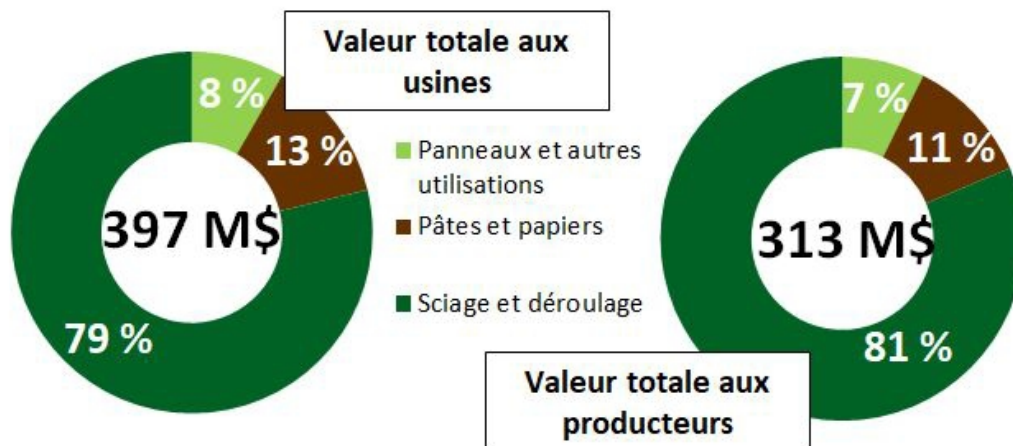


Bilan de la mise en marché des bois de la forêt privée en 2019

Entre janvier et décembre 2019, les producteurs forestiers visés par les 13 plans conjoints de producteurs de bois du Québec ont mis en marché environ 6,4 Mm³ solides de bois, toutes essences confondues. En 2019, 74 % des livraisons du bois en provenance de la forêt privée furent destinées aux usines de sciage, 16 % aux usines de pâtes et papiers et 10 % aux usines de panneaux et autres utilisations.

Globalement, 70 % du bois mis en marché provenait d'essences résineuses alors que les feuillus représentaient 30 % du volume des livraisons. La mise en marché de résineux est demeurée stable entre 2018 et 2019, alors que celle des feuillus a augmenté de près de 6 % par rapport à l'année précédente. Ces volumes ne tiennent pas compte de la récolte de bois de chauffage estimée à 1,8 Mm³ par année, composée en majorité d'essences feuillues.

La valeur du bois mis en marché en 2019 est évaluée à 397 M\$, en baisse de 11 M\$ comparativement à l'année précédente. En 2019, le revenu total des producteurs, soit la valeur des bois livrés à l'usine moins la somme consacrée au transport et aux contributions aux plans conjoints, s'est chiffré à 313 M\$, en baisse de 1 M\$.



Volume de bois mis en marché en 2019 par les producteurs de la forêt privée (m³)

