

LE POULET CANADIEN

Le commerce du poulet entre le Canada et les États-Unis

À l'approche de la réouverture de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), l'attention du président des États-Unis Donald Trump semble avoir dévié. En effet, celui qui critiquait le Mexique s'attaque maintenant au Canada. Bien que le président Trump ait précédemment rassuré le Canada en indiquant que les États-Unis voulaient seulement « ajuster » leur relation commerciale, le ton qu'il emploie avec son voisin du nord devient de plus en plus agressif. Il affirme que le Canada a fait « des choses très injustes » aux États-Unis, particulièrement en ce qui concerne le commerce

agricole. Il a demandé à des fonctionnaires américains d'effectuer des évaluations de plusieurs accords commerciaux bilatéraux, notamment une évaluation des impacts qu'a eus l'ALÉNA sur l'économie des deux côtés de la frontière. Or, en ce qui concerne le secteur du poulet, il est manifeste que les États-Unis ont grandement profité de leur relation commerciale avec le Canada.

Entre 1993, l'année précédant l'entrée en vigueur de l'ALÉNA, et 2015, la valeur des échanges de tous les biens entre les États-Unis et le Canada a augmenté de 179 %, alors que le volume d'exportation de poulet américain au Canada a augmenté de près du double, soit de 321 %. Selon l'USDA, depuis 2012, le Canada est, de manière constante, la deuxième destination d'exportation de poulet américain en importance, après le Mexique, tant sur



SUITE PAGE 2

dans ce numéro

2 | Lancement d'un nouveau site Web!

4 | Les producteurs de poulet envahissent la Colline du Parlement

9 | Les producteurs canadiens font croître nos communautés

3 | Lettre aux producteurs sur les soins aux animaux

6 | Stratégie en matière d'UAM

10 | Les PPC réussissent l'audit par un tiers



LE SUCCÈS DE
L'EXPORTATION
AMÉRICAINNE DE
POULET VERS LE
CANADA A EN GRANDE
PARTIE ÉTÉ RENDU
POSSIBLE GRÂCE AU
SYSTÈME DE GESTION
DE L'OFFRE DU SECTEUR
DU POULET CANADIEN.



le plan du volume que de la valeur. De plus, la valeur globale des exportations de poulet à griller américain au Canada a augmenté de 144 %, passant de 272,1 M\$ CA en 2000 à 664,9 M\$ CA en 2015.

En ce qui concerne le déficit commercial, qui préoccupe particulièrement l'administration américaine en ce moment, les États-Unis ont constamment bénéficié d'un surplus dans leur échange de produits de volaille¹ avec le Canada. Alors que le surplus commercial agricole global des États-Unis avec le Canada a chuté de 20 % entre 2000 et 2015, leur surplus commercial pour la volaille a augmenté de 14 %, passant de 206,7 M\$ CA en 2000 à 274,7 M\$ CA en 2015. Pendant ce temps, les États-Unis observaient un déficit commercial dans tous les autres secteurs du bétail.

Le succès de l'exportation américaine de poulet vers le Canada a en grande partie été rendu possible grâce au système de gestion de l'offre du secteur du poulet canadien. Ce système canadien unique oriente la production

intérieure de volaille du Canada principalement vers l'approvisionnement du marché intérieur, et par conséquent ne génère pas de surplus destinés à l'exportation. De plus, conformément aux accords commerciaux du Canada, et particulièrement à l'ALÉNA, le Canada offre un accès au marché réel et prévisible à ses partenaires commerciaux, comme les États-Unis, qui représente 7,5 % de sa production intérieure de l'année précédente. Or, cette prévisibilité est essentielle au secteur du poulet dans les deux pays. En effet, les producteurs canadiens sont en mesure d'établir avec précision leur production annuelle, et le secteur américain profite d'un marché d'exportation stable.

Il est certain que divers secteurs, agricoles et autres, seront examinés de près par des analystes du commerce, des fonctionnaires et des politiciens nord-américains dans le cadre de la renégociation de l'ALÉNA. Toutefois, le secteur du poulet peut avoir l'assurance que son commerce États-Unis – Canada est prospère et juste envers les producteurs, et ce, des deux côtés de la frontière. **R**

¹ La catégorie « volaille et produits de volaille », qui inclut le poulet à griller, la dinde, le canard et d'autres produits de volaille, a été utilisée pour harmoniser les données commerciales d'importation et d'exportation.

