

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RAPPORT ANNUEL 2018



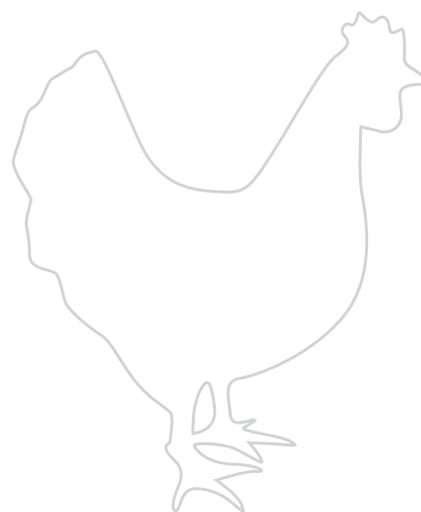


tél : 613-241-2800 | tél : 613-241-5999 | courriel : ppc@poulet.ca

www.poulet.ca | www.producteursdepoulet.ca

Table des matières

à notre sujet.....	2
rapport du président et du directeur exécutif.....	4
conseil d'administration et comités.....	6
changements et mises à jour concernant le personnel.	8
Les membres du personnel	10
entente opérationnelle et allocation.....	12
gouvernance.....	13
planification stratégique.....	14
suivi et application.....	21
responsabilité sociale de l'entreprise.....	22
surveillance du marché 2018.....	24
relations gouvernementales.....	32
mise à jour sur le commerce et la politique.....	38
salubrité des aliments à la ferme.....	46
L'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ceux-ci.....	48
soins aux animaux.....	50
recherches avicoles.....	54
durabilité.....	56
stratégie de marque et relations avec les consommateurs	58
stratégie de relations publiques.....	66
rapport de l'auditeur indépendant.....	72
état de la situation financière.....	74
notes complémentaires	78



À l'intention du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada, l'honorable Marie-Claude Bibeau, et du Conseil des produits agricoles du Canada.

Conçu à l'interne.



À notre sujet

notre mandat

Le mandat des Producteurs de poulet du Canada (PPC) comporte deux grands volets. Notre principale responsabilité est de veiller à ce que nos 2 800 producteurs produisent la bonne quantité de poulet frais, salubre et de grande qualité pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Ce système dynamique de gestion des risques qui encadre nos activités est communément appelé la « gestion de l'offre ».

notre vision

Le poulet canadien : la protéine préférée et digne de confiance des consommateurs.

notre mission

Diriger et faire croître une industrie canadienne du poulet durable, tout en renforçant la confiance des Canadiens et en créant de la valeur pour eux.

Dans le cadre de ce système :

- » Les producteurs, les transformateurs, les surtransformateurs et les représentants du secteur de la restauration de l'ensemble du pays se réunissent toutes les huit semaines pour décider, en fonction de la demande du marché, de la quantité de poulet à produire.
- » Les PPC surveillent le respect des allocations de contingents provinciaux – pour veiller à ce que chaque province produise autant de poulet que le volume convenu.
- » Les PPC surveillent le commerce interprovincial ou l'expansion du marché du poulet.

Une autre de nos responsabilités consiste à représenter les intérêts des producteurs canadiens de poulet et de l'industrie canadienne du poulet. Les PPC jouent un rôle clé dans l'élaboration et la gestion, en partenariat, de programmes pour les producteurs canadiens de poulet afin de prouver que les producteurs continuent d'élever des poulets de haute qualité qui inspirent confiance aux consommateurs canadiens.

Grâce à des programmes comme nos programmes d'excellence en développement durable, de la salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* et d'autres initiatives de biosécurité, les PPC travaillent en étroite collaboration avec des partenaires du gouvernement et des intervenants de l'industrie pour faire en sorte que l'industrie demeure innovatrice et réceptive.

Grâce à notre programme de relations avec le gouvernement, les PPC veillent à ce que les principaux décideurs du gouvernement comprennent bien le point de vue des producteurs canadiens de poulet et à ce qu'ils en tiennent compte au moment de prendre des décisions importantes en matière de politiques agricoles et commerciales.

notre conseil d'administration

Nos orientations et nos politiques sont établies par un conseil d'administration de 15 membres. Ce conseil est composé de producteurs nommés par les offices provinciaux de commercialisation du poulet. Les membres non-producteurs, soit un représentant du secteur de la restauration, un autre du secteur de la surtransformation, et deux du secteur de la transformation, sont nommés par leur association nationale respective. De cette façon, les PPC Canada et les intervenants travaillent en collaboration au nom de l'industrie canadienne du poulet, des producteurs jusqu'aux consommateurs.

Les Canadiens veulent du poulet élevé au Canada, alors nous leur livrons un aliment frais et élevé localement, comme ils le demandent. Nos producteurs constituent une force stabilisatrice dans le Canada rural, où ils peuvent réinvestir, et le font effectivement avec confiance dans leurs communautés, mais leur impact est beaucoup plus important. En somme, nous faisons partie de la solution économique du Canada, nous apportons notre contribution sans subventions et sommes très fiers de ces deux aspects.

Le secteur du poulet au Canada apporte une contribution précieuse aux économies des collectivités rurales et urbaines d'un océan à l'autre. En plus des 2 800 producteurs de poulet et des 191 transformateurs, le secteur génère des emplois non seulement dans l'agriculture et la transformation, mais également dans le domaine vétérinaire, les secteurs du transport, de la vente au détail, de la restauration et plus encore.

Au total, le secteur :

- » maintient 87 200 emplois;
- » contribue au produit intérieur brut du Canada à hauteur de 6,8 milliards de dollars;
- » verse 2,2 milliards de dollars en impôts;
- » achète 2,6 millions de tonnes d'aliments, appuyant ainsi d'autres producteurs.

Les gens accordent beaucoup d'importance à leur nourriture. Ils veulent en connaître la provenance et avoir l'assurance que ce qu'ils servent à leur famille et à leurs amis est de la plus haute qualité. Nos producteurs et leurs familles ont les mêmes soucis. Par conséquent, quand nous disons que l'industrie canadienne du poulet est bonne pour les Canadiens, c'est parce que nous savons que nous élevons nos poulets selon les normes les plus rigoureuses : les vôtres.






Rapport du président et du directeur exécutif

Cette année, nous célébrons notre 40^e anniversaire, et nous ne pouvions pas laisser passer l'occasion de souligner cette étape en compagnie de nos collègues producteurs, de nos partenaires de l'industrie et de nos intervenants.

Au cours des quatre dernières décennies, nous avons tous travaillé dans un but commun : faire de l'industrie canadienne du poulet la meilleure qui soit. Nous pouvons célébrer le fait que nous demeurons des chefs de file mondiaux en matière de salubrité des aliments, de soins aux animaux et de qualité. Et nous pouvons également célébrer la stabilité de notre système de gestion de l'offre, qui profite à tous ses participants.

Notre produit est en forte demande, et sa consommation augmente sans cesse, car de plus en plus de Canadiens intègrent le poulet à leurs saines habitudes de vie.

Notre anniversaire nous rappelle tout le chemin parcouru par l'industrie canadienne du poulet au cours des quatre dernières décennies. Durant toutes ces années, nous avons quadruplé notre production, et la consommation de poulet a plus que doublé. Et grâce à une autre année de croissance record, le poulet demeure la viande numéro un au Canada.

Nous continuons de raconter, et de vivre, notre belle réussite canadienne, une réussite qui fait l'envie de plusieurs.

L'une des principales raisons de notre succès est notre capacité à évoluer et à nous adapter en période de changement. Et si nous y parvenons, c'est en

partie en raison de notre processus de planification stratégique rigoureux, qui nous permet de fournir à l'industrie canadienne du poulet des objectifs clairs et communs pour l'année à venir – ainsi que pour les suivantes – et de veiller à ce que tous les intervenants de l'industrie adoptent une orientation bien définie dans un but commun.

Tout au long du processus de planification, nous comptons sur nos partenariats, sur la collaboration, et sur la coopération dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet. À cet égard, le conseil d'administration lui-même joue un rôle essentiel dans l'établissement des objectifs annuels de l'industrie du poulet, conformément au cadre plus vaste de la stratégie quinquennale des PPC.

La précédente stratégie quinquennale s'est achevée à la fin de 2018, et nous avons adopté une nouvelle orientation, laquelle est gouvernée par la stratégie quinquennale lancée le 1er janvier de cette année.

Avant, pendant et après la mise sur pied du comité directeur du plan stratégique, nous avons consulté les offices provinciaux et les intervenants de l'industrie afin de veiller à ce que nous soyons tous sur la même longueur d'onde et prêts à établir ensemble un processus qui nous mènerait au succès. Il est en effet essentiel, pour continuer à avoir du succès, de collaborer et de parvenir à une harmonisation quant aux questions d'intérêt mutuel.

Cette nouvelle stratégie a été lancée et servira de base à l'établissement et à l'évaluation des objectifs annuels de l'organisation. Penser stratégiquement et prendre des mesures qui permettront de diriger et de faire croître une industrie canadienne du poulet durable font maintenant partie de la mission de notre organisation.

Notre extraordinaire produit demeure le choix numéro un au pays. Les Canadiens veulent du poulet canadien, et notre travail consiste à produire le poulet qu'ils demandent. D'ailleurs, la marque *Élevé par un producteur canadien* les aide à le trouver.

Nous avons à nouveau connu une croissance en 2018, pour la 9^e année consécutive! Une augmentation remarquable de 5,1 % par rapport à 2017. Or, cette croissance remarquable est directement liée aux efforts que nous déployons tous en vue de contribuer à notre belle réussite canadienne.

Le dossier du commerce international a accaparé une grande partie de notre attention et de nos ressources en 2018. Nous avons en effet consacré d'innombrables heures à des réunions portant sur l'ALENA (maintenant l'ACEUM) et sur l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

Nous envisageons une année 2019 tout aussi chargée que les années précédentes; le groupe de travail sur la volaille traitera des mesures d'atténuation découlant de l'ACEUM et du PTPGP, et surveillera les négociations commerciales qui peuvent avoir un effet sur notre pilier du contrôle des importations.

L'industrie canadienne du poulet a évolué et est demeurée pertinente, malgré les nombreux défis affrontés. Certains de ces défis sont toujours d'actualité, tandis que d'autres sont chose du passé.

Ensemble, le conseil d'administration des PPC et tous ses comités n'ont ménagé aucun effort pour aborder ces défis et les relever. Merci à tous les administrateurs, et particulièrement à mes collègues membres du Comité exécutif, ainsi que tous les membres du personnel pour leur travail acharné et leur soutien.

J'aimerais également remercier le Conseil des produits agricoles du Canada pour son appui et ses conseils au cours de la dernière année, et souhaiter la bienvenue à Brian Douglas, son nouveau président. Nous sommes impatients de connaître, aux côtés des membres Maryse Dubé, Mike Pickard et Yvon Cyr, une autre année de collaboration dans le cadre des mandats confiés à chaque organisation.

La croissance de la consommation, le travail réalisé pour réduire les importations frauduleuses, la création de la marque et les programmes de salubrité des aliments et de soins aux animaux ne sont que quelques-uns des exemples de l'excellent travail accompli. Nous avons affronté ces défis, nous avons grandi ensemble et nous envisageons un avenir prometteur.

Tant que nous continuerons de collaborer et de réaliser ensemble ces ambitions stratégiques, l'industrie canadienne du poulet pourra continuer de croître – et son produit demeurera la protéine numéro un et digne de confiance des Canadiens.

