



Diversifier pour innover avec Giacomo Zoia

TRANSCRIPTION DE BALADO

Intervieweur : Darlene McBain (DM)

Invitée : Giacomo Zoia (GZ)

Intro : DM : Bienvenue à cet épisode du Balado de Savoir FAC, *La terre et la table*.

Nous rencontrons aujourd'hui Giacomo Zoia, un jeune producteur de bovins de boucherie et de grandes cultures de la région de Saint-Jean-sur-Richelieu.

GZ : C'est un peu comme une recette, chaque ingrédient est relié ensemble pour un tout et une entreprise c'est la même chose indirectement. C'est la recette de travail qu'on a qui, je pense, nous a permis d'avancer à travers les années tout en fournissant vraiment un produit de qualité aux consommateurs.

Intro : DM : Giacomo et sa famille ont une histoire très intéressante. La famille Zoia a pratiqué l'agriculture en Italie pendant des générations avant de décider de s'installer au Canada comme agriculteurs au début des années 2000.

Dans cet épisode, Giacomo explique comment sa famille a réussi à innover et à diversifier leur entreprise. Il explique également pourquoi il est important que les producteurs partagent leur passion et fassent mieux connaître l'agriculture et l'élevage avec les consommateurs.

DM : Alors bonjour Giacomo. Comment ça va?

GZ : Très bien. Et vous?

DM : Oui, oui, ça va bien.

0:01:22

DM : Pouvez-vous nous parler un peu de votre Ferme Bœufs des patriotes et Ferme Agri-Bio?

GZ : Oui, bien sûr. La Ferme Bœufs des patriotes est spécialisée dans l'élevage de bœufs. Nous avons une capacité d'élever environ 850 bouvillons par année. On est spécialisés dans l'engraissement de bouvillons femelles puis on achète environ à 650 lb pour revendre autour de 1 550 lb.

Ensuite, la Ferme Agri-Bio, qui, elle, est spécialisée en grandes cultures biologiques, cultive environ 125 ha de terrain en bio. On fait une rotation de trois à quatre cultures, dépendamment des saisons, qui est composée de maïs, soya, céréales et de légumineux.

0:02:08

DM : Je suis intéressée par l'entreprise actuellement. Qui est impliqué? Parce que vous, vous êtes la relève de l'entreprise?

GZ : Oui, exactement. Moi je suis la relève de l'entreprise. Dans l'entreprise directement il y a d'impliqués mon père et ma mère, les deux travaillent sur l'entreprise. C'est vraiment une entreprise familiale. On fait tout ensemble, que ce soit la prise de décision. Les travaux à l'extérieur, c'est mon père et moi qui s'en occupons. Oui, on a un employé pendant l'été. Tout ce qui est gestion et comptabilité, c'est ma mère qui s'occupe de ça. Mais on fait vraiment tout en famille.

0:02:43

DM : Votre famille, vous avez une trajectoire quand même intéressante.

GZ : Oui. On peut dire qu'on a une trajectoire un peu spéciale transatlantique.

Depuis plusieurs générations sur notre famille on est des agriculteurs en Italie et mon père était déjà venu ici au Canada explorer un peu, ça c'est bien des années avant qu'on ait aménagé. Il a aimé l'endroit donc en 99, il a décidé, avec ma mère, de quitter l'Italie pour venir s'établir ici au Québec, toujours dans le bovin et en grandes cultures. Ils voulaient tenter l'expérience qu'il m'a dit.

Ça fait – c'est tout un changement. Je lève mon chapeau à mes parents d'avoir fait ça. Moi j'avais quatre ans quand on est arrivés ici donc pour moi, la transition a été relativement facile quand on est jeune comme ça. Puis je sens que c'est un bon choix quand même que mes parents ont fait. On s'y plaît très bien ici au Québec, au Canada là.

DM : Je verrais l'inverse là. L'intérêt pour aller vivre en Italie puis là, vous vous êtes venus ici avec l'hiver et les complexités de l'hiver pour vous installer. C'est quand même intéressant.

0:03:53

DM : Alors vous êtes arrivé en quelle année?