Lancement d'un **NOUVEAU** site Web pour répondre aux préoccupations des consommateurs

Parlons
POULET
parlonspoulet.ca

Nous sommes ravis de vous informer que notre nouveau site Web **www.parlonspoulet.ca** a été lancé ! Ce site Web vise à servir de ressource conviviale pour répondre à toutes les questions qui nous sont habituellement posées sur la façon dont le poulet est élevé au Canada. Cela évite de fournir des explications trop techniques, tout en restant concret et honnête pour faire connaître comment le poulet passe de la ferme à la table.

Il s'agit de dévoiler les faits plutôt que le point de vue des PPC concernant ces questions, et nous avons intentionnellement essayé de minimiser les références aux PPC afin que ce site soit un outil qui puisse être utilisé et partagé par tous. Nous avons communiqué cette ressource à nos partenaires du secteur de la vente au détail et de la restauration et les avons aussi encouragés à s'en servir.

L'idée de ce projet est venue du site Web Chicken Check-In du National Chicken Council, qui adopte une approche similaire.

Alors que **www.parlonspoulet.ca** met l'accent strictement sur les préoccupations concernant la production, **poulet.ca** demeure une ressource pour promouvoir le poulet en tant qu'aliment, en offrant

des recettes, des informations nutritionnelles et des conseils pour la manipulation sécuritaire des aliments. Nous procédons actuellement à l'amélioration du site **www.producteursdepoulet.ca** en nous concentrant sur les questions de politique, de relations gouvernementales et la promotion du message « Aimez votre producteur ».

Comme pour tous les sites Web, ce nouveau site sera continuellement mis à jour à mesure que les informations changent ou que des messages divers doivent être communiqués.

Nous espérons que vous aimerez le nouveau site Web, le trouverez utile et en ferez la promotion par l'entremise de vos réseaux! **R**

Chers éleveurs,

Je veux d'abord célébrer un travail bien fait pour notre industrie en raison de l'achèvement récent de l'audit par un tiers de notre Programme de soins aux animaux. Ce premier rapport indique que « le Programme de soins aux animaux national a été mis en œuvre efficacement et maintenu de façon continue ». C'est grâce au travail collectif de tous les éleveurs que nous pouvons célébrer et promouvoir ces réussites.

Cette réalisation arrive à un moment crucial où nos clients en aval dans le secteur de la vente au détail et de la restauration sont confrontés à une pression intense au sujet des normes à la ferme. Le fait de pouvoir présenter ce rapport crédible est essentiel aux efforts des PPC visant à promouvoir le Programme de soins aux animaux et pour maintenir une norme nationale pour les soins aux animaux dans l'ensemble des fermes d'élevage de poulet du Canada. À cette fin, les PPC communiquent activement avec les associations et les entreprises pour les sensibiliser au programme et à son efficacité.

Dans cette optique, je vous écris pour vous rappeler votre responsabilité envers les oiseaux que vous élevez, l'industrie, les autres producteurs, les clients et tous les consommateurs canadiens de respecter les grands principes de la santé et du bien-être animal à la ferme. Nous comptons sur vous pour être vigilants quant au mauvais traitement des oiseaux.

Le maintien de normes élevées en matière de soins aux animaux est essentiel à notre travail d'éleveur et en faire la démonstration est devenu un prérequis dans le marché actuel. Notre Programme de soins aux animaux est un excellent exemple du caractère proactif de notre industrie, et nous sommes fiers de ce programme qui est conforme au code de pratiques en vigueur et aux normes internationales. Étant donné l'attention accrue portée à l'industrie du poulet à griller, il est important que tous les éleveurs continuent d'appliquer au jour le jour et de manière uniforme le Programme de soins aux animaux pour que ce dernier conserve sa crédibilité.