Au cours des quatre dernières décennies, nous avons tous travaillé dans un but commun : faire de l'industrie canadienne du poulet la meilleure qui soit.

conseil d'administration et comités



conseil d'administration

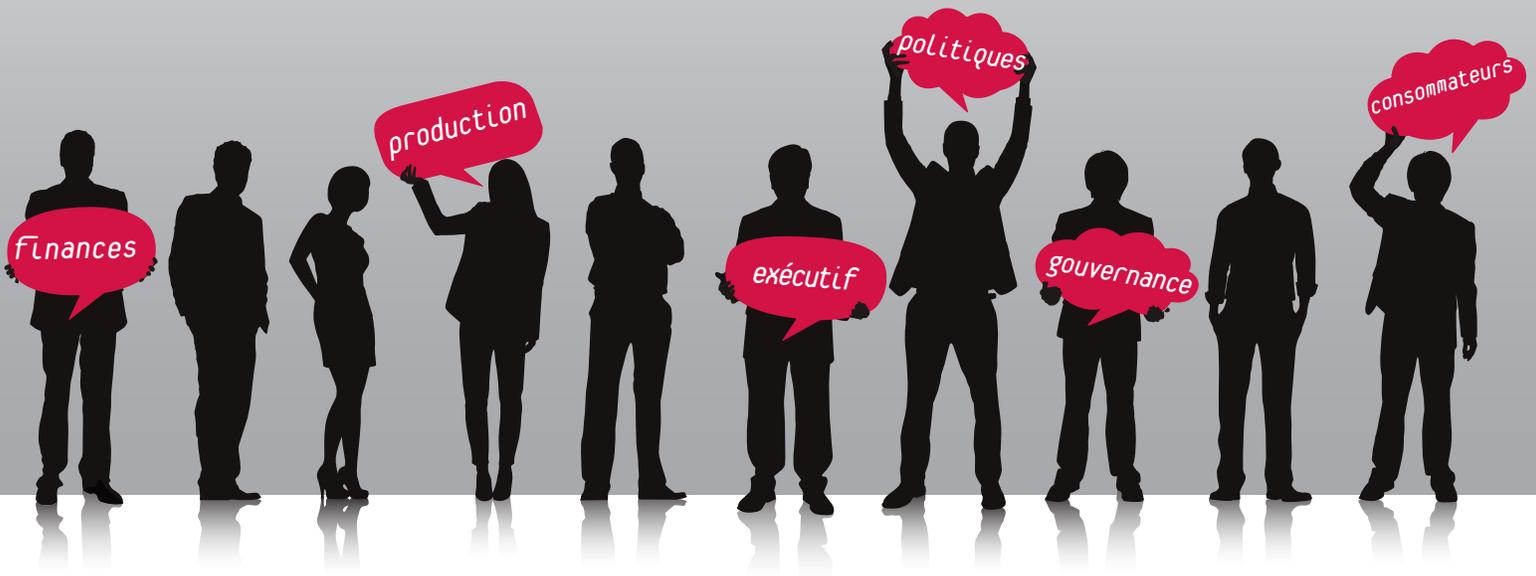
De gauche à droite

Président : Benoît Fontaine (Québec)
Derek Janzen (Colombie-Britannique)
Dennis Steinwand (Alberta)
Nick Langelaar (Saskatchewan)
Leonard Klassen (Manitoba)

Tim Klompmaker (Ontario)
François Cloutier (Québec)
Marc Cormier (Nouveau-Brunswick)
Nick de Graaf (Nouvelle-Écosse)
Barry Uyterlinde
(Île-du-Prince-Édouard)

Paul Dunphy (Terre-Neuve-et-Labrador)
Yvan Brodeur (Conseil canadien des
transformateurs d'œufs et de volaille,
CCTOV)
Craig Evans (CCTOV)
Don Kilimnik (Association canadienne
des surtransformateurs de volailles)
Paolo DiManno (Restaurants Canada)

comités



comités

comité exécutif :

Président – Benoît Fontaine
1st vice-président – Derek Janzen
2nd vice-président – Nick de Graaf
Membre de l'exécutif – Tim Klompmaker

comité des finances :

Président – Barry Uyterlinde
Yvan Brodeur
Dennis Steinwand

comité des politiques :

Président – Tim Klompmaker
François Cloutier
Marc Cormier
Craig Evans
Derek Janzen

comité de production :

Président – Nick de Graaf
Rick Kaptein (remplaçant de l'Ontario)
Lucy McKee (remplaçante du CCTOV)
Dennis Steinwand
Marco Volpé (remplaçant de la N.-B.)

comité de gouvernance :

Président – Dennis Steinwand
Don Kilimnik
Tim Klompmaker

comité des relations avec les consommateurs :

Président – Leonard Klassen
Paolo DiManno
Ron teStroete

représentants :

Fédération canadienne de l'agriculture :
Leonard Klassen

Conseil de recherches avicoles du Canada :
Rick Kaptein

Le Conseil national pour les soins aux animaux
d'élevage (CNSAE) : Nick de Graaf

Conseil national sur la santé et le bien-être des
animaux d'élevage : Marco Volpé



changements et mises à jour concernant le personnel

Un remaniement interne a eu lieu chez les PPC. Quelques changements sont déjà entrés en vigueur tandis que d'autres entreront en vigueur dès que les postes en question seront pourvus.

services des ressources humaines, de l'administration et des finances

Le 4 juin 2018, Lori Piché a été promue du poste d'agente de conformité et a été affectée au rôle de directrice des finances des PPC, remplaçant le directeur sortant Didier Paultre.

Jolyn Bourque, coordonnatrice des services administratifs par intérim pendant le congé de maternité d'Isabelle Dean, a accepté un nouveau poste au sein du service des finances comme coordonnatrice des finances. La coordonnatrice des finances rend compte à Lori Piché.

Le nom du poste de Jae Yung Chung a passé d'agente principale des finances à analyste financière principale.

Le nom du poste de Maria Elena Baisas est passé de comptable à agente des finances.

Le poste de coordonnateur des services administratifs a été aboli et le poste de coordinateur de la traduction et du bureau, que nous cherchons actuellement à pourvoir, assumera la responsabilité de certaines des tâches administratives restantes en plus de la coordination principale de la traduction. Le coordonnateur de la traduction et du bureau rendra compte à Lisa Riopelle.

Lisa Riopelle a été promue du poste d'agente principale des ressources humaines et des services administratifs à celui de directrice des ressources humaines et des services administratifs.

service du commerce

Yves Ruel a été promu du poste de directeur du commerce et des politiques à celui de directeur exécutif adjoint et il secondera le directeur exécutif. Il continuera à gérer le service du commerce et des politiques.

cadres supérieurs et service des communications

Le poste de coordonnateur des relations avec les consommateurs sera aboli et nous cherchons actuellement à pourvoir un nouveau poste au sein du service des communications : agent principal du contenu créatif. L'agent principal du contenu créatif rendra compte à Lisa Bishop-Spencer, directrice de la marque et des communications.

Erin Callary a accepté un nouveau poste au sein du service des affaires publiques, soit celui de coordonnatrice des affaires publiques. Aline Porrior, agente des relations publiques, passera du service des communications au service des affaires publiques. Les deux rendront compte à Lauren Kennedy.

Lauren Kennedy a été promue du poste d'agente principale des relations gouvernementales à celui de directrice des affaires publiques.

Les noms des postes des cadres supérieurs des PPC passeront de « gestionnaires » à « directeurs ».

DU NOUVEAU AU POULAILLER

Christine Power s'est jointe à l'équipe des Producteurs de poulet du Canada le 3 juillet 2018 au poste de directrice des soins aux animaux et du développement durable. Christine possède un doctorat en médecine vétérinaire ainsi qu'une maîtrise ès sciences en salubrité alimentaire et en épidémiologie. Elle apporte à l'équipe une vaste expérience en gestion qu'elle a acquise à l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Désormais, Jennifer Gardner, agente des soins aux animaux et de la recherche, rendra compte à Christine Power au sein du service des soins aux animaux et du développement durable.

LES DÉPARTS DU POULAILLER

Didier Paultre, directeur des finances et des services administratifs, a démissionné des PPC le 1^{er} juin 2018, car il retourne en Haïti afin d'aider sa famille avec l'entreprise familiale.

Dally-Diane Nzinahora, coordonnatrice de traduction, a démissionné des PPC le 27 juillet 2018 pour s'accorder un peu de temps pour elle-même et poursuivre une nouvelle carrière.

Le contrat de Jessica Singh a pris fin le 16 octobre 2018; Jessica Heyerhoff est revenue de son congé de maternité pour reprendre son poste de coordonnatrice des communications et des politiques.

ANNIVERSAIRES

20 ans

4 mai – Yves Ruel

15 ans

5 août – Jennifer Gardner

10 ans

18 mai – Lisa Riopelle

8 septembre – Maria Elena Baisas



**Les Producteurs de
poulet du Canada**
**Chicken Farmers
of Canada**

40^e anniversaire des PPC

Les Producteurs de poulet du Canada ont fêté leur 40^e anniversaire le 28 décembre 2018.

Au cours des 40 dernières années, nous avons tous travaillé fort afin que l'industrie canadienne du poulet soit à son mieux.

Nous pouvons célébrer le fait que nous continuons à figurer parmi les chefs de file mondiaux en matière de salubrité des aliments, de soins aux animaux, et de qualité.

Nous pouvons célébrer la stabilité de notre système de gestion de l'offre, dans lequel chaque producteur qui y participe peut en tirer profit.

La fondation en 1978 de l'Office canadien de commercialisation du poulet, qui est maintenant connu sous le nom des Producteurs de poulet du Canada, était le résultat de plusieurs années de travail acharné et de coopération.

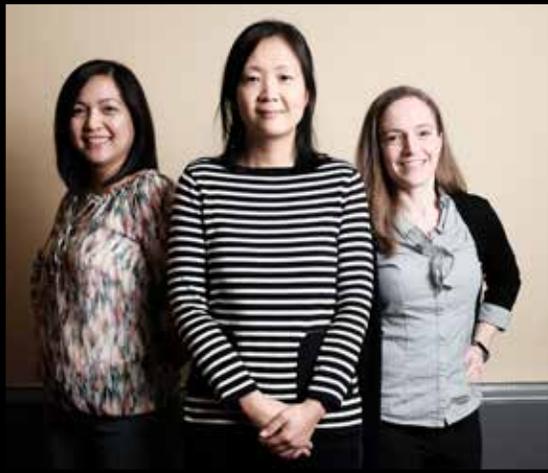
C'est ce travail acharné qui a permis aux producteurs d'avoir une organisation et qui a favorisé l'efficacité tout en assurant que l'industrie demeure concurrentielle.

Les consommateurs avaient donc droit à un approvisionnement stable et fiable en poulet de haute qualité à un prix raisonnable, et les producteurs obtenaient une rémunération favorable pour leur travail. C'est encore ainsi aujourd'hui.

La demande pour notre produit est élevée et le taux de consommation continue d'augmenter, car de plus en plus de Canadiens comptent le poulet parmi leurs choix de vie sains.

Notre anniversaire nous rappelle à quel point l'industrie canadienne du poulet a évolué au cours des 40 dernières années.

Pendant cette période, nous avons quadruplé notre production de poulet et les consommateurs mangent deux fois plus de poulet aujourd'hui qu'à l'époque.



Les membres du personnel

finances

Maria Elena Baisas
agente des finances

Jae Yung Chung
analyste financière principale

Lori Piché
directrice des finances



La direction générale

Nicole Faubert
adjointe de direction

Michael Laliberté
directeur exécutif

Lauren Kennedy
directrice des affaires publiques



Administration et ressources humaines

Bibiane Rietveld
*coordonnatrice des réunions et
secrétaire*

Lisa Riopelle
*directrice des ressources humaines et
de l'administration*

Jolyn Bourque
*coordonnatrice des services
administratifs*



salubrité des aliments et de la santé animale

Caroline Wilson
*agente de la salubrité des aliments et
auditrice interne*

Steve Leech
*directeur de la salubrité des aliments
et de la santé animale*

Jessica Heyerhoff
*coordonnatrice des communications et
des politiques*



La marque et des communications

Karen Ronayne
conceptrice graphique

Marty Brett
agent principal des communications corporatives

Erin Callary
coordonnatrice des relations avec les consommateurs

Lisa Bishop-Spencer
directrice de la marque et des communications

Elyse Ferland
principale des relations avec les consommateurs

Aline Porrior
agente des relations publiques



Information sur les marchés et systèmes

Kyle Deslauriers
analyste des marchés

Jan Rus
directeur de l'information sur les marchés et systèmes

Denis Nadeau
analyste des systèmes de gestion



Commerce et politiques

Tara Molloy
analyste principal des politiques

Yves Ruel
directeur exécutif adjoint



Soins aux animaux et du développement durable

Christine Power
directrice des soins aux animaux et du développement durable

Jennifer Gardner
coordonnatrice - agente des soins aux animaux et recherche

entente opérationnelle et allocation

Au début de l'année, le conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada (PPC) a établi une cible de croissance à moyen terme de 3 % pour les périodes A-151 à A-156. Cette cible est non contraignante, mais donne au conseil d'administration et à l'industrie une idée de ce qui est attendu sur le plan de la croissance pour l'année à venir.

Le conseil d'administration a continué d'établir deux allocations lors de la même réunion. Ainsi, le taux de croissance prévu et l'allocation, pour un groupe de deux périodes d'allocation, sont fixés à toutes les deux réunions. Les allocations pour les périodes A-151 et A-152 ont été établies lors de la réunion de mars 2018, celles pour les périodes A-153 et A-154, en juillet, puis finalement celles pour A-155 et A-156, lors de la dernière réunion du conseil d'administration de l'année, en novembre.

auprès des provinces. Bien qu'il semble y avoir une meilleure compréhension quant à ce que le programme devrait ou ne devrait pas être, aucune décision finale n'a encore été prise, et on s'attend à ce que le développement du programme se poursuive en 2019.