GZ : Moi je suis arrivé au printemps 2000, moi personnellement, mais mes parents ont acheté en 99. Il y avait un petit parc d'engraissement avec une certaine quantité de terrain et, c'est ça, avec le fil des années, on a agrandi tout ce qui est engraissement et terrain.

0:04:11

DM : Ça me fait rire parce que j'ai vu justement cette semaine, sur les médias sociaux, une image d'un jeune garçon d'à peu près quatre-cinq ans et la jeune sœur de sept-huit ans, les deux étaient appuyés sur une clôture sur une ferme puis ils disaient, un agriculteur, si on débute quart de travail, punch à quatre ans puis il est là pour le reste de sa vie. Tu sais, c'est un peu ton histoire parce que...

GZ : Ça, c'est très semblable à ça, effectivement. Quand j'étais petit, une petite anecdote, je suis quand même quelqu'un d'assez grand, je mesure 6 pi 2 po là et quand j'étais petit, j'ai commencé à conduire les tracteurs avec des blocs de bois parce que j'arrivais pas aux pédales. Donc je peux vous dire que ça commence – on commence de loin là disons, ma passion en agriculture.

0:04:57

DM : Je vous ai vu récemment faire des présentations au public. Votre entreprise a paru, justement, à *Salut Bonjour* récemment avec un chef qui a utilisé vos produits pour faire des recettes puis vous faites de plus en plus d'entrevues où vous parlez de votre exploitation et l'industrie agricole puis pour vous, ça c'est quelque chose d'important. J'aimerais ça que vous nous parliez un peu là pourquoi c'est important pour vous de sensibiliser les consommateurs à ce que vous faites.

GZ : Moi c'est quelque chose qui me tient à cœur parce qu'on voit beaucoup trop de gens qui ne connaissent pas les réalités de l'agriculture au Canada, qui sont très souvent mal informés ou pas du tout informés, qui se sont fait une opinion sur de fausses informations, donc pour moi, ça me tient à cœur de montrer qu'on a un beau métier, qu'est-ce qu'on fait c'est bien, au Canada on a des normes qui sont très élevées et que les choses sont bien faites. Les gens ne sont pas conscients de ça.

Bon. On voit beaucoup de trop de fausses publicités, de mauvaises publicités sur l'agriculture. Moi ça me blesse quand je vois ça, des choses comme ça. Parce que, comme vous l'avez dit, quand la passion elle commence dès jeune, quand on voit des faussetés sur notre passion, ça vient nous toucher directement au cœur. C'est quelque chose qui est difficile à accepter là.

C'est pour ça que moi, quand on me demande de faire une entrevue, ça me fait plus que plaisir d'amener les gens sur l'entreprise et de montrer ce qu'on fait.

Intro : DM : Ici Giacomo explique comment il a pu diversifier son exploitation pour obtenir un produit à valeur ajoutée. Il partage aussi avec nous les divers aspects qu'il a dû considérer pour arriver à cet objectif.

0:06:46

GZ : Qu'est-ce qui est grande culture biologique, elle s'est vraiment vendue que ce soit pour alimentation humaine ou animale tandis que nos animaux, eux, on a consacré un peu

plus – l'autre moitié de la ferme environ, des terrains, pour l'alimentation des animaux et l'autre moitié de la ferme est cultivée de façon conventionnelle.

On a vu qu'avec environ la moitié des terres on était capables d'autosuffire à l'alimentation des animaux donc on s'est dit, pourquoi pas diversifier l'autre moitié qu'on vendait déjà pour aller chercher une plus-value? Et de plus, la notion biologique, la philosophie biologique est une philosophie qui colle beaucoup avec nous. Donc on voyait vraiment une belle opportunité de se rapprocher un peu plus de nos valeurs en grandes cultures et en même temps, de diversifier notre entreprise.

0:07:33

DM : Vos grandes cultures, il y a une partie qui est vendue à l'alimentation animale biologique j'imagine et l'autre, l'autre quantité est vendue pour la consommation humaine?

GZ : Ça dépend vraiment de l'acheteur qu'est-ce qu'il a besoin de faire. Le soya qu'on produit, lui se destine plus à l'alimentation humaine tandis que le maïs, lui se destine plus à l'alimentation animale.