Il est important de rappeler qu'une ferme qui se révèle non conforme aux normes du Programme de soins aux animaux ou qui cause des souffrances indues aux oiseaux peut se voir imposer des sanctions sévères ou perdre sa certification selon les règles ou politiques de son office provincial. De plus, s'il est effectivement du ressort des PPC de promouvoir et de défendre de bonnes pratiques de gestion, la défense des mauvais traitements ne fait pas partie de leur mandat.

C'est aussi important maintenant que jamais : tous les éleveurs de poulet du Canada ont la responsabilité de respecter les normes en matière de santé et de bien-être animal à la ferme. Il suffit d'une seule ferme d'élevage pour discréditer l'ensemble de l'industrie et avoir une incidence sur la perception des restaurants, des détaillants et des consommateurs par rapport à notre industrie. Tous les éleveurs devraient prendre le temps d'assurer la sécurité à la ferme, de présélectionner et de superviser soigneusement les employés, et de prendre les mesures appropriées pour faire preuve d'une extrême prudence.

À tort ou à raison, notre industrie continuera de faire l'objet d'une surveillance continue et nous devons nous battre contre des efforts constants visant à miner la confiance des consommateurs dans nos pratiques. Cela devrait servir de rappel à tous les éleveurs d'examiner leurs pratiques de production afin de s'assurer qu'ils respectent les normes les plus élevées en matière de bien-être des animaux. Ils pourront ainsi montrer qu'ils prennent bien soin de leurs animaux et assureront la crédibilité et la viabilité à long terme de l'industrie.

Je vous prie d'agréer mes salutations distinguées.

Le président,



Benoît Fontaine

350 rue Sparks Street
Suite/bureau 1007
Ottawa, Ontario
K1R 7S8
tel (613) 241 2800
fax (613) 241 5999

www.poulet.ca
www.chicken.ca



Sur la Colline

Les producteurs de poulet envahissent la Colline du Parlement

Le 2 mai 2017, les Producteurs de poulet du Canada ont tenu une autre Journée du lobbying couronnée de succès. Nous avons diffusé notre message dans toute la cité parlementaire afin d'améliorer nos relations avec les parlementaires, de discuter des enjeux qui nous préoccupent et d'accroître la notoriété de la marque « Élevé par un producteur canadien ».

Cette Journée du lobbying a permis aux producteurs et aux offices provinciaux d'avoir des discussions constructives et réfléchies avec des députés et sénateurs de leur province sur des sujets comme la gestion de l'offre, notre Programme de soins aux animaux et notre Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme, ainsi que sur les enjeux qui nous préoccupent relativement à la poule de réforme et au Programme d'exonération des droits. Le secteur du poulet était représenté par des administrateurs et remplaçants du conseil d'administration des PPC, des gestionnaires et membres du personnel des offices provinciaux, ainsi que par des administrateurs des conseils d'administration provinciaux.

Pendant les trois jours qu'ils ont passés à Ottawa, les groupes de représentants ont tenu 70 rencontres au cours desquelles ils ont notamment rencontré :

- 2 ministres
- 8 sénateurs
- 11 secrétaires parlementaires
- 65 députés
- 2 chefs de cabinet de ministre

Les représentants des Producteurs de poulet du Canada ont pu rencontrer des intervenants clés des dossiers sur lesquels nous travaillons, comme les secrétaires parlementaires des ministres de la Sécurité publique, de l'Agriculture, du Commerce international et des Affaires étrangères.

La « fête d'avant-match » prévue en soirée pour les parlementaires a malheureusement dû être annulée en raison d'une fuite de gaz dans le secteur. Elle a été remplacée par une réception impromptue aux bureaux des PPC réunissant des producteurs, des membres du personnel des PPC, des députés et des employés de la Colline du Parlement. Les PPC comptent organiser une autre « fête d'avant-match » au mois de novembre.

RÉCEPTION ANNUELLE CONJOINTE AVEC LES PARTENAIRES DU GO-4

Cette année, la réception annuelle conjointe (RAC) tenue par les quatre organismes avicoles nationaux, soit les PPC, les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada, les Producteurs d'œufs du Canada et les Éleveurs de dindons du Canada, a eu lieu le 22 mars, le jour du dépôt du budget fédéral.