À la lumière de la sous-production saisonnière souvent observée pendant les mois d'été en général et de l'expérience vécue pendant l'été 2017, particulièrement avec les produits frais, les administrateurs ont décidé d'assouplir l'enveloppe de surcommercialisation pour les périodes A-150 et A-151, la faisant passer de 102 % à 104 %, afin d'offrir aux provinces plus de flexibilité pour produire la totalité de leur allocation.

Comme par le passé, les PPC ont participé à trois réunions du comité consultatif des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC). Le rôle de ce comité est de conseiller le conseil d'administration des POIC au sujet de la demande prévue pour le poulet et de la production requise pour satisfaire à cette demande au cours des années à venir, aidant ainsi les POIC à produire le bon nombre d'œufs d'incubation et de poussins. Les recommandations du comité étaient conformes à la croissance qu'a connue l'industrie au cours des dernières années.

Les recommandations
du comité étaient
conformes à la
croissance qu'a connue
l'industrie au cours
des dernières années.

Toutes les provinces de l'Atlantique, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard, ont continué à recevoir en 2018 des kilogrammes en vertu de l'Entente relative aux mesures de sauvegarde au Canada atlantique. Au printemps 2018, les PPC ont reçu une demande du Conseil des produits agricoles du Canada visant à inclure cette entente dans l'Entente opérationnelle, puisqu'elle constitue une importante composante de la méthodologie d'allocation. Or, la modification de l'Entente opérationnelle est souvent un processus long et complexe. Ainsi, des discussions ont été tenues afin de déterminer le meilleur processus à suivre. L'objectif est d'intégrer l'Entente relative aux mesures de sauvegarde au Canada atlantique en en faisant un addenda à l'Entente opérationnelle, pour ensuite demander l'approbation de tous les signataires en 2019.

Les discussions à propos d'un programme pour les petites exploitations agricoles se sont poursuivies en 2018, entre autres sous forme de délibérations au sein du Comité des politiques et de consultations



Gouvernance

Conformément à l'engagement continu des Producteurs de poulet du Canada (PPC) envers l'amélioration, les administrateurs des PPC ont mis en œuvre de nouvelles pratiques exemplaires pour leurs comités dans l'objectif d'assurer l'uniformité et l'efficacité des comités permanents et spéciaux des PPC. Les administrateurs ont également modifié la politique sur l'élection des présidents des comités, qui stipule maintenant que seuls des administrateurs peuvent assumer la présidence des comités.

En 2018, les PPC ont mis à jour leur politique de dénonciation afin d'établir le rôle du conseil d'administration dans l'éventualité où un administrateur ou un membre du personnel enfreindrait à un règlement ou à une politique. Afin d'assurer la conformité au Code canadien du travail et aux exigences en matière de droits de la personne, les administrateurs des PPC ont également mis en œuvre une Politique de lutte contre le harcèlement et la discrimination. Ces deux politiques s'appliquent aux administrateurs, aux remplaçants et aux membres du personnel.

Il incombe au conseil d'administration de veiller à ce qu'une évaluation du rendement du directeur exécutif soit réalisée, puisque le conseil d'administration est ultimement responsable de la stratégie et du rendement de l'organisation. Le conseil d'administration s'acquiesce de cette responsabilité par l'intermédiaire de son directeur exécutif, qui doit assurer la gestion quotidienne de l'organisation en respectant les directives et l'orientation établies par le conseil d'administration. En 2018, les administrateurs ont revu le processus d'évaluation du rendement du directeur exécutif sur la base de principes relatifs aux pratiques exemplaires. Le nouveau processus a été mis en œuvre à la fin de 2018.

Une autre initiative importante consistait à mettre en place une évaluation du conseil d'administration et des administrateurs. Depuis quelques années, les administrateurs prennent du temps après chaque réunion pour évaluer l'efficacité de la réunion du conseil d'administration et suggérer des améliorations. Ainsi, en plus de maintenir les évaluations des réunions du conseil d'administration, les administrateurs ont mis en place les éléments suivants :

- » Auto-évaluation des administrateurs
- » Évaluation des administrateurs par les pairs
- » Évaluation du président
- » Évaluation de l'efficacité du conseil d'administration

L'objectif de ces évaluations est de cibler les aspects à améliorer, notamment des occasions de développement professionnel, et de déterminer si le conseil d'administration dans son ensemble a un bon rendement. Ces évaluations ont été lancées à la fin de 2018 et seront complétées au début de 2019.

Les PPC sont déterminés à assurer le développement professionnel continu des administrateurs et du personnel. Ainsi, tout au long de 2018, plusieurs administrateurs ont suivi le Programme OBNL de l'Institut des administrateurs de sociétés.

En mai, un séminaire d'orientation destiné aux nouveaux administrateurs, remplaçants, membres du personnel et intervenants de l'industrie a eu lieu afin de renseigner les nouveaux joueurs sur la gouvernance, les priorités et les fonctions des PPC.

Le séminaire sur la gouvernance visait particulièrement à présenter quel type d'organisation forment les PPC, ce qui a donné lieu à une discussion approfondie au sujet de leur rôle et de leurs responsabilités. Tout au long de l'année, les PPC ont tenu des rencontres avec le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) afin de discuter d'enjeux propres à la gouvernance en lien avec la réglementation et l'Accord fédéral-provincial. L'objectif a toujours été de maintenir avec le CPAC une relation bénéfique fondée sur les rôles confiés à chacune des organisations.

Conformément aux lignes directrices du CPAC concernant la nomination des vérificateurs – établies en 2010 – BDO Canada LLP a entamé sa 3^e année en tant que vérificateur nommé par le gouverneur en conseil pour la période couvrant 2016 à 2020.

Les administrateurs des PPC ont mis en œuvre de nouvelles pratiques exemplaires pour leurs comités dans l'objectif d'assurer l'uniformité et l'efficacité des comités permanents et spéciaux des PPC.

Planification stratégique

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) adhèrent à un processus de planification stratégique rigoureux afin de fournir à l'industrie canadienne du poulet des objectifs clairs et communs pour l'année à venir – ainsi que pour les suivantes – de manière à ce que tous les intervenants de l'industrie adoptent une orientation bien définie dans un but commun.

Élaboration du prochain plan stratégique quinquennal (2019-2023)

L'année 2018 a été la dernière année du plan stratégique quinquennal actuel des PPC, et un nouveau Comité directeur du plan stratégique quinquennal a été formé à la fin de 2017. Celui-ci avait pour mandat de mener un sondage auprès de l'industrie, de définir sa mission, d'articuler sa vision et d'établir un processus menant au succès. Pour ce faire, il a misé sur des partenariats solides et de nouvelles occasions, et a formulé des recommandations quant aux priorités pour l'avenir.

Le Comité directeur du plan stratégique, composé de membres issus de l'ensemble de l'industrie, était composé de :

- » Benoît Fontaine, président des Producteurs de poulet du Canada (producteur du Québec)
- » Ed Benjamins (producteur de l'Ontario, président du conseil d'administration provincial)
- » Pierre-Luc Leblanc (producteur de Québec, président du conseil d'administration provincial)
- » Ghislain Ouimet, St-Hubert (services alimentaires)
- » Jason Born (producteur de l'Alberta)
- » Richard Davies, Olymel (transformateur du Québec)
- » Cheryl Firby, les Aliments Maple Leaf (transformateur de l'Ontario)
- » Jason Schedewitz, Loblaws (détaillant)
- » Ron teStroete (producteur de la Nouvelle-Écosse)

Le comité a terminé ses travaux et a formulé ses recommandations au conseil d'administration en vue de favoriser l'évolution continue de notre industrie. Cette nouvelle stratégie quinquennale a été dévoilée, et le conseil d'administration s'en est servi comme fondement pour l'examen et la formulation du plan stratégique annuel de l'année suivante.

Plan stratégique quinquennal et principes directeurs

Chaque année, le Conseil d'administration et l'équipe de direction des Producteurs de poulet du Canada (PPC) profitent de l'occasion pour célébrer les succès de l'année précédente et établir les priorités pour l'année à venir. Ces priorités doivent correspondre aux priorités établies dans le plan stratégique quinquennal des PPC. Le plan stratégique 2019–2023 est orientée par les ambitions stratégique suivante :

externe

- » Conviction chez les Canadiens que le poulet est une source de protéines saine et salubre et qu'il est élevé par des producteurs dignes de leur confiance
- » Vaste soutien et reconnaissance par les consommateurs, le commerce de détail et les services alimentaires de la marque *Élevé par un producteur canadien*
- » Programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux normalisés et fondés sur la science dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, des programmes reconnus par le gouvernement, transparents, et soutenus par les consommateurs, les producteurs et la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Soutien manifeste du gouvernement à l'égard de la gestion de l'offre et de ses trois piliers (contrôle des importations, planification de la production et fixation des prix à la production)
- » Croissance durable et rentable – hausse de la consommation

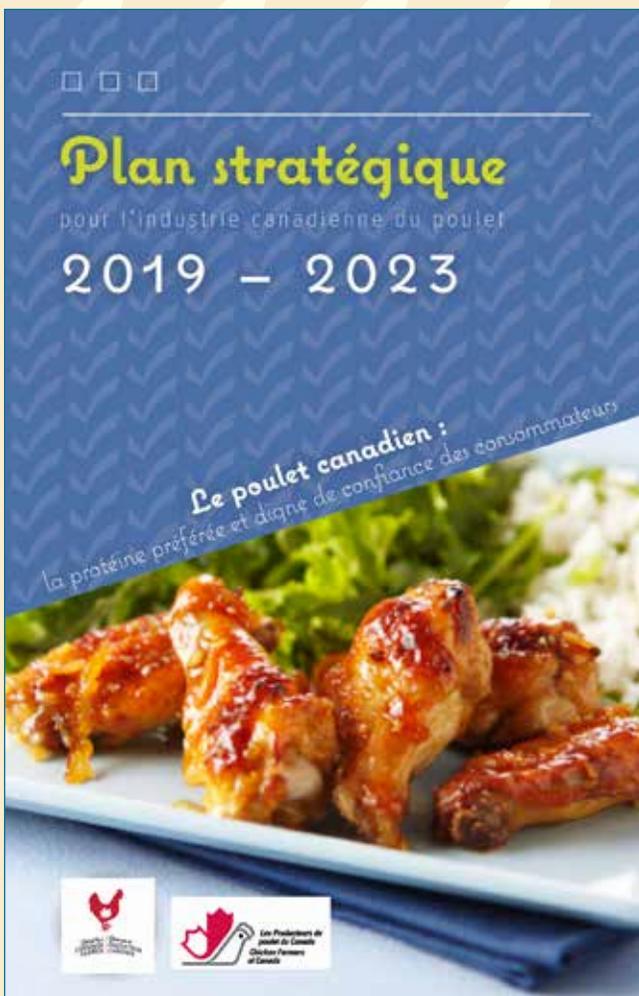
- » Promotion de la vérité à propos de notre industrie, neutralisant ainsi l'impact des tactiques déployées par les activistes véganes

interne

- » Profonde compréhension, dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, des désirs et attentes des consommateurs
- » Processus d'allocation basé sur des faits entraînant une plus grande harmonisation de l'industrie
- » Efforts de défense des intérêts et de lobbying en vue de développer des valeurs communes au sein des PPC, avec l'appui d'une chaîne de valeur de l'industrie du poulet engagée et collaborative
- » Élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques d'importance pour la médecine humaine
- » Collaboration dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Pratiques agricoles et de la chaîne de valeur durables et respectueuses de l'environnement
- » Engagement de l'industrie envers l'innovation au moyen de l'amélioration continue et de la recherche et du développement

Plan stratégique

Le poulet canadien :
La protéine préférée et digne de confiance des consommateurs



Confiance des consommateurs

Objectif :

Faire en sorte d'être le fournisseur canadien de protéines le plus digne de confiance.

Contexte :

Les consommateurs croiront et sauront que les producteurs et les PPC sont des sources fiables d'information et que les pratiques de la chaîne de valeur et de l'industrie canadiennes du poulet sont saines. Les consommateurs croiront que les PPC et la chaîne de valeur de l'industrie adoptent les meilleures pratiques en matière de soins et de bien-être des animaux, de salubrité des aliments et de développement durable.

Objectifs :

1. Faire en sorte que les consommateurs aiment les producteurs de poulet canadiens
2. Exposer et déboulonner les mythes

Résultats
stratégiques clés

Deux

Collaboration

Objectif :

Collaboration significative avec les intervenants afin de parvenir à une harmonisation quant aux questions d'intérêt mutuel.