0:07:57

DM : Ça fait que ça prend quand même un bon travail de mise en marché.

GZ : Oui, en mise en marché biologique, c'est une complexité en plus. Il y a un petit peu moins d'acheteurs, surtout ces temps-ci, et peut-être sur certains produits un peu moins d'engouement. Mais, bon, on finit par passer à travers.

0:08:18

DM : Je suis curieuse de savoir votre pensée là-dessus : la pandémie, est-ce que vous pensez que ça a changé de quoi à ce niveau-là par rapport à l'alimentation?

GZ : On a vu, depuis le début de la pandémie, de plus en plus de gens nous demandent de la viande produite localement. On a de plus en plus d'appels. C'est un peu pour ça aussi qu'on a créé notre page Facebook de la ferme parce que les gens nous demandaient : « Est-ce qu'on peut voir comment est-ce que vous produisez? » « Est-ce qu'on peut voir qu'est-ce que vous faites? »

Parce que, bon, c'est pas nécessairement facile d'accueillir les gens sur la ferme avec qu'est-ce qui se passe.

DM : Les restrictions.

GZ : Oui, tout ce qui est restrictions. Nous avant ça nous tenait à cœur, les gens qui demandaient : « Est-ce qu'on peut visiter? » c'était un « oui » automatique tout le temps. Là, vu qu'on ne peut plus vraiment faire ça, on a décidé de créer la page pour montrer

aux gens ce qu'on fait. On voit que les gens répondent relativement bien à ça. On voit de l'appréciation de la part des gens de pouvoir découvrir ce qui se fait, très souvent à moins de 30 minutes de leur maison.

0:09:14

DM : Parlez-moi de votre stratégie, justement, de marketing actuelle puis comment vous vendez vos produits là à l'heure actuelle.

GZ : Avant on marchait beaucoup avec le bouche-à-oreille qui, bon, a une certaine efficacité, mais qui est limitée là. Maintenant on a un site internet en construction qui est pratiquement fini, qui doit être mis en ligne dans les prochaines semaines là. Et la page Facebook, on voit que les gens voient les – qu'est-ce qu'on fait. Certaines personnes nous ont dit que maintenant qu'ils ont vu de la croyance qu'ils avaient avant, ils vont acheter des produits locaux.

Donc on voit que c'est une stratégie qui fonctionne relativement bien de montrer aux gens qu'est-ce qu'on fait, de gagner la confiance des gens comme ça sur les produits locaux. On met vraiment notre stratégie à la visibilité que les gens puissent voir et comprendre que qu'est-ce qu'on fait c'est bien.

0:10:08

DM : Donc les gens peuvent aller sur votre page Facebook, commander leur produit puis ils doivent à ce moment-là aller le chercher ou est-ce qu'il y a de la livraison aussi? Comment ça fonctionne?

GZ : C'est ça qui va arriver. Les gens vont pouvoir aller sur le site internet, cliquer sur un produit qu'ils vont vouloir, l'acheter. Il peut être soit gardé ici à la ferme et les gens viennent à la ferme le chercher soit être livré directement à leur porte.

0:10:31

DM : Ça fait que j'imagine que ça prend quand même une certaine – par rapport à la salubrité, tout ça, la livraison, un rayon de distance que vous pouvez livrer aussi là.

GZ : C'est sur les planches à dessin de déterminer vraiment un rayon maximal pour la livraison, aussi des commandes minimums parce que – je trouve que c'est un peu gaspiller des carburants livrer un paquet de viande hachée. Vous comprenez? Ça fait que c'est de voir de faire aussi des paquets dans le sens des paquets familiaux ou des choses comme ça pour limiter aussi un peu l'empreinte écologique.

0:11:02

DM : Je ne sais pas jusqu'où vous voulez aller là-dedans, mais à l'heure actuelle ça peut représenter quel pourcentage de votre mise en marché d'y aller directement au consommateur comme ça?

GZ : En ce moment-là, c'est environ 3 % de nos animaux qui sont mis en commerce direct. On espère doubler dans la prochaine année si – parce qu'on voit vraiment, il y a une bonne volonté des gens d'acheter local et franchement, ça fait chaud au cœur de voir ça que les gens se conscientisent à qu'est-ce qu'on fait.