Cet événement annuel a réuni des participants de l'ensemble du secteur agricole, y compris des membres clés du personnel politique et ministériel, des intervenants d'autres filières non visées par la gestion de l'offre et bon

nombre de fournisseurs de l'industrie. Le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, Lawrence MacAulay, a parlé aux participants et réaffirmé le soutien continu du gouvernement envers la gestion de l'offre. Malgré le grand nombre de réceptions organisées dans les environs de la Colline du Parlement après le dépôt du budget, la RAC a attiré de nombreux députés et sénateurs issus de tous les partis et de toutes les provinces.



Jack Greydanus, président des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada, Mark Davies, président des Éleveurs de dindon du Canada, Roger Pelissero, président des Producteurs d'œufs du Canada et Benoît Fontaine, président des Producteurs de poulet du Canada, posent avec Lawrence MacAulay, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, lors de la réception annuelle conjointe qui a eu lieu à l'hôtel Fairmont Château Laurier le 22 mars.

Le très populaire événement offrait l'occasion de déguster d'excellents plats préparés avec du poulet, de la dinde et des œufs canadiens tout en regardant un diaporama illustrant la vie agricole depuis plusieurs générations.

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DE L'AGRICULTURE ET DES FORÊTS

Le 11 mai, les Producteurs de poulet du Canada ont été invités à témoigner devant le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts pour discuter de son étude sur l'impact potentiel des effets du changement climatique sur les secteurs agricole, agroalimentaire et forestier. Mike Dungle et Jessica Heyerhoff ont parlé au nom des PPC. Ils se sont entre autres prononcés sur l'analyse de cycle de vie de l'industrie du poulet et les impacts de la tarification du carbone ainsi que sur les améliorations qu'apportent les producteurs de poulet canadiens à leurs activités, aux poulaillers et à la génétique afin d'accroître leur efficacité et de protéger l'environnement. **R**

Nouvelle feuille d'information sur le troupeau, version 8.0 – Date de mise en œuvre du **15 juin 2017**

Une nouvelle version de la feuille d'information sur le troupeau est publiée, soit la version 8.0 qui contient des modifications apportées à la demande de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Ces modifications comblent les écarts entre l'information figurant dans la version 7.0b de la feuille d'information sur le troupeau et les exigences du Règlement sur l'inspection des viandes de l'ACIA.



Dans la nouvelle version 8.0, il est exigé que les producteurs fournissent de l'information sur la voie d'administration de tout médicament administré à la ferme aux fins de traitement, de tout médicament ou vaccin administré au couvoir ou de tout vaccin administré à la ferme. Tous les médicaments assortis d'une période de retrait (aux fins thérapeutiques et préventives) utilisés au cours des 14 derniers jours doivent être consignés (auparavant, cela s'appliquait seulement aux sept derniers jours).

Si on a diagnostiqué une maladie ou des syndromes dans le troupeau qui n'ont pas été traités, on doit maintenant consigner la date à laquelle le troupeau s'est rétabli.

Les producteurs sont encouragés à prendre le temps de lire les directives figurant au verso de la feuille d'information sur le troupeau concernant la façon de remplir le formulaire avant de l'envoyer à l'usine de transformation.

En plus de la publication de la version 8.0 de la feuille d'information sur le troupeau en juin 2017, une version électronique sera également mise à la disposition des producteurs par l'entremise de leur office provincial. La version 8.0 devra être utilisée à partir du 15 juin 2017.

Liste de changements (les numéros des questions correspondent à la version 8.0) :

Questions

- 1** Médicament et vaccins au couvoir – Le dernier jour du traitement et la voie d'administration doivent maintenant être consignés.
- 2** Vaccins administrés à la ferme – La voie d'administration, la date du dernier traitement et la dose doivent maintenant être consignées.
- 3** Médicaments aux fins de traitement – La voie d'administration et la date de rétablissement du troupeau doivent maintenant être consignées.
- 4** La date à laquelle le troupeau s'est rétabli d'une maladie diagnostiquée doit maintenant être fournie à la colonne G.
- 5** On doit désormais déclarer les médicaments utilisés dans les 14 derniers jours pour toute espèce d'oiseaux (pas seulement les sept derniers jours pour le poulet).