Contexte :

1. Gagner la confiance de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
2. Reconnaître la nécessité d'unir la chaîne de valeur de l'industrie du poulet autour des possibilités, des innovations et des défis, du point de vue de la chaîne de valeur
3. Communiquer et mettre en œuvre des stratégies coordonnées et unifiées au sein de l'industrie

Objectifs :

1. **Accroître la collaboration – offices provinciaux**
2. **Accroître la collaboration – gouvernement**
3. **Accroître la collaboration – chaîne de valeur de l'industrie du poulet**

8

Résultats
stratégiques clés

Trois

Système de gestion de l'offre

Objectif :

Accroître la flexibilité et l'efficacité du système de gestion de l'offre tout en préservant son intégrité.

Contexte :

1. Efficacité du système national d'allocation afin de répondre aux besoins du marché
2. Grande confiance du public et de la sphère politique
3. Maintien de l'intégrité des trois piliers de la gestion de l'offre, en reconnaissant que les PPC exercent leurs activités dans un cadre où il y a partage des pouvoirs réglementaires entre le fédéral et le provincial
4. Flexibilité et transparence

Objectifs :

1. **Continuer d'assurer l'intégrité du pilier de contrôle des importations du système de gestion de l'offre du poulet**
2. **Améliorer l'efficacité du système d'allocation**
3. **Obtenir la confiance de la sphère politique et le soutien du public envers les producteurs de poulet canadiens et les avantages de la gestion de l'offre**
4. **Réagir efficacement aux changements dans les marchés**
5. **Faire en sorte que les négociations commerciales n'entraînent pas une hausse de l'accès aux importations**

12



Résultats
stratégiques clés

Quatre

Développement durable

Objectif :

Faire progresser une chaîne de valeur de l'industrie du poulet durable au Canada.

Contexte :

1. Social : Programme de salubrité des aliments à la ferme, Programme de soins aux animaux et utilisation des antimicrobiens/résistance aux antimicrobiens
2. Environnemental
3. Économique
4. Innovation
5. Gouvernance efficace

Objectifs :

1. **Social – Maintenir un leadership dans l'établissement et la mise en œuvre de pratiques de gestion fondées sur la science qui tiennent compte des valeurs et des perceptions communes des Canadiens concernant la santé publique et les soins aux animaux**
2. **Environnemental – Améliorer la performance environnementale globale de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet**
3. **Économique – Continuer à chercher des moyens de créer de la valeur pour les producteurs, les transformateurs, les surtransformateurs, les détaillants et les services alimentaires.**
4. **Amélioration continue**
5. **Gouvernance renforcée au sein des PPC**

Résultats
stratégiques clés

Cinq

Consommation

Objectif :

Accroître de manière durable la demande des consommateurs à l'égard du poulet élevé au Canada.

Contexte :

1. Compréhension approfondie des consommateurs et de leurs valeurs
2. Compréhension de l'évolution des tendances

Objectifs :

1. **Tirer parti du succès du programme de marque national pour le poulet et accroître son adoption dans le commerce de détail et les services alimentaires**
2. **Mieux comprendre les consommateurs pour permettre à la chaîne de valeur de l'industrie du poulet de mieux les servir et accroître la consommation**
3. **Accroître de manière durable la consommation par habitant de poulet canadien d'un kilogramme par année**

17

exercice annuel de planification stratégique

Chaque année, le conseil d'administration et l'équipe de la haute direction saisissent l'occasion de célébrer les réussites de l'année précédente et d'établir les priorités pour la suivante.

Les administrateurs ont examiné les progrès réalisés en 2018 relativement à divers enjeux clés, effectué une analyse environnementale et examiné les plans d'action provisoires pour l'année à venir. Pour ce faire, des discussions sur les objectifs et les priorités du plan stratégique de 2019-2023 ont notamment eu lieu.

Au cours de la séance, le groupe a tenu des séances en ateliers pour discuter des principales priorités pour 2018. Plusieurs priorités essentielles ont été ciblées :

- » RAM/UAM (la résistance aux antimicrobiens et leur utilisation)
- » Stratégie de marque
- » Stratégie de relations gouvernementales
- » Contrôle des importations
- » Stratégie de réduction des agents pathogènes
- » Stratégie de relations publiques

Ce processus d'établissement des priorités, grâce à l'appui et à la coopération de tous les partenaires, permet de bien préparer le terrain pour le futur.

planification stratégique – PRIORITÉS ABSOLUES

L'utilisation d'antimicrobiens

Résultats visés :

- » Mise en œuvre de l'interdiction de l'utilisation préventive des produits de catégorie II
- » Réévaluation de l'objectif d'éliminer les produits de catégorie III
- » Surveillance de l'utilisation et de la résistance aux antimicrobiens
- » Collaboration avec les intervenants dans la mise en œuvre de la stratégie concernant l'UAM

stratégie de marque

Résultats visés :

- » Un nombre accru d'ententes signées avec les détaillants, transformateurs et services alimentaires.
- » Production et mise en œuvre d'un plan de marketing traditionnel, numérique et social remanié et peaufiné pour diriger l'attention à la marque et promouvoir une image saine.
- » Aller au-delà de la TV conventionnelle en ajoutant des réseaux spécialisés pour joindre la génération du millénaire.
- » Recherche à la consommation pour mesurer le succès et optimiser l'information afin d'encourager une participation accrue des détaillants et transformateurs.

stratégie de relations gouvernementales

Résultats visés :

- » Pour 2018-2019, l'objectif de la stratégie de relations gouvernementales des PPC est de sensibiliser, représenter et célébrer. Sensibiliser les parlementaires et les décideurs au sujet de l'industrie canadienne du poulet; représenter nos producteurs, notre industrie et notre système de gestion de l'offre en lien aux enjeux qui nous guettent; et célébrer le succès de l'industrie.

contrôle des importations

Résultats visés :

- » Allocations des contingents tarifaires (CT) de L'OMC et du PTPGP qui minimisent les impacts sur le secteur du poulet;
- » Action du gouvernement quant à remédier aux failles dans le contrôle des importations, le Programme d'exonération des droits, la viande de poules de réforme mal étiquetée;
- » Un processus amélioré pour évaluer les demandes d'importation supplémentaire en raison de pénurie sur le marché.

stratégie de réduction des agents pathogènes

Résultats visés :

- » Directives concernant une stratégie de réduction des agents pathogènes

stratégie de relations publiques – messages sur la gestion de l’offre

Résultats visés :

- » Une campagne publique à volets multiples visant à sensibiliser et mobiliser les Canadiens quant aux messages favorables aux agriculteurs, et y intégrer des messages positifs sur la gestion de l’offre;
- » Une stratégie relative aux médias sociaux solide afin d’augmenter les messages des PPC sur les producteurs et de la gestion de l’offre;
- » Réponse aux critiques des médias, au besoin;
- » Évaluation des besoins futurs et planification

AUTRES PRIORITÉS

programmes de soins aux animaux

Résultats visés :

- » Mise en œuvre, maintien et certification du Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* (Élevage traditionnel);
- » Mise en œuvre, maintien et certification du Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* (Élevage en parcours libre);
- » Recherche interne
- » Réclamation de la reconnaissance gouvernementale des Programmes de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien*.

normes régissant le poulet

Résultats visés :

- » Comparaison des normes de production du poulet entre les Canada et les autres fournisseurs au marché canadien

collaboration

Résultats visés :

- » Communication des priorités stratégiques des PPC;
- » Harmonisation avec la chaîne de valeur de l’industrie du poulet;
- » Collaboration entre les PPC et les POIC;
- » Table ronde sur la chaîne de valeur de l’industrie de la volaille.

stratégie de relation avec les consommateurs – approche à l’élaboration de messages sur la santé

Résultats visés :

- » Une stratégie pour promouvoir les avantages pour la santé et la polyvalence du poulet
- » La participation au Partenariat riche en nutriments

stratégie de relations avec les consommateurs – approche globale des consommateurs

Résultats visés :

- » Mise en œuvre d’une stratégie en ligne et dans les médias sociaux qui fait la promotion de la marque et du poulet en général et qui accroît l’interaction des consommateurs avec les PPC, y compris des recettes, des ressources éducatives, des promotions, la démystification, etc.
- » Examen de la faisabilité d’une stratégie provinciale commune en réponse aux mythes qu’entretiennent les consommateurs
- » Collaboration accrue avec le Groupe de travail national-provincial sur les communications
- » Une quatrième campagne du Mois national du poulet
- » Recherche
- » Évaluation des besoins futurs et planification

efficacité de l’établissement des allocations

Résultats visés :

- » Ensemble convenu de facteurs fondés sur les faits
- » Identification des données clés liées aux allocations

salubrité des aliments

Résultats visés :

- » Maintenir la reconnaissance FPT à l’endroit du PSAF
- » Révision des exigences concernant le nettoyage et la désinfection dans le PSAF

Gouvernance

Résultats visés :

- » Évaluations du rendement
- » Perfectionnement professionnel
- » Examen des pratiques actuelles de gouvernance
- » Programme des jeunes producteurs

Analyse du cycle de vie

Résultats visés :

- » Promouvoir les résultats de l'analyse du cycle de vie dans la chaîne de valeur du poulet;
- » Cerner les objectifs environnementaux préliminaires découlant des résultats du rapport de l'analyse de cycle de vie et formuler les stratégies initiales.

collaboration concernant l'information sur le marché

Résultats visés :

- » Collaboration avec les offices provinciaux concernant l'information et les données sur le marché;
- » Collaboration avec AAC concernant l'information et les données sur le marché.

information sur le marché

Résultats visés :

- » Collecte et analyse des données

stratégie de relations publiques – promotion des producteurs

Résultats visés :

- » Une campagne publique à volets multiples visant à sensibiliser et mobiliser les Canadiens quant aux soins aux animaux, à la durabilité et aux pratiques agricoles en général, y compris la salubrité des aliments et l'utilisation des antimicrobiens;
- » Une stratégie relative aux médias sociaux solide afin d'augmenter la présence des PPC au thème agricole;
- » Commandite de Natation Canada à la fois améliorée et fondée sur l'optimisation de la marque
- » Séances de formation sur les médias pour les producteurs et les représentants provinciaux.

recherche

Résultats visés :

- » Filières de recherche du CRAC et des PPC : identifier les priorités annuelles, revoir et prioriser les soumissions, conseiller au niveau des décisions finales
- » Les PPC émettent un contrat de recherche à la partie retenue pour mener les projets spécifiques aux PPC et en suivent les progrès

Accords commerciaux

Résultats visés :

- » Maintenir l'efficacité des trois piliers de la gestion de l'offre;
- » Surveiller les négociations et informer les membres des PPC;
- » Communiquer avec les groupes d'agriculteurs, les groupes d'entreprises et les groupes de réflexion canadiens pour créer une meilleure compréhension de la gestion de l'offre.

stratégie sur l'activisme végétalien

Résultats visés :

- » Un plus grand nombre de réunions entre les PPC, le CCTOV et les partenaires de la restauration/vente au détail qui mettent l'accent sur les programmes solides offerts par l'industrie afin de tenir les promesses sur les soins aux animaux, l'utilisation d'antibiotiques et la durabilité (dans le but de renforcer la confiance dans la capacité de l'industrie d'aborder proactivement de façon responsable les questions clés d'importances lors de ces audiences);
- » Plus grand contenu sur le site Web Parlons poulet;
- » Réunions continues et acompte avec une société-expert en relations publiques pouvant aider avec les initiatives et gérer les stratégies réactives;
- » Une trousse d'outils enrichie que les partenaires de la chaîne de valeur peuvent utiliser avec leurs employés et leurs consommateurs;
- » Une stratégie pour les relations avec les médias (et de la publicité) qui diffuse de façon proactive de l'information au sujet des programmes de soins aux animaux de l'industrie;
- » Plus nombreuses possibilités de discours et de commandites d'événements et de salons professionnels des secteurs de la vente au détail et de la restauration;
- » Base de données de photographes de poulaillers, d'oiseaux, de producteurs et de caractéristiques des programmes à inclure sur les sites, etc.

suivi et application

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) sont chargés d’appliquer une politique nationale efficace de suivi et d’application concernant les activités de commercialisation ordonnée du poulet.

Audit du système du système

Les audits auprès des offices de commercialisation provinciaux, des titulaires de permis d’expansion du marché, des titulaires de permis de production de spécialité et des titulaires de permis de mouvements interprovinciaux sont effectués toutes les quatre périodes d’allocation. Les PPC peuvent aussi réaliser des audits spéciaux au besoin.