0:11:36

DM : Dans le futur, l'avenir, est-ce que c'est quelque chose que vous voulez vraiment accroître ce côté-là où vous allez suivre les tendances, le marché, évidemment là, consommateurs?

GZ : Ça, c'est sûr. On se fait diriger par les consommateurs indirectement. Notre volonté c'est de mettre un commerce le plus possible à la maison, à la ferme. Une de mes plus grandes fiertés c'est de faire voir que les produits qu'on fait soient consommés ici là. Parce que nous, quand les animaux quittent dans un camion pour un abattoir x, y, z, on ne sait jamais notre produit où est-ce qu'il va finalement. Tandis que si on est capable de faire un bon produit qui reste local, pour nous c'est une très grande fierté là.

0:12:19

DM : Vous avez dit tout à l'heure que vos parents, vous, vous faites – vous faites toutes les décisions ensemble, vous prenez vos décisions ensemble. C'est une stratégie qu'il y a quelqu'un dans la famille qui pousse plus que l'autre ou c'est vraiment quelque chose que vous avez dit, hé! Il y a une belle opportunité ici pour se rapprocher des consommateurs puis, justement, faire quelque chose qu'on aime, qu'on se sent bien, que ça nous fait chaud au cœur là, comme tu dis? C'est-tu vraiment un engagement familial de le faire ou ça, c'est-tu quelque chose de la nouvelle génération qui apporte de nouvelles idées?

GZ : Ah, ça a été vraiment un consensus de tout le monde. Parce que mes parents, ça fait depuis qu'on est arrivés qu'ils vendent directement à la ferme, mais c'était des plus petites quantités un peu puis on voyait tranquillement pas vite il y avait un engouement de la part des gens. Ça fait que faire toutes ces dernières étapes là, dans les derniers deux ans là de développement, ça a été vraiment un consensus de la part de tout le monde.

C'est un choix qui était relativement facile à faire qui n'est pas relativement facile à appliquer parce que, bon, il y a plusieurs embûches dans tout ça, mais quand même qu'on souhaite réaliser, oui.

DM : Récemment on voit la marque Bœuf Québec de plus en plus sur nos étagères d'épicerie là, on le voit et puis Aliments Québec. Alors j'imagine que ça, ça aide aussi là par rapport à la visibilité du produit du bœuf du Québec.

0:13:45

Si on élabore un petit peu plus sur vos opérations là quotidiennes là, vos stratégies là par rapport aux discussions familiales puis les opérations, comment ça se passe? Ça se passe-tu autour de la table au souper ou faites-vous des réunions officielles lorsque vient le temps de prendre des décisions? Comment ça fonctionne?

GZ : Je considère que chaque fois que les trois on est réunis quelque part, c'est une réunion officielle là.

DM : C'est toujours parler de business.

GZ : C'est presque ça. C'est presque ça. Et veut, veut pas, notre quotidien est quand même assez chargé, hein? Donc c'est ça, oui. La plupart du temps c'est autour d'une table. On dîne souvent tout le monde ensemble quand on le peut là puis c'est là que la plupart des décisions sont prises, effectivement. C'est à chaque jour ou presque là.

0:14:31

DM : Depuis votre arrivée c'étaient quoi les plus grands défis là que vous avez rencontrés?

GZ : Les plus grands défis qu'on a rencontrés, je pense, c'est surtout de se démarquer, d'avoir un produit qui est différent des autres là et de savoir, en même temps, se tailler une part du marché avec les autres gros joueurs qui compétitionnent le bœuf standard là.

0:14:53

DM : C'est-tu un défi à votre entreprise ou c'est un défi du bœuf du Québec ça?

GZ : Ah, je pense que c'est un défi de Bœuf Québec, de notre entreprise, de tous les producteurs de bœuf au Québec en général là. C'est un défi qui est assez commun. C'est beaucoup plus large que juste le bœuf, effectivement, parce que chaque viande a une certaine importance dans l'assiette de différents consommateurs et c'est vraiment de se tailler une place dans là-dedans.