Une colonne réservée à la voie d'administration du médicament (c.-à-d. aliments, eau, injection, pulvérisation, autre) a été ajoutée à la section A. **R**

La stratégie sur l'utilisation d'antimicrobiens des Producteurs de poulet du Canada va de l'avant

Lors de la réunion de son Conseil d'administration en mai, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont pris la décision de réviser leur stratégie sur l'utilisation d'antimicrobiens (UAM). Les administrateurs des PPC ont accepté d'éliminer l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie II d'ici la fin de 2018. De plus, ils ont fixé l'objectif d'éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III avant la fin de 2020, sous réserve d'une réévaluation à la fin de 2019.

Les PPC comprennent la quantité importante de travail et de collaboration qui seront nécessaires pour accomplir cette stratégie révisée, et s'engagent à y prendre part. L'objectif de cette annonce consiste à encourager tous les intervenants à s'engager activement et à participer à la mise en œuvre réussie de cette stratégie.

Cette stratégie s'appuie sur l'objectif des PPC d'éliminer l'utilisation préventive d'antibiotiques d'importance pour les humains et a été guidée par la stratégie exhaustive d'UAM des PPC qui implique la réduction, la surveillance, la formation et la recherche. Le leadership de l'industrie en matière de réduction de l'UAM fut démontré pour la première fois en mai 2014 lorsque l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie I a été éliminée.

En mettant en œuvre cette stratégie, les PPC adoptent une approche proactive pour veiller à ce que notre industrie puisse continuer d'utiliser des antibiotiques à des fins de traitement. Les PPC appuient l'utilisation responsable d'antibiotiques et croient que les antibiotiques représentent un outil important pour que le secteur agricole maintienne la santé et le bien-être des animaux, et assure la salubrité de l'approvisionnement alimentaire.

La stratégie est basée sur les recommandations d'un groupe de travail sur la réduction de l'UAM de l'industrie que les PPC ont mis sur pied en 2015. Ses recommandations consistaient en l'élimination de l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie II d'ici la fin de 2018 et en l'élimination de l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie III; cependant, une date n'a pas été établie pour les antibiotiques de catégorie III, puisqu'il y avait un certain nombre de questions en suspens, telles que la disponibilité d'alternatives alimentaires étiquetées de façon appropriée, qui restent à régler.

En étudiant ces recommandations en juillet 2016, les administrateurs des PPC étaient aussi préoccupés par les questions en suspens et ont décidé de ne pas mettre en œuvre les recommandations du groupe de travail, mais de poursuivre l'interdiction de l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie I, et de réévaluer toute autre élimination à une date ultérieure. La décision en mai a été prise en fonction de progrès réalisés dans le cadre de certaines questions en suspens, y compris l'anticipation d'un nouveau processus d'enregistrement réussi pour les alternatives alimentaires, ainsi que la préoccupation croissante à l'égard du fait que les mesures prises par les entreprises de commerce de détail et de restauration en l'absence d'une stratégie de l'industrie pourraient limiter les choix qui s'offrent à l'industrie pour déterminer la meilleure façon de procéder.

stratégie sur l'utilisation d'UAM

La stratégie révisée continue d'appuyer l'utilisation responsable d'antibiotiques pour offrir une assurance continue aux clients, consommateurs et au gouvernement. La stratégie des PPC a évolué pour se résumer aux points suivants :

- » Maintenir l'utilisation d'ionophores et d'anticoccidiens chimiques à des fins préventives
- » Maintenir l'utilisation d'antibiotiques d'importance pour les humains à des fins thérapeutiques
- » Éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie II d'ici la fin de 2018
- » Établir un objectif visant à éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III d'ici la fin de 2020, subordonné à une réévaluation à la fin de 2019 de l'état de préparation de l'industrie à mettre en œuvre un tel changement

Il ne s'agit pas d'une stratégie « Élevé sans antibiotiques ». Un élément clé de la stratégie consiste à maintenir l'utilisation d'ionophores (les antimicrobiens qui ne sont pas utilisés dans la médecine humaine) et d'anticoccidiens chimiques, ainsi que les antibiotiques à des fins thérapeutiques pour maintenir la santé et le bien-être des oiseaux. Les antibiotiques continueront de jouer un rôle important dans la santé et le bien-être des oiseaux dans l'industrie canadienne du poulet.