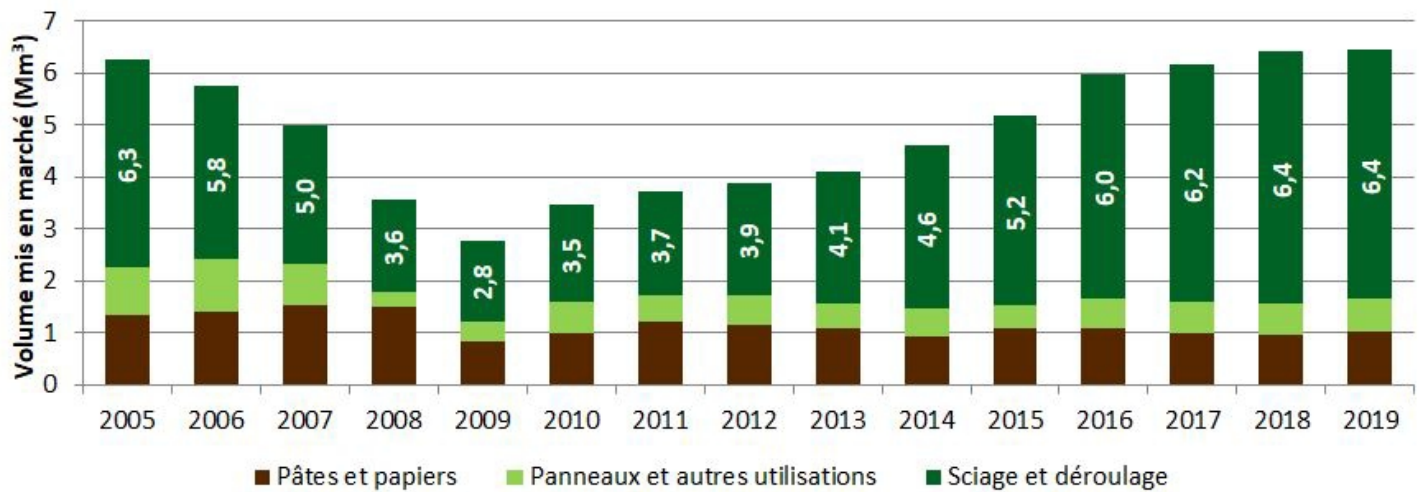
PLANS CONJOINTS	PÂTES ET PAPIERS	SCIAGE ET DÉROULAGE	PANNEAUX ET AUTRES UTILISATIONS	TOTAL EN 2019	PROPORTION DE LA MISE EN MARCHÉ	TOTAL EN 2018	VARIATION ANNUELLE
Abitibi-Témiscamingue	91 600	244 600	204 900	541 100	8 %	553 300	-2 %
Bas-Saint-Laurent	113 600	1 091 300	78 800	1 283 800	20 %	1 199 600	7 %
Beauce	105 500	668 900	6 200	780 600	13 %	820 600	-5 %
Centre-du-Québec	52 900	101 200	40 200	194 300	3 %	190 300	2 %
Côte-du-Sud	80 000	346 400	800	427 100	7 %	409 500	4 %
Gaspésie	14 100	178 900	7 200	200 200	3 %	226 100	-11 %
Gatineau	7 300	63 500	66 300	137 100	2 %	147 600	-7 %
Laurentides et Outaouais	48 300	108 700	53 500	210 500	3 %	220 500	-5 %
Mauricie	4 400	369 100	99 900	473 500	7 %	399 800	18 %
Pontiac	31 900	48 400	25 400	105 600	2 %	90 000	17 %
Québec	114 500	594 800	36 400	745 800	11 %	896 100	-17 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	22 200	297 600	26 000	345 800	5 %	335 300	3 %
Sud du Québec	338 600	660 300	200	999 200	15 %	933 500	7 %
FORÊT PRIVÉE DU QUÉBEC	1 025 000	4 773 600	646 000	6 444 500	100 %	6 422 200	0 %

Note : Les facteurs de conversion utilisés pour produire les données peuvent varier d'une région à l'autre. Se référer aux données réelles de chaque syndicat ou office pour plus de précision. Exclu les ventes des grands propriétaires à leur usine.

Sources : Syndicats et offices de producteurs forestiers

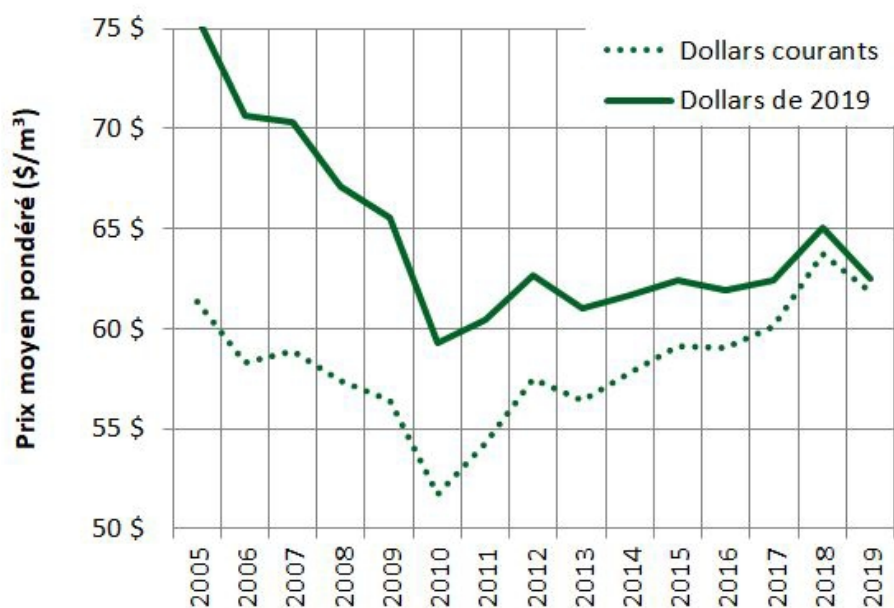
Compilation : Fédération des producteurs forestiers du Québec