En 2018, le personnel a mené des audits auprès des offices provinciaux de commercialisation du poulet afin d’établir leur conformité aux politiques et règlements des PPC pour les périodes A-142 à A-145, qui ont commencé en 2017 pour la période s’étendant du 19 février au 30 septembre 2017, et a procédé à l’audit des périodes A-146 à A-149, s’étendant du 1er octobre 2017 au 12 mai 2018.

Les audits concernant la commercialisation de poulet vivant, y compris les mouvements interprovinciaux de poulet vivant, et le respect des politiques et des règlements par les titulaires de permis d’expansion du marché et de production de spécialité, ont été réalisés par des auditeurs externes des PPC pour les périodes A-142 à A-145, qui ont été entamés en 2017 et effectués pour les périodes A-146 à A-149.

Le rapport d’audit des périodes A-142 à A-145 a été présenté au conseil d’administration et approuvé par ce dernier en mars 2018. Celui des périodes A-146 à A-149 a été présenté aux administrateurs et approuvé par ces derniers en novembre 2018.

expansion du marché

En février 2018, les PPC ont imposé des redevances d’expansion du marché de 94 937 \$ à un transformateur primaire en raison de la mise en marché de 94 937 kg d’équivalent en poids vif de la production destinée à l’expansion du marché au cours de la période A-143 autrement que conformément à la Politique d’expansion du marché des PPC et aux conditions du permis qu’il détient. Ces redevances ont été acquittées en totalité en 2018.

évaluation des redevances de la commercialisation à outrancet

Les impositions suivantes ont été présentées au conseil d’administration et approuvées par ce dernier en 2018.

période d’audit	office provincial	redevance établie
A-146/A-147	Manitoba	52 752 \$
A-146/A-147	Ontario	6 548 \$
A-146/A-147	Nouveau-Brunswick	5 040 \$
A-146/A-147	Nouvelle-Écosse	36 047 \$
A-148/A-149	Colombie-Britannique	319 560 \$
A-148/A-149	Ontario	199 650 \$

Les redevances ont été entièrement acquittées.

Manitoba Chicken Producers a un solde impayé de redevances de la commercialisation à outrance de 21 626 \$ imposées en 2017. Le conseil d’administration discutera de cette question en 2019.

production de spécialité

Aucune redevance n’a été imposée en 2018.

transferts de contingents inter-périodes

La Politique régissant les transferts de contingents inter-périodes prévoit suffisamment de souplesse pour répondre aux besoins du marché. Les demandes répondent aux besoins à court terme du marché entre deux périodes spécifiques de contingents. Les transferts de contingents inter-périodes ne peuvent servir à redresser les calendriers d’abattage ou à influencer sur l’utilisation du contingent au cours d’une période donnée.

En 2018, les PPC ont reçu une demande de transfert de contingents inter-périodes de 718 789 kg d’équivalent en poids vif du Québec et une demande de 183 500 kg d’équivalent en poids vif de la Nouvelle-Écosse. Au cours des trois dernières années, il n’y a aucun transfert de contingents inter-périodes.

responsabilité sociale de l'entreprise

Les Producteurs de poulet du Canada ont la conviction qu'il est important de redonner à la communauté et de soutenir les gens moins favorisés. Nous sommes persuadés que l'ensemble des Canadiennes et Canadiens devraient avoir accès à une source saine de protéines, et nous croyons que nous pouvons contribuer à réaliser cet objectif.

Depuis 2007, nous sommes de fiers partenaires et donateurs de la Banque d'alimentation d'Ottawa, et nous continuons de trouver de nouvelles façons de travailler ensemble pour lutter contre la faim dans la capitale nationale. Chaque année, nous continuons d'appuyer la mission de la Banque d'alimentation d'Ottawa grâce au Programme de don de nourriture Défi du poulet et aux dons des membres du personnel.

Le Programme annuel de don de nourriture Défi du poulet a permis d'offrir encore une fois des produits de poulet surgelés d'une valeur de 50 000 \$ à la Banque d'alimentation d'Ottawa. Il s'agissait de la neuvième année de ce programme couronnée de succès, dans le cadre duquel des dons sont sollicités afin qu'un transformateur canadien offre des produits de poulet surgelés à la banque d'alimentation.

De plus, 4 500 \$ ont été amassés tout au long de l'année par l'entremise de dons du personnel et du jumelage de ces dons à hauteur de 50 % par les Producteurs de poulet du Canada. En tout, ce sont près de 54 500 \$ qui ont été remis en 2018. Ainsi, notre contribution totale à la Banque d'alimentation, depuis que nous sommes devenus partenaires et donateurs en 2007, a été à ce jour de plus de 544 500 \$!



Autres causes

Au cours de l'année, les Producteurs de poulet du Canada ont commandité et appuyé plusieurs autres causes et organisations. Entre autres :

1. 10 000 \$ pour commanditer la Table pancanadienne de la relève agricole
2. 2 500 \$ pour l'année 2017-2018 du Forum pour jeunes Canadiens
3. 2 750 \$ pour l'événement « Lawn Summer Nights » en lien avec la fibrose kystique
4. 2 500 \$ pour commanditer la skieuse alpine canadienne Valérie Grenier
5. 1 750 \$ pour le tournoi de golf de la société Morguard en soutien à des activités de bienfaisance destinées aux enfants
6. 1 000 \$ pour le tournoi de golf au profit de Centraide
7. 250 \$ pour commanditer l'activité caritative « Grand Casino: Betting Against Cancer » de Welch



Le directeur exécutif des PPC, Michael Laliberté, qui présente un chèque au PDG de la Banque d'alimentation d'Ottawa, Michael Mäidment

surveillance du marché 2018

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 265,2 millions de kg (Mkg) de poulet en 2018, une hausse remarquable de 5,1 % par rapport à 2017. Il s'agissait de la neuvième année consécutive de croissance pour l'industrie canadienne du poulet.

Le poulet est la protéine de viande préférée des Canadiens parce qu'elle est maigre et saine et qu'elle présente une densité et une valeur nutritionnelle élevée. Les estimations préliminaires montrent qu'en 2018, la consommation de poulet par habitant a été de 34,6 kg, ce qui correspond à une augmentation de 1,5 kg par rapport à l'année précédente. Simultanément, la consommation par habitant estimée était de 25,4 kg pour le bœuf, ce qui représente une hausse de 0,3 kg comparativement à 2017, et de 21,4 kg pour le porc, soit la même quantité qu'en 2017.

En 2018, le prix vif moyen payé aux producteurs canadiens était de 1,552 \$/kg, soit une hausse de 0,02 \$ comparativement à 2017. En date du 1er janvier 2018, les stocks de poulet congelés s'élevaient à 44,5 Mkg. Les stocks de clôture pour l'année s'établissaient à 53,1 Mkg. Les volumes de stocks en entrepôt étaient à leur plus haut niveau pendant l'été, atteignant un sommet en juillet.

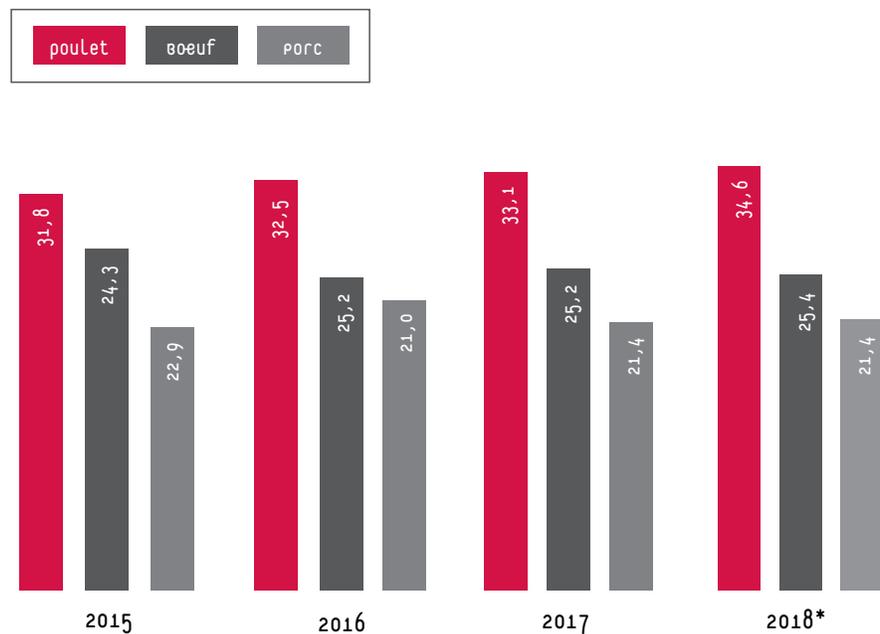
Mise à jour sur les politiques

nouvelle race pour la production de spécialité

cette année, le comité des politiques a approuvé une nouvelle race pour la production de spécialité. Les poulets alberta filipino special dual sont une nouvelle race de poulets de taïwan ayant une chair jaune à texture ferme. comme c'est le cas pour toutes les productions de spécialité, les poulets alberta filipino special dual seront commercialisés avec la tête et les pattes.

bien que ce segment continue de représenter une très petite part de la production totale de poulet au canada, depuis la première allocation pour le poulet de spécialité à la période A-126, l'allocation totale pour la production de spécialité au canada a augmenté de 44 %.

consommation par habitant (kg)



*estimation

production provinciale

Il y a eu huit périodes en 2018, allant de la période A-147 (26 novembre 2017 au 20 janvier 2018) à la période A-154 (23 décembre 2018 au 16 février 2019). Les pourcentages d'allocation dépassant l'allocation de base ont été élevés au cours de la première moitié de 2018, avec une allocation de 7 % pour la période A-147. Pour leur part, les périodes A-148 et A-149, qui coïncidaient avec la fin de l'hiver et le printemps, ont toutes deux été établies à 5 %. Couvrant la saison estivale, les périodes A-150 et A-151 ont quant à elles été fixées à 4 % et 5 %, respectivement. En ce qui concerne l'automne et l'hiver 2018, les périodes A-153 et A-154 ont été établies à 4,5 % et 3,5 %, respectivement.

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 265,2 Mkg de poulet en 2018. L'année précédente, la production s'était établie à 1 203,8 Mkg, ce qui signifie que 61,3 Mkg (+5,1 %) de poulet de plus ont été produits en 2018. De plus, la production en vertu de la Politique d'expansion du marché des Producteurs de poulet du Canada s'est élevée à 37,5 Mkg, une diminution de 1,3 Mkg par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, 8,8 Mkg de poulet ont été produits dans le cadre du Programme de spécialité, une hausse de 1,1 Mkg par rapport à l'année précédente. La production a été élevée pendant toute l'année 2018. Un total de 108,3 Mkg de poulet a été produit en janvier 2018, une hausse de 8,1 % par rapport à l'année précédente. Le mois affichant la plus importante hausse sur 12 mois a été avril 2018, avec 107,0 Mkg de poulet produit, une hausse de 9,2 % par rapport à 2017. L'une des raisons de cette forte augmentation est que Pâques a été célébré le 16 avril en 2017, ce qui a entraîné une plus faible production au cours de ce mois.