Bien que certains intervenants auraient préféré un engagement plus ferme sur l'élimination d'antibiotiques de catégorie III, cette stratégie représente le meilleur processus pour atteindre l'objectif d'éliminer l'utilisation préventive d'antibiotiques d'importance pour les humains. Établir l'objectif 2020 est important afin de faire preuve de transparence auprès de l'industrie et des consommateurs concernant l'orientation de la stratégie de réduction, et de donner du temps à l'industrie pour mesurer les répercussions. La période d'intégration progressive permettra à l'industrie d'évaluer les impacts sur la santé, le bien-être et la production d'animaux, et de s'adapter à l'élimination de ces utilisations.

On met de plus en plus l'accent sur l'utilisation d'antibiotiques en agriculture, tant à l'échelle internationale par l'entremise de l'Organisation mondiale de la santé qu'à l'échelle du pays par le biais du plan d'action du gouvernement fédéral sur l'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ces derniers. Cette stratégie représente une étape importante pour retirer l'industrie canadienne du poulet de la conversation et renforcer le poulet comme choix sain aux yeux des consommateurs.

Au cours des prochains mois, l'engagement de divers intervenants sera nécessaire pour cibler les enjeux clés qui détermineront le succès de la stratégie. Parmi ces derniers, on retrouve : 1) finaliser le processus d'approbation d'alternatives aux antibiotiques; 2) partager les coûts économiques; 3) investir dans la recherche pour offrir des solutions de rechange; 4) renforcer les définitions d'utilisation préventive et thérapeutique dans le cadre de différents scénarios de production; 5) élaborer des stratégies pour assurer la qualité des poussins; 6) travailler sur l'application et la surveillance grâce au Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme des PPC.

Le succès ne sera pas possible sans la participation active de tous les membres de la chaîne de valeur de l'industrie, et les PPC encouragent fortement chacun d'entre vous à s'engager pleinement dans le processus pour élaborer une stratégie de mise en œuvre afin de promouvoir une industrie canadienne du poulet robuste et unie.

Harmoniser le PASAF et le Programme de soins aux animaux à la marque « Élevé par un producteur canadien »



LA MARQUE CONNAÎT DE PLUS EN PLUS DE SUCCÈS. EN EFFET, ELLE A ÉTÉ ADOPTÉE PAR 18 ENTREPRISES DE VENTE AU DÉTAIL, DE SERVICES ALIMENTAIRES ET DE TRANSFORMATION PRIMAIRE JUSQU'À MAINTENANT.

La marque « Élevé par un producteur canadien » des PPC a été lancée à la fin de 2013. La marque est présentée sous la forme d'un logo distinct qui est proposé aux détaillants, aux transformateurs primaires et aux exploitants de services alimentaires canadiens afin qu'ils l'apposent sur leurs emballages pour promouvoir le poulet canadien auprès des consommateurs. Pour appuyer la marque, une campagne promotionnelle classique et numérique à grande échelle a été créée afin de répondre à la volonté des consommateurs canadiens, qui souhaitent connaître l'origine de leur poulet, et de renforcer l'image déjà saine du poulet canadien.

La marque connaît de plus en plus de succès. En effet, elle a été adoptée par 18 entreprises de vente au détail, de services alimentaires et de transformation primaire jusqu'à maintenant.

À ce jour, la stratégie de marque est axée sur le message selon lequel les producteurs de poulet canadiens élèvent un poulet frais et nutritif, contenant peu de matières grasses et bon pour la santé qui contribue à une alimentation plus saine pour les familles canadiennes. À l'avenir, ce message évoluera afin de promouvoir que le poulet canadien fait partie d'une saine alimentation et est élevé par des producteurs de confiance.

Cette nouvelle orientation du message de marque est appuyée par le fait que l'acceptabilité sociale et la confiance du public sont maintenant des enjeux déterminants pour l'agriculture au Canada. En effet, les préoccupations des consommateurs évoluent pour inclure de plus en plus d'enjeux, et nous devons maintenir leur confiance envers nos producteurs et nos produits afin de demeurer en affaires.

