concurrents et même de la part de leurs pairs qui profitent déjà du système en place.

#### 3.2 Les animaux reproducteurs

Le marché des animaux reproducteurs peut être intéressant pour ceux qui parviennent à faire de belles bêtes et qui ont réussi à se faire reconnaître auprès des autres éleveurs. La majorité des animaux de remplacement sont encore élevés à la ferme. Toutefois, il y a quelques

années, les stations de testage de taureaux ont été mises en place afin de départager davantage les meilleurs sujets. Depuis peu, ce sont des centres d'élevage de génisses qui surgissent. Ces centres spécialisés permettent de mieux évaluer la valeur génétique, de favoriser le développement optimal et aussi de servir de « vitrine » afin de promouvoir encore plus les animaux de remplacement de haute qualité.

La qualité et la preuve de qualité du bétail reproducteur font partie du marketing employé par ce type d'éleveurs. C'est ce qu'ils doivent viser pour se tailler une place et attirer la clientèle. On pense d'abord aux animaux de race pure, mais il y a aussi une forte demande pour de bonnes femelles hybrides (F<sub>1</sub>) ou croisées.

On cherche à faire des animaux fertiles, qui donneront de bons veaux durant de nombreuses années.

### 3.3. Les animaux d'engraissement

Les veaux peuvent être vendus à des spécialistes de la croissance ou de la finition. Habituellement, l'éleveur les vend au sevrage (à 400, 500, 600 ou 700 lb) ou après la période de croissance appelée semi-finition (850 lb).

On cherche des veaux vigoureux, bien musclés et ayant un potentiel de croissance rapide.

Le marché du veau évolue rapidement. Les acheteurs favorisent de plus en plus des veaux plus développés, plus gros et plus âgés. Leur maturité les rend plus résistants aux maladies et plus aptes à digérer. Il en résulte une réduction du taux de mortalité et une reprise de croissance rapide. Ces veaux plus gros permettent aux parcs de finition d'établir une rotation plus rapide de leurs lots et de mieux rentabiliser leurs installations. Pour le vendeur, un sevrage plus tardif est intéressant car il permet de mieux utiliser le potentiel laitier de la vache. Il pointe graduellement une nouvelle catégorie de veaux destinés à l'engraissement : des veaux sevrés plus lourds, ayant subi une courte période de croissance sur l'entreprise vache-veau, possiblement traités contre les maladies et parasites. C'est une forme de pré-conditionnement revu et corrigé.

### 3.4 Les animaux d'abattage

Les animaux doivent être tués en abattoirs pour être commercialisés. Les réseaux de distribution et de vente habituels recherchent des carcasses classées A<sub>1</sub> pesant entre 550 et 749 lb. Toutefois, il est possible d'écouler la viande bovine sur d'autres marchés souvent plus profitables ou mieux adaptés aux conditions d'élevage d'une entreprise ou d'une région. La restauration, les boucheries spécialisées et la vente à des particuliers représentent des occasions d'affaires intéressantes. La carcasse que ces clients réclament est souvent fort différente de celles des grands marchés et nécessitent une régie de production adaptée.

### 3.5 Ajuster marché et stratégie

L'ajustement de la stratégie d'élevage aux besoins du marché semble simple au premier abord, mais ça peut parfois être difficile. Ça l'est, surtout lorsque les signaux sont contradictoires. La demande semble contradictoire dans certains cas, mais il faut comprendre pourquoi.

On limite la grosseur des carcasses car plusieurs abattoirs ne sont pas équipés pour traiter de grosses pièces. Alors, on pénalise le gros bétail en abaissant les prix. Par contre, certains abattoirs qui sont installés pour les manipuler apprécient en recevoir, surtout lorsqu'elles en font la découpe puisque l'efficacité du travail est accru et qu'ils profitent des réductions de prix. Il est plus facile de découper des grosses pièces remplies de viande et ils peuvent les réduire aux dimensions désirées par le consommateur.

À l'inverse, certains animaux de marchés nécessitent de petites carcasses non admises dans le réseau officiel.