Évolution des livraisons par les producteurs de la forêt privée



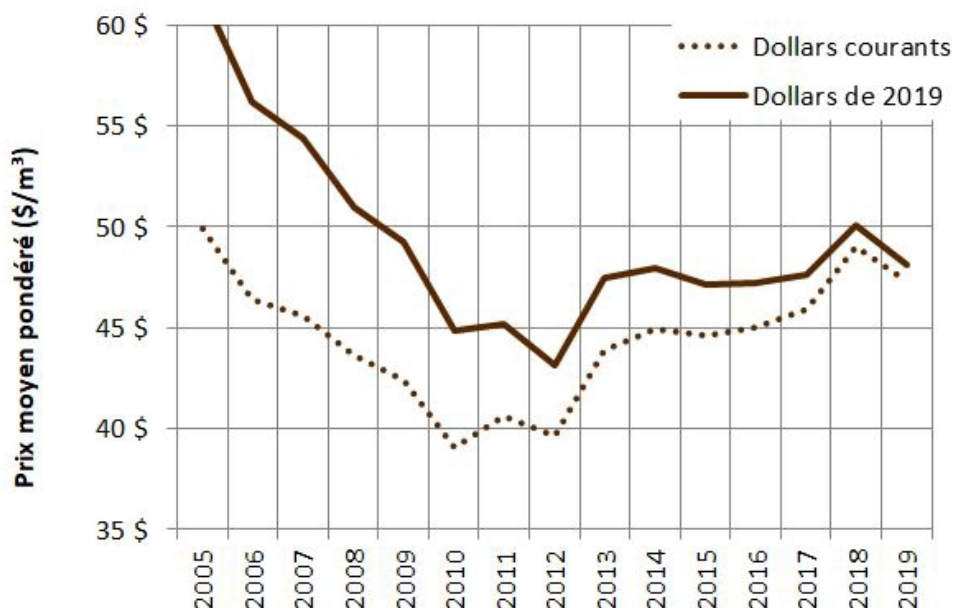
Évolution du prix moyen pondéré payé pour le bois de la forêt privée

(Estimation de la valeur à l'usine incluant les frais de transport)



Évolution du prix moyen pondéré payé pour le bois de la forêt privée

(Estimation de la valeur au producteur excluant le transport et les contributions)



Phase 2 de la campagne "Avez-vous votre forestier de famille?"

En mai 2018, six partenaires se réunissaient pour lancer la campagne provinciale « **Avez-vous votre forestier de famille?** ». Ces six partenaires (le ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs, l'Union des producteurs agricoles, l'Ordre des ingénieurs forestiers du Québec, Groupements forestiers Québec, l'Association des entrepreneurs en travaux sylvicoles du Québec et la Fédération des producteurs forestiers du Québec) réitèrent avec la phase 2 qui s'annonce encore plus prometteuse.

Avec cette phase 2, l'objectif demeure la mise en valeur du réseau de conseillers forestiers existant à travers le Québec et faire connaître la mesure de remboursement des taxes foncières mise à la disposition des propriétaires forestiers pour soutenir la réalisation de travaux d'aménagement forestier.

Une gestion plus active du boisé

La campagne s'appuie sur des études sur les propriétaires forestiers qui démontrent qu'une proportion croissante d'entre eux sont à la recherche de soutien professionnel pour les accompagner dans la protection et la mise en valeur de leur boisé.

Une gestion active d'un boisé permet d'atteindre les multiples objectifs reliés à la possession d'une terre à bois (plaisir d'en jouir, placement financier à long terme, bassin de bois de chauffage, revenu d'appoint de la vente de bois, lieu d'activités familiales, etc.) et ainsi, profiter au maximum des possibilités offertes par un boisé. La campagne s'inscrit également dans le Plan de soutien des partenaires au développement de la forêt privée 2020-2024 dévoilé par le ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs le 19 février dernier.

Déploiement des outils de la campagne

La campagne se décline en plusieurs actions visant à joindre des propriétaires qui ne bénéficient pas déjà du soutien professionnel et technique disponible, dont :

- une **publicité** sur 15 panneaux d'affichage en bordure d'autoroutes et de routes en avril et en septembre, selon les régions;
- une **publicité** dans 50 journaux à travers le Québec en avril et en septembre, selon les régions;
- une visibilité sur les réseaux sociaux grâce à une **capsule vidéo** qui peut être partagée;
- des **affiches** visibles dans les bureaux des municipalités du Québec;
- des **dépliants** pouvant être remis par les conseillers forestiers aux propriétaires moins actifs;
- une série de **8 capsules YouTube** démontrant la relation entre un conseiller forestier et sa clientèle dans ses tâches régulières au cours de l'automne;
- une **vidéo** et des **dépliants** visant spécifiquement les producteurs agricoles possédant un boisé;
- des **relations médias** pour faire connaître la campagne au grand public.



Participez à la campagne en diffusant le communiqué sur votre **site Web**, en intégrant la publicité dans votre **journal**, en partageant les **capsules vidéos** sur vos réseaux sociaux ou votre **infolettre** et en mettant des dépliants dans votre **présentoir**. Il est possible de consulter les détails de la campagne et de se procurer les outils de celle-ci sur forestierdefamille.com.