Les producteurs de poulet canadiens ont déjà fait beaucoup de travail sur des programmes et politiques qui s'attaquent aux enjeux relatifs à la confiance du public, et la stratégie a dorénavant pour but de tirer profit de ce travail en l'associant au logo de la marque. À cette fin, les PPC s'affairent actuellement à repositionner la marque du Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme (PASAF), du Programme de soins aux animaux (PSA) et de la nouvelle Stratégie

de durabilité afin qu'ils s'harmonisent mieux avec la marque. L'objectif est donc que les consommateurs cherchent le logo « Élevé par un producteur canadien » sur le poulet qu'ils achètent et qu'ils sachent que ce logo confirme qu'il s'agit non seulement de poulet canadien sain, mais de poulet élevé selon des normes strictes en matière de salubrité des aliments et de bien-être animal.

L'élaboration des nouveaux logos a été entamée pour chacun des nouveaux programmes suivants :

**Élevé par un producteur canadien
Programme de salubrité des aliments**

**Élevé par un producteur canadien
Programme de soins aux animaux**

**Élevé par un producteur canadien
Excellence en durabilité**

Les logos ressembleront fortement au logo « Élevé par un producteur canadien » pour assurer l'uniformité et veiller à ce que les consommateurs les reconnaissent.

Les PPC se réjouissent de cette nouvelle initiative et de l'occasion de promouvoir davantage les efforts de nos producteurs de poulet de partout au pays. C'est ce qui donne un sens à la marque et qui alimente la croissance de notre industrie. Demeurez à l'affût pour d'autres mises à jour une fois que l'élaboration des logos sera complétée ! **R**

Lancement de l'édition 2017 du programme Les producteurs canadiens font croître nos communautés

Le programme Les producteurs canadiens font croître nos communautés donne aux producteurs canadiens l'occasion de renforcer leurs communautés.

Le 27 janvier 2017 – Le 150e anniversaire du Canada constitue une excellente occasion pour célébrer le rôle historique qu'ont joué les producteurs dans l'essor de notre nation. Financé par le Fonds Monsanto, le programme Les producteurs canadiens font croître nos communautés donne aux producteurs canadiens une nouvelle occasion de renforcer leurs communautés en s'inscrivant pour gagner 2 500 \$ à remettre à l'organisme caritatif de leur choix.


Au cours des cinq premières années d'existence du programme, plus de 300 organismes caritatifs ruraux ont touché près d'un million de dollars grâce au soutien de producteurs. Les témoignages fascinants des producteurs, des organismes caritatifs et de leurs liens avec leur communauté dépeignent un portrait coloré du Canada rural qui sera maintenant dévoilé sur le blogue du programme Les producteurs canadiens font croître nos communautés.

Selon Kelly Funke, directrice des affaires publiques chez Monsanto Canada, « Les producteurs sont souvent des héros oubliés de l'histoire canadienne, mais ils méritent notre reconnaissance pour toutes leurs contributions. C'est pourquoi nous avons créé ce programme, et c'est aussi pour cette raison que nous avons ajouté à notre site Web un blogue qui permettra de mieux mettre en valeur les histoires des producteurs héroïques et des organismes caritatifs qu'ils ont choisis. »

La liste d'organismes caritatifs peut comprendre presque tous les organismes sans but lucratif situés dans des régions rurales canadiennes. Parmi les gagnants, on retrouve des clubs 4-H locaux, des garderies rurales, des bibliothèques, des services de pompiers bénévoles, des hôpitaux, des écoles, des sociétés agricoles, des centres pour personnes âgées et d'autres installations communautaires.

Nous encourageons les producteurs qui envisagent de présenter une demande à visiter le blogue du programme Les producteurs canadiens à l'adresse <http://canadasfarmers.ca/blog/> (en anglais seulement) pour trouver de l'inspiration et choisir leur organisme caritatif ou sans but lucratif. Il suffit de 5 minutes pour présenter une demande et participer au tirage au sort.