La teneur en gras de la carcasse constitue un autre sujet à controverse sur le marché. La restauration recherche une viande dite « persillée » classée AA ou AAA afin de prouver une tendreté apparente à la viande. Par contre, le consommateur choisi des viandes maigres en magasin, car il cherche à réduire sa consommation en matière grasse. Il a été effectivement démontré que le persillage attendrit la viande. Toutefois, il n'affecte pas le goût de la plupart des muscles. De plus, un taux plus élevé de gras accentue le goût rance lorsque la viande est coupée ou hachée d'avance. Alors, comment s'accommoder de cette dualité du marché ? On rencontre deux besoins différents pour deux clientèles différentes.

Il existe aussi des courants sociaux, des modes, des convictions concernant l'alimentation qui peuvent affecter la consommation de viande bovine. Elles exercent, pour l'instant, une influence moins marquée sur le marché, mais elles représentent un potentiel à exploiter. Notons, à titre d'exemple, les consommateurs qui craignent certaines pratiques modernes d'élevages et qui cherchent des animaux élevés sans implants, sans additifs alimentaires, nourris avec des aliments aux allures saines comme les fourrages, etc.

Grasse et petite carcasse ; carcasse grasse et carcasse maigre ; voilà quelques variantes de la demande. Alors, je m'aventure à l'encontre des tendances qui centralisent et uniformisent et je vante la diversité de l'offre des produits. Pour y parvenir, il faut travailler sur la génétique, sur la régie et sur l'organisation de la mise en marché. Ce sont là les moyens tactiques, c'est-à-dire les techniques à utiliser.

### 3.6 La mise en marché

Si vous vendiez des veaux de 400 livres, il y a 10 ans, si vous les vendez à 400 livres aujourd'hui, et si vous prévoyez les vendre à 400 livres dans 10 ans, alors ne tracassez-vous pas avec la stratégie.

Jusqu'ici, nous discutons du produit en fonction de la demande. Il reste à traiter du mécanisme de mise en marché. Là, il y a une règle de marketing à respecter qui se résume ainsi : qualité, quantité, régularité et fiabilité.

La mise en marché débute par la décision de l'éleveur de vendre ou d'attendre. Il doit rechercher le moment opportun. L'animal devrait être vendu lorsque celui-ci correspond aux exigences du marché les plus avantageuses économiquement. Cela peut impliquer de retarder la vente jusqu'à ce que la bête atteigne le poids ou le degré de finition le plus payant. (Quelques exemples sont fournis aux tableaux 1 et 2). Cela peut impliquer des démarches pour négocier le prix. Cela peut aussi signifier de préparer votre animal pour le rendre plus attirant à l'acheteur (écornage, castration, etc). Cela peut représenter une plus value de 1¢, 5¢, 10¢ par livre, soit de 5 \$, 50 \$ et même 150 \$ de plus par tête. C'est très lucratif de travailler quelques heures ou même une semaine de plus pour retirer 500 \$, 5 000 \$ ou plus, clair.

Il est souvent difficile pour un éleveur isolé de suivre l'évolution du marché, d'offrir la quantité désirée, d'être régulier dans la vente et de faire la promotion de son produit. Il peut contrer

cette lacune en sachant profiter des services qui lui sont offerts par les organismes du milieu. Les encans, les coop d'abattage, les expos, les stations d'épreuves, en sont des exemples.

La stratégie doit être planifiée jusqu'à cette ultime étape. Il ne faut pas lâcher, se débarrasser des bêtes juste au moment où elles doivent rapporter.

#### 4. LES MOYENS TACTIQUES

Une bonne stratégie d'élevage inclut le recours à des outils, à des techniques, à la mise en place de structures qui permettent d'atteindre les objectifs d'efficacité et de développement.

La génétique animale, la régie d'alimentation, la régie de production et la régie de la santé diffèrent selon le marché visé. C'est pourquoi, il était important de le définir d'abord.