En revanche, la production a été forte et soutenue pendant cette même période en 2018, ce qui a exacerbé la hausse par rapport à 2017. Pendant l'été, la production a atteint un sommet en août 2018, avec 108,1 Mkg produits, une hausse de 5,0 % comparativement à août 2017. Par ailleurs, même si l'été est la période où la demande est la plus forte pour le poulet, c'est au mois d'octobre 2018 que la production a atteint son niveau le plus élevé de l'année, avec 109,3 Mkg, une hausse de 5,9 % par rapport à octobre 2017.

production provinciale de poulet (000 kg éviscérés)

Province	2018	2017	VARIATION
colombie-britannique	186 061	171 927	8,2%
alberta	122 525	115 202	6,4%
saskatchewan	45 972	45 398	1,3%
manitoba	51 510	50 212	2,6%
ouest	406 069	382 739	6,1%
ontario	426 378	401 413	6,2%
québec	335 697	328 259	2,3%
centre	762 075	729 672	4,4%
nouveau-brunswick	33 557	32 560	3,1%
nouvelle-écosse	42 562	40 797	4,3%
île-du-prince-édouard	4 505	4 211	7,0%
terre-neuve-et-labrador	16 413	13 850	18,5%
atlantique	97 036	91 417	6,1%
CANADA	1 265 180	1 203 828	5,1%

croissance de l'allocation au-dessus de la base*

	ALLOCATION DE BASE (MKG)	ALLOCATION NATIONALE (MKG)	% DE CROISSANCE AU-DESSUS DE LA BASE
colombie-britannique	174,5	181,8	4,2%
alberta	121,5	128,8	6,0%
saskatchewan	44,0	45,6	3,6%
manitoba	51,2	53,2	3,9%
ontario	420,3	443,3	5,5%
québec	331,7	345,9	4,3%
nouveau-brunswick	34,1	35,5	3,9%
nouvelle-écosse	42,8	44,4	3,8%
île-du-prince-édouard	4,5	4,7	4,4%
terre-neuve-et-labrador	16,9	17,5	3,7%
CANADA	1 241,6	1 300,7	4,8%

*périodes A-147 - A-153

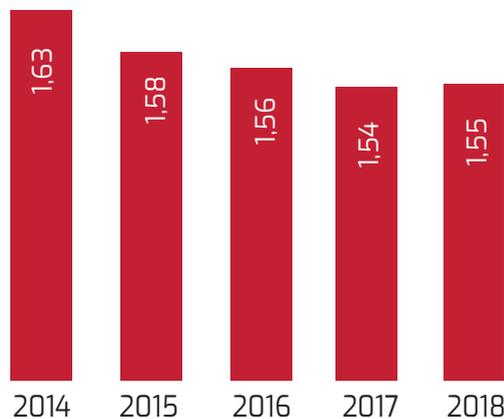
périodes de contingents

	DU		AU	ALLOCATION (MKG ÉVISC.)	PRODUCTION (MKG ÉVISC.)	UTILIZATION DU CONTIGENT
A-147	26 NOVEMBRE 2017	-	20 JANVIER 2018	184,6	186,7	101,1%
A-148	21 JANVIER 2018	-	17 MARS 2018	188,1	191,4	101,7%
A-149	18 MARS 2018	-	12 MAI 2018	192,5	194,8	101,2%
A-150	13 MAI 2018	-	7 JUILLET 2018	194,4	193,0	99,3%
A-151	8 JUILLET 2018	-	1 SEPTEMBRE 2018	199,7	197,1	98,7%
A-152	2 SEPTEMBRE 2018	-	27 OCTOBRE 2018	194,5	195,8	100,7%
A-153	28 OCTOBRE 2018		22 DÉCEMBRE 2018	197,1	202,6	102,8%
A-154	23 DÉCEMBRE 2018		FÉVRIER 2019	187,9	N/A	N/A

prix à la production

En 2018, les producteurs ont touché un prix vif moyen de 1,552 \$ par kilogramme, ce qui représente une hausse de 1,7 cent par rapport à 2017. À l'échelle nationale, le prix vif a atteint son sommet de 2018 pendant la période A-151 (8 juillet 2018 au 1er septembre 2018), avec un prix de 1,614 \$. À l'inverse, le prix le plus bas a été observé pendant la période A-148 (21 janvier 2018 au 17 mars 2018), à savoir 1,489 \$ le kilogramme.

prix moyen pondéré du producteur au canada (\$/kg vifs)



Bien que ce soit pendant la période A-148 que l'on a observé le prix à la production le plus faible des 7 dernières années, de manière générale en 2018, le prix à la production a repris de la vigueur, s'établissant de nouveau aux valeurs observées en 2015 et 2016. Les coûts de plusieurs intrants font varier le prix vif, et les aliments pour animaux, qui

contiennent souvent du maïs ou du soja, sont l'un des coûts les plus importants. Or, la production et l'offre de ces ingrédients connaissent une croissance constante à l'échelle du globe depuis quelques années, exerçant une pression à la baisse sur le prix des céréales fourragères. Cependant, même si la production et l'offre des ingrédients ont été élevées, la forte demande a entraîné une légère hausse des coûts de la moulée vers la fin de 2018, ce qui expliquerait une partie de l'augmentation du prix vif.

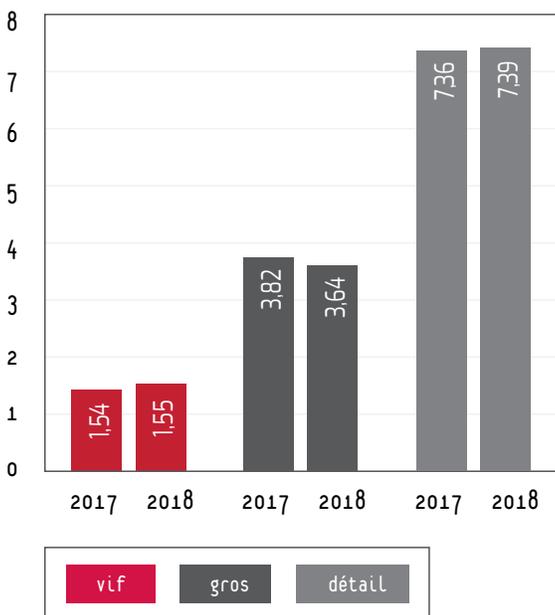
prix de gros

Express Markets Inc. (EMI), une compagnie de recherche des prix, fournit un indice des prix de gros pour quatre principales coupes de poulet : poitrines, ailes, cuisses et poulets entiers, ainsi qu'un indice composite du marché. En moyenne, l'indice composite du marché en 2018 s'est établi à 3,64 \$/kg, baissant de 0,18 \$ par rapport à 2017. La baisse la plus marquée a été observée pour l'indice ailes, qui a chuté d'un prix moyen de 5,55 \$/kg en 2017 à 5,03 \$/kg en 2018. Une autre baisse notable a été constatée pour l'indice poitrines, qui a chuté de 0,35 \$, pour atteindre un prix moyen de 5,70 \$/kg. L'indice cuisses a pour sa part enregistré la troisième baisse en importance, avec une diminution de 0,28 \$ le portant à 2,46 \$/kg – en pourcentage, cette baisse est la plus importante, représentant 10,4 %. Finalement, le plus faible mouvement a été observé pour l'indice poulets entiers, qui a seulement diminué de 0,02 \$ par rapport à 2017, portant le prix moyen à 3,75 \$/kg.

prix de détail

Selon Statistique Canada, le prix de détail moyen du poulet en 2018 était de 7,39 \$/kg, soit 0,03 \$ de plus (+0,5 %) qu'en 2017. Les prix ont suivi une tendance à la baisse entre janvier et juin 2018, atteignant 7,07 \$/kg, une diminution de 0,18 \$ par rapport à juin 2017. Lorsque la demande a augmenté au milieu de l'été, à partir de juillet, les prix de détail ont affiché une forte tendance à la hausse. Les prix de détail ont atteint 7,58 \$/kg en novembre 2018, pour ensuite diminuer légèrement à 7,52 \$ en décembre 2018, moment où la baisse saisonnière associée à l'hiver a commencé.

comparaison de prix (\$/kg)



Les prix de détail rapportés par Statistique Canada pour le porc font état de la situation pour le bacon et les côtelettes de porc. Le prix moyen des côtelettes de porc en 2018 a été de 12,14 \$/kg, soit 0,21 \$ de moins qu'en 2017. Le prix moyen du bacon a pour sa part été de 13,78 \$/kg, une hausse de 0,05 \$ par rapport à 2017.

Le prix de détail du bœuf a globalement chuté, entraînant une baisse pour toutes les coupes pour lesquelles Statistique Canada effectue une surveillance. Le rôti de côtes de choix est la coupe de bœuf la plus chère surveillée par Statistique Canada, et son prix moyen a été de 30,61 \$/kg en 2018, une baisse de 0,70 \$ par rapport à 2017.

Le bœuf haché est pour sa part la coupe la plus économique, avec un prix moyen de 12,03 \$/kg en 2018, c'est-à-dire une baisse de 0,21 \$/kg en 2018.

En 2018, l'indice des prix à la consommation (IPC) pour le poulet frais et congelé a été en moyenne de 159,6, une hausse de 1,3 point par rapport à 2017. En ce qui concerne le bœuf et le porc, leur IPC a augmenté de 1,2 point, portant leur moyenne à 178,0 et 141,4, respectivement.

importations

Administré par Affaires mondiales Canada (AMC), le contingent tarifaire (CT) pour 2018 a été établi à 90,1 Mkg, avec une retenue de 0,5 Mkg, donnant un volume total de 89,6 Mkg. En 2018, le volume réel des importations en vertu du CT a atteint 89,2 Mkg.

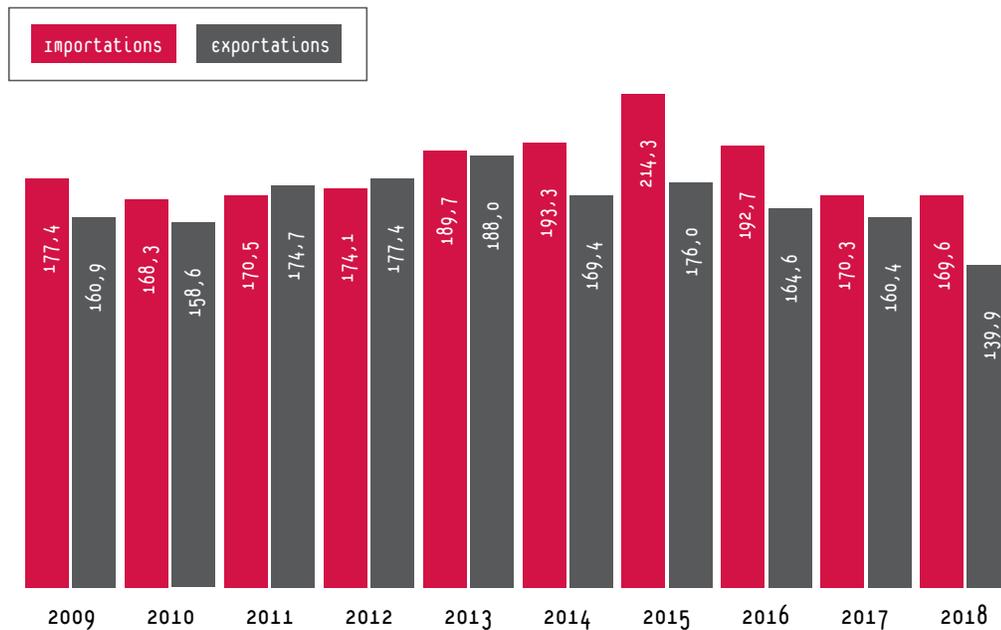
Les volumes de morceaux de poulet non désossé représentaient 40 % du volume total importé en 2018, et les morceaux de poulet désossé représentaient également 40 % de ce volume total. Pour sa part, le poulet transformé comptait pour 20 % du volume total, tandis que le poulet vif et le poulet entier éviscéré représentaient des volumes marginaux.

Les importations de poulet en provenance des États-Unis comptaient pour 66,9 % des importations totales effectuées en vertu du CT, avec un volume de 59,7 Mkg. Le Brésil est le deuxième exportateur de poulet en importance pour le Canada, suivi de la Thaïlande; ces deux pays ont respectivement exporté 12,6 Mkg et 11,1 Mkg au Canada. Les importations en provenance de l'Europe augmentent graduellement – la Hongrie représentait un modeste 4,2 % des importations de 2018, suivie de l'Allemagne, avec 1,4 %. Le Canada a également importé du poulet d'autres pays, par exemple la Grande-Bretagne, la France, le Chili et Israël.

AMC a pour mandat d'administrer et de surveiller le Programme d'importation pour réexportation (PIR). Ce programme permet aux transformateurs de poulet d'importer du poulet en franchise de droits si ce dernier est surtransformé et que le produit est ensuite exporté. En 2018, 19,8 Mkg de poulet ont été importés en vertu du PIR, ce qui représente une hausse de 1,3 Mkg (+6,9 %) par rapport à 2017.

À l'instar d'AMC, qui administre le PIR, l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC)

importations et exportations de poulet canadien (Mkg, AAC)



administre un programme similaire appelé le Programme d'exonération des droits (PED). Les participants à ce programme sont autorisés à importer du poulet et ont quatre ans pour le réexporter en tant que produit surtransformé. En 2015, les volumes associés au PED s'établissaient à 96,3 Mkg. Depuis, ils diminuent de manière constante. En 2018, ces volumes ont été de 41,9 Mkg, une baisse de 54,3 Mkg (-56,4 %) depuis 2015, et de 6,7 Mkg (-13,8 %) par rapport à 2017.