Une fois de plus, en 2017, deux subventions de 2 500 \$ seront décernées dans chacun des 33 territoires se trouvant dans les régions de culture céréalière du nord-est de la Colombie-Britannique (district de la rivière de la Paix), de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba, de l'Ontario, du Québec et des provinces maritimes. La période d'inscription est ouverte jusqu'au 30 septembre 2017. Tout le monde peut proposer un organisme caritatif à un producteur ! Il suffit de visiter le www.canadasfarmers.ca/fr/ pour consulter tous les règlements du concours et soumettre une demande en remplissant le formulaire en ligne. Les gagnants seront désignés par tirage au sort vers le 1^{er} novembre 2017 puis avisés le 15 novembre 2017 au plus tard.

Pour en savoir plus, visitez le : www.canadianpoultrymag.com (en anglais seulement). 



LES PRODUCTEURS SONT SOUVENT DES HÉROS OUBLIÉS DE L'HISTOIRE CANADIENNE, MAIS ILS MÉRITENT NOTRE RECONNAISSANCE POUR TOUTES LEURS CONTRIBUTIONS. C'EST POURQUOI NOUS AVONS CRÉÉ CE PROGRAMME, ET C'EST AUSSI POUR CETTE RAISON QUE NOUS AVONS AJOUTÉ À NOTRE SITE WEB UN BLOGUE QUI PERMETTRA DE MIEUX METTRE EN VALEUR LES HISTOIRES DES PRODUCTEURS HÉROÏQUES ET DES ORGANISMES CARITATIFS QU'ILS ONT CHOISIS.

Le succès de l'audit par un tiers démontre l'efficacité de la mise en œuvre des programmes à la ferme



En 2016, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont entamé la mise en œuvre d'un système d'audits par un tiers pour leur Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme (PASAF) et leur Programme de soins aux animaux (PSA). La première année d'audits étant maintenant terminée, le rapport d'audit final confirme que le travail a été bien fait : le PASAF et le PSA ont été mis en œuvre efficacement, et les mesures préventives en lien avec la salubrité des aliments et le bien-être animal ont été appliquées rigoureusement.

C'est grâce au travail collectif de tous les producteurs que nous pouvons célébrer et promouvoir ce succès. Ce rapport d'audit est arrivé à un moment critique pour l'industrie canadienne du poulet. En effet, nos partenaires en aval dans les secteurs de la vente au détail et de la restauration faisaient (et font encore) face à de fortes pressions à propos des normes en vigueur à la ferme. Il est essentiel de disposer de normes crédibles afin de répondre aux critiques sur notre industrie et de veiller à l'application d'une norme nationale unique pour l'ensemble des fermes canadiennes d'élevage de poulets. Or, les audits par un tiers sont devenus une composante incontournable de ces normes.

L'audit par un tiers que nous avons mis en place couvre de manière exhaustive non seulement la mise en œuvre à la ferme, mais aussi l'évaluation des auditeurs des PPC dans le but de s'assurer que leur travail est uniforme et conforme. De plus, des audits du système de gestion sont réalisés à l'échelle provinciale et nationale.

Les audits par un tiers sont réalisés par NSF International, un organisme de certification tiers reconnu à l'échelle internationale et agréé auprès de l'American National Standards Institute pour la norme ISO 17065. Les auditeurs sont des professionnels possédant des années d'expérience dans les audits en lien avec le bien-être animal et la salubrité des aliments pour le secteur agricole. Des audits par un tiers ont été réalisés dans toutes les provinces, et plus de 90 % des auditeurs à la ferme des PPC ont été évalués.

Ces audits se poursuivront chaque année et seront un outil important qui permettra aux PPC de démontrer et de promouvoir l'efficacité de leurs programmes à la ferme de même que l'excellent travail que réalisent tous leurs producteurs pour assurer le maintien de nos normes élevées.

Félicitations ! L'engagement de tous les producteurs à l'égard de ces programmes représente une grande partie du succès de notre industrie en pleine croissance. **R**



Il ne reste qu'un autre numéro !

Le bulletin passera au numérique à partir d'août 2017.

Assurez-vous que l'office provincial a vos coordonnées actuelles, notamment votre adresse courriel pour continuer à recevoir le bulletin *Le Poulet Canadien* une fois numérisé.