0:15:18

DM : Puis comment vous réagissez aux, justement là, on parle – on va parler des enjeux possibles là, justement, des choix des consommateurs, mais la place que – qu'on voit un certain accroissement de – les protéines à base de plante versus le bœuf, c'est-tu quelque chose qui – ou versus les viandes tout court là, est-ce que c'est quelque chose qui vous inquiète ou vous voyez que c'est pas une grande menace à votre industrie?

GZ : Honnêtement, c'est sûr que les protéines végétales vont prendre de plus en plus la place dans l'assiette des gens, mais je pense que ça donne de plus en plus de place à la viande de qualité. Les gens vont probablement manger, au lieu de manger, je donne un exemple

anodin là, deux steaks par semaine, ils vont peut-être prendre seulement un, mais de bonne qualité. Un bon steak, probablement qu'il est même prêt à payer un petit peu plus cher pour avoir quelque chose qui est à son goût dans son assiette.

0:16:16

DM : Des régimes plus flexitariens, mais qu'on va quand même continuer à manger du bœuf parce que c'est bon puis on aime ça puis...

GZ : Nous on est dictés par la bonne volonté du consommateur. Si le consommateur nous dit d'aller à droite, on va aller à droite, s'il nous dit d'aller à gauche, on va aller à gauche. On ne peut pas tenter de produire quelque chose que les gens ne veulent pas. C'est vraiment de pointer ce que les gens veulent et de donner ce que les gens veulent.

0:16:42

DM : Qu'est-ce que vous pensez qui est la chose qui est la plus importante là qui a contribué, justement, à votre succès là d'où est-ce que votre entreprise elle est aujourd'hui, qu'est-ce qu'elle est devenue? C'est quoi la chose qui a dicté ça, ce succès-là?

GZ : C'est nos animaux.

DM : Ah!

GZ : La qualité de la viande. C'est ça. Là nous on achète les animaux, on les élève, mais je pense que qu'est-ce qui fait un succès c'est qu'on a toujours réussi à mettre un excellent produit dans l'assiette des consommateurs.

DM : C'est tout lié.

GZ : Sur une entreprise, absolument. Tout est lié ensemble là. Et pour arriver à – c'est un peu comme une recette, une recette comme on fait à manger à chaque jour, la recette, chaque ingrédient est relié ensemble pour un tout et une entreprise c'est la même chose indirectement. Donc c'est la recette de travail qu'on qui, je pense, nous a permis d'avancer à travers les années tout en fournissant vraiment un produit de qualité aux consommateurs.

0:17:38

DM : Bien j'ai vu votre vidéo là, la vidéo, justement, sur l'entrevue que vous avez faite pour *Salut Bonjour* récemment puis je dois dire c'est des belles bêtes. C'est incroyable là de voir ça. Là c'était – puis on voit que votre passion, vous les aimez, vous les flattez.

GZ : Ah, c'est un amour. Nous on fait ça, justement, par passion là. Comme je l'ai dit, s'il n'y a pas la passion en agriculture, ça ne fonctionne pas, tu sais?

0:18:04

DM : Puis là, après là c'est quoi les prochaines étapes?

GZ : Prochainement on aimerait ouvrir une boutique à la ferme, ouvrir une boutique de vente pour éventuellement aussi un jour être capables de transformer nos produits biologiques et de les mettre en vente directement. C'est très dessin encore là, il n'y a pas beaucoup – c'est une ébauche là, mais c'est dans ce but-là d'arriver à ça. Puis c'est dans la même philosophie que le bœuf, de produire un produit local qui soit consommé localement là.

0:18:31

DM : Alor vendre – une boutique là – parce qu'à Saint-Jean-sur-Richelieu, on s'entend que vous êtes à 30 minutes du centre-ville de Montréal donc le rayon autour, la clientèle là, il y a beaucoup de monde qui vont se promener les fins de semaine, avoir une boutique sur place pour vendre autant le bœuf qu'éventuellement les produits.