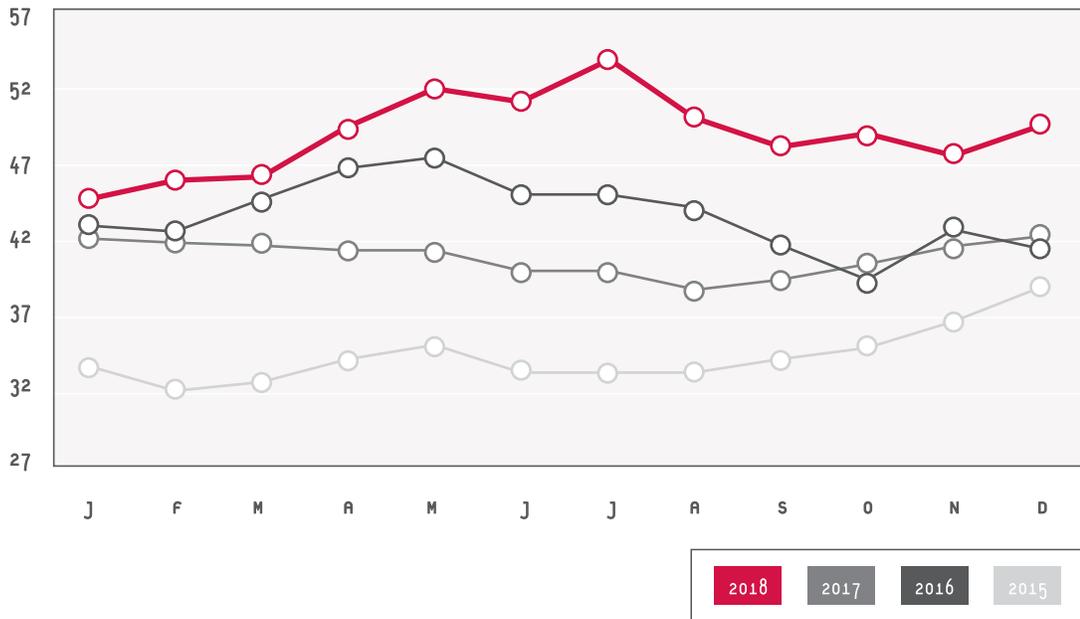
En 2017, les producteurs de poulet canadiens ont produit un volume de poulet inférieur à la demande des consommateurs. Ce niveau de production a principalement été attribuable au fait que la demande était préalablement satisfaite par du poulet mal étiqueté importé en tant que poule de réforme. Lorsque le poulet mal étiqueté entrant au Canada a diminué, les producteurs de poulet canadiens ont répondu à la demande en haussant les niveaux de production. Cependant, le vide créé au niveau de l'offre a entraîné un grand volume d'importations en vertu du CT en 2017, entre autres des importations supplémentaires pendant la saison estivale, caractérisée par une forte demande. Contrairement à ce qui a été observé en 2017, les importations visées par les CT ont été stables en 2018, suivant de près la fourchette adéquate.

Les importations de poule de réforme ont atteint 82,8 Mkg en 2018, une légère hausse de 1,8 Mkg (+2,2 %) par rapport à 2017. La catégorie « Morceaux » est responsable d'une modeste hausse des importations de poule de réforme, avec une augmentation de 4,5 Mkg (+11,7 %) par rapport à 2017. Au sein de cette catégorie, c'est la sous-catégorie « Morceaux avec les os » qui a connu la hausse la plus marquée, avec 3,7 Mkg (+17,8 %) de plus qu'en 2017. Pour sa part, la sous-catégorie « Morceaux désossés » a connu une légère augmentation de 1,3 Mkg (+7,6 %) par rapport à 2017. Sur la base du pourcentage, c'est la catégorie « Autres » qui a affiché la plus importante croissance, avec une hausse de 0,8 Mkg (+38,8 %) par rapport à 2017 – cette hausse est attribuable uniquement à la sous-catégorie « Désossés », la seule catégorie pour laquelle il y a eu des importations en 2018.

exportations

Les données d'Agriculture et Agroalimentaire Canada montrent que 141,5 Mkg de poulet a été exporté en 2018, ce qui représente une baisse de 18,9 Mkg (-12,6 %) par rapport à 2017. La plus grande baisse de volume a été observée pour les produits du Chapitre 21, avec 6,0 Mkg (-50,8 %) de moins qu'en 2017. Les exportations de viande

stocks en entrepôt (Mkg)



séparée mécaniquement (VSM) ont diminué de 5,0 Mkg (-20,8 %). En plus d'exporter aux États-Unis, le Canada expédie du poulet aux Philippines, à Taiwan, en Jamaïque, à Cuba, au Tadjikistan, en Arménie, à Haïti, au Kazakhstan, en Afrique du Sud de même que dans d'autres pays.

stocks en entrepôt

Les stocks de produits congelés totaux en entrepôt étaient de 44,5 Mkg en janvier 2018. À la fin décembre 2018, le volume de clôture était de 53,1 Mkg. C'est en juillet 2018 que le volume le plus important a été observé, à savoir 53,3 Mkg, une hausse de 13,5 Mkg par rapport à juillet 2017. D'un point de vue provincial, la majorité de l'augmentation a été observée en Ontario, qui a enregistré une hausse de 6,4 Mkg des stocks en décembre 2018 par rapport à 2017.

Les catégories « Morceaux » et « Surtransformés » sont à l'origine de la croissance en 2018, avec des hausses respectives de 5,5 Mkg et de 2,3 Mkg par rapport à 2017. Au sein de la catégorie « Morceaux », c'est la sous-catégorie « Autres » qui a entraîné la majorité de la croissance des stocks en entrepôt, avec une hausse de 4,4 Mkg par rapport à 2017. Simultanément, la sous-catégorie « Poitrines-autres » a aussi enregistré une croissance notable,

augmentant de 1,6 Mkg par rapport à 2017. Par ailleurs, les stocks de cuisses en entrepôt au sein de la catégorie « Morceaux » ont également augmenté d'un modeste 1,1 Mkg.

Mouvement interprovincial

Les Producteurs de poulet du Canada, de pair avec les offices de commercialisation du poulet provinciaux, surveillent le mouvement interprovincial (MIP) des poulets vivants. Les données sur le MIP sont déclarées sur une base hebdomadaire et mensuelle et font ensuite l'objet d'un audit par des auditeurs externes toutes les quatre périodes. Le MIP total en 2018 s'est élevé à 92,5 Mkg (en poids vif), soit à 2,8 Mkg de plus qu'en 2017. La majorité des MIP se font vers le Nouveau-Brunswick, qui a enregistré un volume de 61,5 Mkg, c'est-à-dire 66,5 % de tous les MIP au Canada. Une grande partie des MIP est également attribuable au Québec, avec 20,7 Mkg qui sont entrés dans la province en 2018, soit 22,3 % des MIP totaux.

mouvement interprovincial de poulets vivants (en kilogrammes poids vif)

à

	N.-B.	N.-É.	ON	QC	SK	AB	TOTAL À
N.-É.	20 116 219						20 116 219
Î.-P.-É.	1 040 399	4 894 829					5 935 228
QC	40 324 914		4 889 061				45 214 975
ON	30 076			20 655 047			20 685 123
SK						126 216	126 216
AB					420 320		420 320
TOTAL DE	65 511 608	4 894 829	4 889 061	20 655 047	420 320	126 216	92 497 081



Aperçu de l'industrie

	C.-B.	ALB.	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.	N.-B.	N.-É.	Î.-P.-É.	T.-N.-L.	TOTAL
nombre de producteurs	316	253	64	121	1 244	740	38	87	8	6	2 877
taille moyenne de l'exploitation (000 kg poids vif)	801	658	977	579	464	616	1 201	666	766	3 722	1 045
usines inspectées par le gouvernement fédéral	9	4	2	2	19	7	2	1	0	1	47
usines inspectées par le gouvernement provincial	15	68	1	3	26	5	1	10	6	3	138
prix moyen à la production (\$/kg poids vif)	1,624	1,590	1,582	1,585	1,515	1,523	1,625	1,614	-	-	1,552

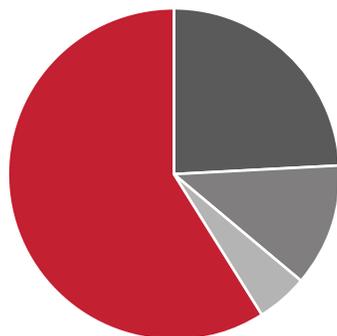
sources : PPC, AAC, offices provinciales, ministères provinciaux de l'agriculture

estimation du niveau de consommation de poulet pour les divers secteurs du marché (mkg)

	2008	2009	2010	2013	2014	2015	2016	2017
DÉTAIL	621	637	639	647	677	686	698	713
RESTAURATION RAPIDE	247	236	242	234	246	269	280	293
RESTAURATION SERVICE COMPLET	99	99	99	105	112	114	135	140
HÔTELS ET INSTITUTIONS	56	54	54	57	60	61	64	66
TOTAL	1 023	1 026	1 034	1 043	1 095	1 131	1 177	1 213

source : association canadienne des surtransformateurs de volailles

estimation du niveau de consommation de poulet pour les divers secteurs du marché



détail 59%
restauration rapide 24%
restauration service complet 12%
hôtels et institutions 5%



Une visite guidée d'une ferme dans l'Est de l'Ontario pour des députés, des membres du personnel du Parlement, et des membres de Natation Canada

relations gouvernementales

Les relations des Producteurs de poulet du Canada (PPC) avec les gouvernements fédéral et provinciaux et les administrations municipales sont l'une des grandes forces de l'organisation. Notre équipe responsable des relations gouvernementales s'emploie à représenter les 2 800 producteurs de poulet canadiens et à traiter des enjeux propres à notre industrie. Une grande partie de notre travail ne serait pas possible sans l'aide des parlementaires, de leur personnel et de la fonction publique fédérale.

Nos activités quotidiennes de lobbying sont diverses : rencontres avec des parlementaires, présentation d'événements près de la Colline du Parlement, participation aux consultations gouvernementales, etc. Les efforts que nous avons consacrés à l'éducation, à la sensibilisation et à la défense des intérêts portent leurs fruits. En 2018, les activités de lobbying concernant l'ALÉNA, le *Guide alimentaire canadien*, l'entrée en vigueur du PTPGP, et la promotion de nos programmes à la ferme et de notre analyse du cycle de vie nous ont tenus bien occupés. Nous sommes confiants que notre message a été bien entendu sur la Colline du Parlement et au-delà.

Nous sommes particulièrement reconnaissants du travail accompli en 2018 par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et son personnel, l'équipe des relations canado-américaines du Cabinet du Premier ministre et le personnel et les fonctionnaires d'Affaires mondiales Canada et de Santé Canada.

comités de la chambre des communes

Comme chaque année, les PPC ont été invités à s'adresser à des comités du Sénat et de la Chambre

des communes. Malheureusement, nombre d'invitations ne se sont jamais matérialisées, soit parce qu'elles étaient trop tardives, soit parce que les présentations étaient annulées pour permettre la tenue de votes à la Chambre. Heureusement, les comités acceptent toujours que les intervenants déposent un mémoire, que la présentation ait lieu ou non. Les PPC ont ainsi pu exprimer leur point de vue sur des études menées par le Comité permanent de la santé (Chambre des communes), le Comité permanent des finances (Chambre des communes) et le Comité permanent de l'agriculture et des forêts (Sénat).

Journée annuelle de Lobbying

Les PPC ont organisé une autre Journée de lobbying réussie le 29 mai 2018. Les délégués étaient partout sur la Colline du Parlement. Ils ont pris part à plus de 90 réunions avec plus de 100 participants – notamment des ministres, des secrétaires parlementaires, des députés, des sénateurs et des membres du personnel parlementaire – pour discuter de la façon dont ils peuvent mieux soutenir l'industrie du poulet canadien.

Cet événement annuel est un pivot important de la stratégie de relations gouvernementales des PPC : il permet de nouer des liens, de discuter de nos enjeux et de mieux faire connaître notre industrie et notre marque.

Les producteurs et les offices provinciaux ont profité de cette journée pour engager des conversations constructives et sérieuses avec les députés, les sénateurs et leur personnel sur des sujets d'actualité comme le contrôle des importations et la résistance et le recours aux antimicrobiens, ainsi que nos grands points de lobbying en 2018 : l'ALÉNA, le PTPGP et le Guide alimentaire canadien.

Les représentants des Producteurs de poulet du Canada ont rencontré des décideurs clés dans nos dossiers, comme le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, la ministre de la Santé, le président du Conseil du Trésor, des secrétaires parlementaires du gouvernement et des critiques de l'opposition.

La Journée de lobbying des PPC a eu lieu dans l'édifice Sir-John-A.-Macdonald (cité parlementaire), pour la première fois depuis sa réouverture en 2015. Les nombreux parlementaires qui étaient de la partie, accompagnés de leur personnel, se sont régalez des boissons canadiennes et des canapés au poulet offerts.



visites agricoles

Les PPC ont invité des députés à deux visites de fermes en 2018. Marc Cormier, administrateur des PPC, a accueilli la ministre de la Santé, Ginette Petitpas-Taylor, et le président du Comité de l'agriculture, Pat Finnigan, à sa ferme au Nouveau-Brunswick, début septembre. Marc et son frère Serge ont parlé du rôle important que joue la gestion de l'offre dans les régions rurales du Canada et notre économie nationale, et insisté sur le fait que le système assure la sécurité alimentaire dans l'ensemble du pays. Les changements proposés au Guide alimentaire canadien ont également été abordés, notamment dans l'optique où le poulet doit demeurer partie intégrante de l'alimentation des Canadiens.