##### 4.1 La génétique

On travaille sur la génétique afin d'améliorer la machine animale. La régie sert, après coup, à l'exploiter le mieux possible.

TABLEAU 1 REVENU DES VEAUX SELON LEUR POIDS À L'ENCAN DU BIC (1996-09-11)

POIDS (LB)	PRIX MOYEN (\$/LB)	PRIX (\$/TÊTE)	DIFFÉRENCE	
			STRATE	CUMUL.
350	0,855	299	-	-
450	0,906	408	109	109
550	0,853	469	61	170
650	0,827	538	69	239
750	0,835	626	88	327
850	0,775	659	33	360

TABLEAU II : REVENU DES VEAUX SELON LES OPPORTUNITÉS DE  
POIDS ET DE DATE DE VENTE À L'ENCAN DE BIC

DATE	POIDS * (LB)	PRIX MOYEN (\$/LB)	PRIX TÊTE (\$)
PETITS ANIMAUX			
1996-09-11	450	0,906	408
1996-10-23	551		
1993-09-08	450	1,40	630
1993-10-20	551	1,26	694
GROS ANIMAUX			
1996-09-11	550	0,827	538
1996-10-23	751		
1993-09-08	650	1,27	826
1993-10-20	751	1,20	901

\* GMQ entre deux encans = 2,4 lb/jour

TABLEAU III RELATION ENTRE LE CLASSEMENT DES CARCASSES, LES PERFORMANCES

TECHNIQUES ET LES REVENUS DE VENTE - RÉSEAU ER-08 - 1993-1994

CLASSEMENT DES CARCASSES	POIDS (LB)		GMQ (LB/J.)		CARCASSE		REVENU PAR TÊTES (\$)
	DÉBUT	FIN	TOTAL	FIN	RENDEMENT (%)	PRIX (\$/LB)	
A	634	1 247	2,19	2,35	53,9	1,535	1 032
B <sub>1</sub>	639	1 264	2,11	1,99	54,3	1,438	987
B <sub>2</sub> B <sub>3</sub> B <sub>4</sub>	596	1 175	1,55	1,83	50,8	1,380	824

#### 4.1.1 Rôle de la régie

L'amélioration génétique sera nulle ou ne servira à rien si votre régie n'est pas adéquate. En partant de la formule générale - Production égale la génétique plus les effets environnementaux :  $P = G + E$ . La productivité restera basse ( $P = \text{petit}$ ) si les conditions environnementale ( $E$ ), c'est-à-dire la régie, sont médiocres, cela même si vos animaux sont génétiquement supérieurs ( $G = \text{grand}$ ). L'inconfort, le microbisme, une alimentation inadéquate, etc., réduisent les performances.

Les conditions environnementales se dressent souvent en obstacle à l'amélioration génétique. Un animal ne pourra pas exprimer son potentiel génétique s'il est soumis à des contraintes ou à des agressions du milieu. Ainsi, des vaches possédant une génétique supérieure peuvent être candidates à l'élimination pour des raisons qui ne concernent pas l'hérédité. Je cite, par exemple, une stérilité suite à une infection ; une faible capacité physique induite par une alimentation insuffisante durant la croissance ; des blessures, etc. Donc, en mauvaises conditions de régie (alimentation, reproduction, hygiène, sécurité et méthode de travail), il devient difficile de discerner entre un animal génétiquement inférieur et un animal affecté par des conditions environnementales. Dans de tels cas, le choix est hasardeux et le progrès génétique lent.

#### 4.1.2 Choix des reproducteurs

Le choix des taureaux est une décision extrêmement importante, car ils sont responsables de 50 % du bagage génétique de tous les veaux nés pour une année déterminée. Leurs influences se répercutent pendant plusieurs générations, si on garde des femelles de remplacement issues de ce géniteur, tellement qu'après 3 générations, on peut affirmer que ces taureaux sont responsables de 87,5 % de l'apport génétique, si aucun achat de femelles n'est effectué.

Un exemple de cet effet est illustré en annexe 1.