GZ : On aimerait ça mettre – offrir le plus de produits possible qu'on fait, de les mettre en commerce directement. Il n'y a rien qui nous fait plus plaisir qu'on consommateur qui nous appelle, qui nous dit : « J'aimerais ça venir chercher du bœuf et en même temps faire une visite de vos installations. »

Intro : DM : FAC a récemment publié son rapport de Valeur de terres édition 2021. Vous trouverez le lien dans les notes de l'émission. Ce rapport ventile la valeur des terres pour chacune des provinces canadiennes pour l'année dernière. Ça vous permet donc de voir comment évolue le prix des terres agricoles dans votre région. Jetez-y un coup d'œil.

0:19:36

GZ : Le message que j'aimerais transmettre là c'est que pour les jeunes qui voudraient se lancer en relève, je leur dis go! Vas-y, essaye. Il y a de belles choses qui se font au Canada. Je pense que c'est important que les jeunes essayent et embarquent dans des entreprises, créent de nouveaux projets. C'est comme ça que les choses vont avancer.

DM : Bien c'est un bon message. Je pense que vous nous laissez, justement, sur une bonne note puis comme j'ai dit tout à l'heure, c'est des gens comme vous, justement, qui permettent à faire avancer l'industrie agricole canadienne et de faire comprendre qu'ici au Canada on est plus que choyés d'avoir des agriculteurs qui mettent des aliments qui sont sains à un prix abordable puis qui sont sécuritaires pour, justement, qu'on puisse bien manger, avoir du plaisir en mangeant, mais aussi d'être bien nourris, hein? Je pense que c'est un très beau message.

GZ : C'est quelque chose que les agriculteurs au Canada on a tout le temps à l'esprit.

0:20:39

DM : Je sais que vos journées sont assez occupées puis là le beau temps arrive ça fait que j’imagine que vous commencez à avoir un petit peu plus de – envie de regarder votre machinerie puis de préparer pour les semences qui vont arriver assez rapidement, hein?

GZ : Oui. Ah, ça, les semences, j’ai l’impression que cette année vont arriver relativement rapidement. Ça fait du bien de commencer à avoir de belles journées comme ça là.

DM : Absolument, le printemps, la chaleur, la neige qui fond. Donc ici dans la région de Montréal il y en a de moins en moins ça fait que je pense que – en espérant que votre saison elle soit bonne aussi.

GZ : On l’espère pour tout le monde des bonnes saisons.

DM : Dans cet épisode, nous avons appris sur la vie d’un jeune agriculteur dont la famille a eu le courage de démarrer une nouvelle exploitation ici au Québec. Les membres de la famille Zoia sont certainement de grands innovateurs. Ils ont pu non seulement lancer une exploitation, mais ils ont aussi su bien se diversifier.

En tant que jeune producteur, Giacomo aime bien partager l’histoire de son entreprise avec les consommateurs québécois et c’est tellement inspirant de voir à quel point il est passionné.

Cet épisode est le dernier de la Saison 1. Nous serons donc de retour à temps pour la récolte avec d’autres épisodes que chacun et chacune pourra écouter dans leurs tracteurs.

En attendant, si vous cherchez à écouter d’autres épisodes ou voulez accéder aux ressources mentionnées aujourd’hui, rendez-vous sur le site fac.ca/Savoir.

J’espère que vous avez bien aimé cette saison et je vous souhaite à tous de continuer de rêver, de bâtir et de réussir.

Pour tout voir et tout savoir, visitez fac.ca/Savoir

Tous droits réservés 2020, Financement agricole Canada. L’information dans cette vidéo est présentée à des fins de référence générale seulement et ne vise pas à fournir des conseils de nature commerciale précis. Elle ne doit pas être utilisée pour remplacer les conseils d’un professionnel. Les opinions exprimées dans cette vidéo sont celles des présentateurs et ne reflètent pas nécessairement l’opinion de FAC. FAC ne garantit pas l’exactitude, l’intégralité, la pertinence ou la fiabilité de l’information et décline expressément toute responsabilité en lien avec tout dommage ou toute perte pouvant découler de l’utilisation de cette vidéo. Il est interdit de reproduire en totalité ou en partie, cette vidéo ou toute autre vidéo produite par FAC à des fins de distribution commerciale, sans la permission écrite préalable de FAC.