#### 4.1.3 Race ou croisement

L'orientation de l'élevage, vers la race pure ou le croisement et le choix d'une race ou d'un type de croisement dépendent d'une foule de choses. Les goûts et les aptitudes de l'éleveur

constituent des éléments importants à considérer. Le marché visé est aussi un critère qui doit guider la décision.

Il importe d'abord d'être conscient des objectifs de chacune des orientations. L'élevage en race pure permet d'effectuer l'amélioration génétique car les critères de races sont bien déterminés et le suivi généalogique bien rigoureux. Les croisements ou hybridations permettent de profiter au mieux des caractéristiques des races parentales et de profiter du gain génétique réalisé dans les troupeaux de race pure. Toutefois, l'amélioration génétique est inefficace en troupeaux croisés, les défauts génétiques étant masqués par l'hybridation, il est difficile de les éliminer et d'améliorer le cheptel par sélection.

Le choix d'une race ou d'un croisement devrait être effectué en fonction d'un marché bien spécifique. Par exemple, les animaux de souche anglaise (Hereford, Angus) finissent plus rapidement. Il en résulte que leur carcasse est plus petite et le persillage plus généralisé. Il y a toute une catégorie de restaurants qui recherchent ce type de carcasses. Par opposition, les animaux de souche d'Europe continentale, comme les Limousin, Charolais, Simmental, Blonde d'Aquitaine, produisent une carcasse plus musclée, moins grasse et souvent plus grosse. Le consommateur apprécie une pièce de viande sans gras. Il s'agit de deux marchés différents. Il est difficile de satisfaire à la fois l'une et l'autre. C'est compliqué pour le producteur et ça déplaît aux deux types de clients.

Il se dresse ici une remise en question qui s'adresse non seulement à l'éleveur, mais aussi à toute l'industrie bovine.

L'élevage en race pure facilite l'amélioration génétique. Il permet aussi de mieux cibler la clientèle en offrant des caractéristiques de viande bien démarquée. Par contre, il exige un suivi plus rigoureux du bétail.

L'élevage en croisement profite des avantages des races souches et du gain génétique. Il est plus profitable à court terme, mais il ne permet pas de progrès génétique. Les caractéristiques de carcasses étant moins fixées, la régularité de la qualité de la viande est plus difficile à respecter. Enfin, les hybrides sont souvent issus des sujets moyens à moins bons des troupeaux de race pure, si bien que malgré la valeur hybride, les performances ne dépassent pas celles des troupeaux souches.

Je n'ai pas de réponse définitive et précise à cette interrogation. Toutefois, pour une région comme la nôtre et pour les éleveurs imaginatifs, il y a probablement là une excellente occasion

de se démarquer et d'offrir des produits originaux. Bien sûr, il reste à explorer les créneaux de marché correspondant.

Que vous soyez en race pure ou en croisement, il importe de gérer votre élevage en fonction de son orientation. Par exemple, si vous investissez dans un troupeau pur-sang, vous devez avoir une stratégie correspondante à savoir : enregistrer les sujets, compiler les données de performances servant à évaluer vos animaux, garder et soigner les animaux reproducteurs les plus prometteurs, tester les taureaux en station, être actif auprès des associations et vous faire reconnaître les acheteurs potentiels, etc. De plus, vous devez bien comprendre le rôle de la race gardée, à savoir que votre mission consiste à améliorer les performances pour lesquelles elle est reconnue et recherchée. Si vous n'êtes pas prêts à tout faire cela, les animaux de race pure élite ne sont pas pour vous.

## 4.2 L'alimentation

L'alimentation est très importante de plusieurs façons.

L'alimentation constitue l'un des principaux coûts de production. Il importe donc d'obtenir des analyses d'aliments et d'établir un programme alimentaire au moindre coût. L'indicateur est le coût en dollars par livre de viande produite. La production d'un fourrage de haute qualité est une recommandation qui tient toujours.

L'alimentation permet d'utiliser le potentiel génétique des bêtes, de produire au moindre coût et d'améliorer davantage la machine animale.

L'alimentation est aussi déterminante pour la qualité de la carcasse. La teneur en protéines et en énergie influence grandement la rapidité de finition, la teneur en gras, le degré de persillage et la tendreté de la viande. En région, il est possible de finir des bouvillons avec des fourrages et des céréales locales, d'obtenir une carcasse d'excellente qualité à des coûts relativement bas (voir annexe 2). C'est une autre particularité régionale qui peut être utilisée pour développer de nouveaux créneaux de marché. Le ou les éleveurs désireux de profiter de cette occasion doivent d'abord planifier leur mise en marché, puis alimenter correctement leurs bêtes afin de pouvoir garantir l'authenticité de leur méthode à leurs clients.

### 4.3 La reproduction

La régie de la reproduction est un élément d'efficacité technique. En ce sens, l'intervalle entre vêlage et la saison de vêlage peut avoir une incidence marquante sur les performances technico-économiques. La régie appropriée constitue donc un élément stratégique.

La répartition des vêlages sur plus d'une saison permet, selon le cas de :

- améliorer les conditions environnementales des jeunes veaux ;
- réduire le taux de mortalité ;
- augmenter le gain de poids quotidien ;
- accroître l'espace de vêlage sans intervenir massivement dans la construction ;
- répartir les revenus sur plusieurs saisons ;
- profiter de plusieurs débouchés de marché

(Voir annexe 3)

Au niveau du marché, la régie de reproduction peut garantir une régularité d'approvisionnement aux clients. Des vêlages, à différentes époques de l'année, facilitent l'accès au marché.

### 4.4 L'hygiène et la santé

La santé est un élément très important dans la stratégie d'élevage.

Les animaux malades ou tout simplement inconfortables ne peuvent pas produire au plein rendement qu'on attend d'eux. Il importe donc d'adopter des mesures prophylactiques qui minimisent les risques et d'aménager l'environnement afin d'assurer leur bien-être.

### 4.5 Les outils

Il est important de se doter d'outils de travail qui permettent plus de rigueur dans la mesure des performances et plus de précision dans l'évaluation des animaux supérieurs.

Il existe aujourd'hui plusieurs outils de contrôle qui permettent de suivre l'évolution des champs et du cheptel animal. Ces outils constituent des éléments de référence précieux lorsqu'on désire analyser l'efficacité de production. Sans eux, c'est une stratégie aveugle qu'on applique. Malheureusement, trop peu d'éleveurs les utilisent vraiment. Il est inutile d'innover toutes sortes d'outils technologiques sophistiqués si les simples outils de base ne sont pas encore employés. Ils ne sont alors que de simples gadgets.

On reconnaît 3 systèmes : la mémoire du producteur, le système de fiches et le recours à l'informatique. Le schéma 2 illustre l'évolution historique de ces moyens de contrôle de la production.

#### 4.5.1 La mémoire du producteur

Ce système correspond surtout aux petites entreprises qui montrent généralement une faible productivité. Le producteur tente de se souvenir de tous les éléments survenus à ses animaux : vèlages, saillies, maladies, grosseur des veaux produits, qualité de la carcasse, quantité d'aliments consommés, etc.

C'est l'ancienne méthode, presque révolue. Avec l'augmentation du nombre d'animaux et de la diversité des éléments de régie, la mémoire humaine ne suffit plus.

## SCHÉMA 2

### ÉVOLUTION HISTORIQUE DES MOYENS DE CONTRÔLE DE LA PRODUCTION



#### 4.5.2 Le système de fiches

Ce système correspond normalement aux moyennes entreprises à bonne productivité. Les événements survenus dans le troupeau sont inscrits sur des fiches : saillies, vêlages, grosseur des veaux, prix de vente, qualité des carcasses, croissance, maladies, consommation alimentaire, qualité des aliments servis, rendements aux champs, etc. Ce qui soulage la mémoire du producteur. Cette pratique augmente aussi la précision des données et prolonge leur utilisation jusqu'à plusieurs années.

Le système de fiches, pour être efficace, doit être tenu quotidiennement, à mesure que les événements surviennent. Il doit aussi être disposé de façon à faciliter son utilisation. Idéalement, le dossier de chaque animal devrait être inséré dans une chemise individuelle et remisé par ordre alphabétique ou numérique dans un classeur.

#### 4.5.3 Le recours à l'informatique

Ce système correspond aux entreprises très structurées, moyennes ou grosses, qui recherchent le maximum d'efficacité. L'ordinateur complète actuellement le système de fiches. Il est appelé à le remplacer complètement dans l'avenir.

L'ordinateur permet d'emmagasiner encore beaucoup plus d'informations que les fiches, et surtout de les retrouver plus rapidement lorsqu'on en a besoin. Il permet aussi d'analyser plus rapidement, plus en détail et plus précisément toutes les données recueillies. Il incite aussi le producteur à plus de rigueur dans ses prises de données.

L'agriculteur peut recourir à un ordinateur commun, comme celui du PATBQ, l'Outil, etc. Il peut aussi posséder son propre micro-ordinateur. L'utilisation de l'ordinateur personnel est relativement récente sur l'entreprise agricole. Avec l'évolution technologique, apparaîtront des ordinateurs et des logiciels mieux adaptés aux besoins agricoles et aux techniques de production. La présence de l'informatique deviendra indispensable à la ferme, comme le tracteur...

#### 4.5.4 Quels outils choisir...

L'outil que le producteur doit choisir, c'est celui qu'il utilisera. En fait, trop souvent l'agriculteur investit du temps et de l'argent dans de bons outils qu'il consulte trop peu par la suite. Les outils

réputés efficaces, comme le PATBQ, le dossier des champs, la comptabilité et les rapports comptables, exigent du temps pour bien recueillir les données et à compléter les formulaires. Après cette première étape fastidieuse, il reste le plus important, mais le moins exigeant en temps, c'est l'analyse des résultats et l'ajustement de la régie ou de la gestion. Sans cela, les outils sont inutiles.

#### 4.5.5 Les outils dispensables

Les outils devraient être introduits graduellement, à mesure que l'éleveur apprend à les tenir à jour et à les utiliser. En voici plusieurs :

Comptabilité et rapport comptable

Diagramme d'efficacité

Dossier de champ

Analyse de sol

Plan de fertilisation

Analyse des aliments du bétail

Programme alimentaire

Cadran de régie

Fiches :        > individuelle pour bovins  
                 > calendrier de reproduction 21 jours  
                 > saillies  
                 > vélage

PATBQ

Identification

Enregistrement

Rapport de test de taureaux en station

Rapport d'épreuve de taureaux en insémination artificielle

Différents logiciels comme Conseil Bœuf

Il existe aussi des accessoires indispensables à la prise de données qui améliorent l'efficacité et la sécurité. Le corral et la balance comptent parmi ceux-ci.

## 5. LA RESSOURCE HUMAINE

En entreprise, la stratégie la plus profitable est d'investir dans la ressource humaine. Le succès d'un élevage est étroitement relié à l'éleveur lui-même, à ses connaissances, à son expérience, à son habileté, à son ingéniosité, à sa persévérance, etc. Le travail seul n'est pas un gage de succès. Il doit être doublé d'un solide savoir-faire et d'une forte volonté de réussir.

L'évolution de la technologie est rapide. Informez-vous des événements, assistez aux journées d'information, visitez vos confrères agriculteur, échangez des idées, joignez-vous à des groupes d'actions, consultez des experts, gardez l'esprit ouvert à l'innovation.

C'est aussi vous qui aurez à prendre des décisions pour réagir devant l'imprévu. Votre ouverture vis-à-vis l'actualité et le savoir gérer peut vous amener à modifier considérablement vos plans. Par exemple, actuellement le marché des viandes bovines est mauvais, le prix des vaches est très bas. La question est de savoir s'il faut investir maintenant, en achetant des reproducteurs ?

***SOYEZ ALERTE, LA STRATÉGIE D'ÉLEVAGE***

***COMMENCE PAR VOUS !***