Les PPC ont aussi organisé la visite d'une ferme à l'est d'Ottawa à la mi-novembre. Les députés Francis Drouin (Ont.), Robert Kitchen (Sask.), Wayne Easter (Î.-P.-É.) et Luc Berthold (Qc), des membres du personnel parlementaire et des athlètes de Natation Canada ont pu découvrir les programmes de soins aux animaux et de salubrité à la ferme des PPC, en constatant de visu comment les producteurs canadiens élèvent le poulet de façon sécuritaire, soucieuse et durable. Les exploitants de cette ferme familiale transmise de génération en génération ont aussi souligné l'importance du système de gestion de l'offre : il leur aurait été impossible, à eux et à leurs ancêtres, de poursuivre l'élevage de poulets et la production d'œufs et de continuer d'investir dans la ferme sans ce système.

Le ministre Lawrence MacAulay

Réunion estivale de la Fédération canadienne de l'agriculture et table ronde ministérielle

À la fin juillet, les représentants des PPC étaient à Vancouver pour assister à la réunion estivale de la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA), dans le cadre de laquelle avait aussi lieu la table ronde de la Fédération et des ministres fédéraux, provinciaux et territoriaux (FPT).

Les administrateurs et les représentants de l'industrie ont profité de l'occasion pour débattre des enjeux qui touchent leurs secteurs et établir l'approche à adopter dans la nouvelle année pour le secteur de l'agriculture.

Le négociateur en chef du Canada pour l'ALÉNA a informé les membres de la FCA des faits nouveaux sur le commerce international, et ceux-ci ont échangé sur la table de la stratégie économique du secteur agroalimentaire avec son président, Murad Al-Katib.

La FCA a également présenté les grandes lignes de ses priorités dans son travail auprès du gouvernement fédéral, notamment le dépôt de sa consultation prébudgétaire et sa campagne « Produire la prospérité » en vue de l'élection fédérale de 2019.

Après la réunion estivale avait lieu la table ronde de la Fédération et des ministres FPT, axée sur les enjeux émergents de l'agriculture canadienne. Ce sont le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, Lawrence MacAulay, et la ministre de l'Agriculture hôte, Lana Popham, qui ont donné le coup d'envoi. Les thèmes au cœur de la table ronde étaient la table de la stratégie

économique du secteur agroalimentaire et la façon dont les gouvernements FPT peuvent éliminer les obstacles à la croissance et devenir de meilleurs alliés de l'industrie à l'égard de la stratégie.

Les ministres FPT se sont ensuite réunis au courant de la semaine pour discuter des enjeux commerciaux, de l'examen en cours des programmes de gestion des risques de l'entreprise, des recommandations de la table de la stratégie économique du secteur agroalimentaire et de l'industrie du cannabis.

Nouvelle foire de l'industrie

Les PPC n'ont pas tenu leur réception annuelle cet automne. Ils ont plutôt choisi d'organiser une foire de l'industrie en novembre. L'objectif : sensibiliser les invités – des parlementaires et leur personnel – aux différentes réalités de l'industrie canadienne du poulet. Des producteurs étaient sur place pour parler de ce qu'ils font tous les jours pour fournir aux familles canadiennes du poulet de grande qualité. Ils ont notamment présenté notre programme de soins aux animaux, donné des exemples de ce que mangent les poulets et expliqué le processus de transformation. Les administrateurs des PPC et les invités ont semblé aimer cette nouvelle formule interactive.

Congrès des partis politiques

Des membres du personnel et des représentants des PPC ont assisté aux congrès respectifs des partis libéral (en avril) et conservateur (en août), à Halifax. Notre présence à ces événements bisannuels a pour but de tisser des relations avec les parlementaires, leur personnel et les membres de leur base de façon à ce que les intervenants de l'industrie du poulet canadien soient entendus.

Le président des Chicken Farmers of Nova Scotia, Tim Ansems, et Lauren Kennedy, membre du personnel des PPC, étaient au congrès des libéraux. Parmi les invités ayant prononcé des discours, nommons le premier ministre Justin Trudeau, l'ancienne première ministre de l'Ontario Kathleen Wynne, et un panel agricole dont faisait partie le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, Lawrence MacAulay. Ce dernier a notamment fait le point sur la croissance de l'industrie du poulet canadien.

En prévision du congrès des conservateurs, les associations de circonscription partout au pays ont été appelées à présenter des résolutions de politiques devant être débattues par les

des producteurs étaient sur place pour parler de ce qu'ils font tous les jours pour fournir aux familles canadiennes du poulet de grande qualité.

Ils ont notamment présenté notre programme de soins aux animaux, donné des exemples de ce que mangent les poulets et expliqué le processus de transformation.

PPC

délégués, dont une controversée qui demandait le démantèlement du système de gestion de l'offre. Il était prévu de discuter de la résolution et de voter sur cette dernière lors d'un atelier en petits groupes, mais, faute de temps, cela ne s'est pas produit. Nombre de producteurs du GO-5 et membres du personnel se sont présentés au congrès à Halifax pour tenter de convaincre les délégués de voter contre cette résolution. Le GO-5 a organisé une réception qui a réuni un grand nombre de gens, dont des délégués, des députés et le chef du Parti conservateur, Andrew Scheer.

donner en retour

Les Producteurs de poulet du Canada sont fiers d'avoir commandité une fois de plus en 2018 le Jour de l'agriculture canadienne, où parlementaires, consommateurs, étudiants et autres alliés se réunissent à Ottawa et partout au pays pour reconnaître le travail des producteurs, des transformateurs et des acteurs de la chaîne de valeurs canadiens et élargir la discussion sur le contenu de nos assiettes.

Pour la deuxième année consécutive, les PPC ont commandité les soirées de bowling Lawn

Summer Nights, tournoi dont l'objectif est de lever des fonds pour lutter contre la fibrose kystique et de donner une vitrine à Fibrose kystique Canada. L'organisme invite les jeunes professionnels dans plus de 20 localités à participer à une expérience philanthropique entre pairs. Chaque année, cet événement amusant réunit entre autres des membres du personnel, des lobbyistes et beaucoup d'autres membres de la communauté parlementaire. À ce jour, le tournoi a permis d'amasser plus de 2,7 millions de dollars pour la lutte contre la fibrose kystique au Canada.

Les PPC sont également fiers d'avoir parrainé de nouveau le tournoi de golf annuel de Centraide Prescott-Russell, organisé par le député Francis Drouin. L'événement attire des gens de tous les horizons, golfeurs et non-golfeurs, qui désirent appuyer les bonnes œuvres de Centraide.

stratégie en matière de saine alimentation

Depuis la fin 2017, les PPC et d'autres associations du secteur agricole suivent de près les changements proposés à la stratégie en matière de saine alimentation de Santé Canada. Cette stratégie est

Le poulet a sa place.

LE NOUVEAU GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN

Produit par le CANADIEN PRODUCTEUR FARMER CANADIEN

Le nouveau Guide alimentaire canadien recommande de consommer régulièrement des aliments protéinés.

Et c'est là que le poulet entre en jeu. Le poulet est une excellente source de protéines de même que de potassium, de zinc, de fer, de vitamines B, de phosphore et bien plus encore!

poulet.ca
producteursdepoulet.ca



Le chef du NPD, Jagmeet Singh, et le directeur des producteurs de poulet de l'Î.-P.-É., Barry Uyterlinde, qui servent du poulet lors du congrès annuel et salon professionnel de la FCM

notamment à l'origine de changements aux exigences touchant l'étiquetage sur le devant des emballages et au Guide alimentaire canadien. Avec ces réformes, le gouvernement vise à réduire le nombre croissant de Canadiens qui vivent avec des complications liées à leur mauvaise alimentation, comme l'obésité, les maladies du cœur et les maladies chroniques.

Dans le cadre de sa consultation, Santé Canada a proposé qu'un symbole nutritionnel soit ajouté sur le devant des emballages pour aider les consommateurs à reconnaître rapidement les aliments riches en gras saturés, en sucre ou en sodium. Les aliments dont la teneur serait supérieure à 15 % de la valeur quotidienne recommandée sont considérés comme mauvais pour la santé.

L'entrée en vigueur de ces changements ne toucherait pas la viande de volaille et les sous-produits de viande de volaille non hachés. Cette exemption étant conditionnelle, nous avons fait valoir à Santé Canada que l'étiquetage de produits nutritifs comme bon nombre de produits de poulet transformés devrait respecter ces nouvelles normes, et que les consommateurs seraient donc réticents à les acheter. Nous avons recommandé à Santé Canada de faire afficher sur le devant des emballages les nutriments essentiels comme les protéines, plutôt que les éléments considérés comme malsains.

Inquiets de la prépondérance des protéines végétales par rapport aux protéines animales dans les changements proposés au Guide alimentaire canadien et de l'incidence considérable que cela pourrait avoir sur l'alimentation des Canadiens, les PPC se sont entretenus avec la ministre de la Santé, son personnel, le Comité permanent de la santé et d'autres parlementaires pour leur faire valoir l'importance de laisser au poulet et à la volaille une place de choix dans le Guide alimentaire. Le nouveau Guide sera publié en deux phases en 2019.

congrès annuel et salon professionnel de la fédération canadienne des municipalités

Les Producteurs de poulet du Canada, les Producteurs d'œufs du Canada, les Éleveurs de dindon du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada ont encore une fois parrainé le congrès annuel et salon

professionnel de la Fédération canadienne des municipalités (FCM), en juin.

La FCM représente plus de 2 000 municipalités d'un océan à l'autre à l'autre : grandes villes, collectivités petites et rurales et associations municipales provinciales et territoriales.

Comme chaque année, le GO-5 était présent à l'événement en plus de le commanditer. L'objectif : exprimer l'importance de la gestion de l'offre dans les villes comme dans les campagnes. Le personnel des PPC, ainsi que le directeur de l'office de l'Île-du-Prince-Édouard, Barry Uytterlinde, et des producteurs et employés des autres groupes ont servi à notre kiosque de délicieux mets au poulet, à la dinde, aux produits laitiers et aux œufs tout au long de la fin de semaine. Dans le contexte du thème « Les producteurs canadiens : piliers de nos communautés », nous avons discuté des enjeux commerciaux, de la souveraineté alimentaire et de la salubrité des aliments avec les participants. Le kiosque du GO-5 a été une fois de plus l'un des plus fréquentés. Parmi ses visiteurs, nommons le chef du Parti conservateur, Andrew Scheer, la députée Lisa Raitt, et le chef du NPD, Jagmeet Singh.

Le samedi après-midi, le GO-5 a emmené un groupe de 36 délégués à Seaview Poultry Farm, une ferme d'élevage de poulets et de production d'œufs située à environ une heure du centre-ville de Halifax. Le groupe a eu la chance de visiter les deux poulaillers et d'observer de visu les normes de soins aux animaux et de salubrité des aliments mises en pratique. Les délégués ont ensuite pu se délecter d'une sélection de vins locaux agencés à des produits champêtres offerts en dégustation par chacun des groupes du GO-5. Selon les commentaires reçus, cette activité a été la plus intéressante de la fin de semaine, et a très bien démontré l'importance de l'agriculture dans nos vies.

Le kiosque du GO-5 a été une fois de plus l'un des plus fréquentés. Parmi ses visiteurs, nommons le chef du parti conservateur, Andrew Scheer, la députée Lisa Raitt, et le chef du NPD, Jagmeet Singh.

Mise à jour sur le commerce et la politique

Avec la conclusion de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) et du nouvel Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM), 2018 a été une année mouvementée sur le plan du commerce – une année au cours de laquelle le gouvernement du Canada a, à notre grande déception, concédé un accès au marché intérieur du poulet dans le cadre des deux accords. Le Canada a également entamé des négociations de libre-échange avec le Mercosur.

Puisque le Brésil, le plus important exportateur de poulet au monde, est membre de ce bloc commercial, cette négociation présente des risques considérables pour le secteur intérieur du poulet. Par ailleurs, la désignation d'une nouvelle personne à la présidence du Comité de l'agriculture de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) entraîne un regain d'énergie dans le processus de négociation, alors que les avancées se faisaient très progressivement depuis les dernières années. Ce nouvel élan pourrait signifier plus d'activités à l'OMC sur des enjeux qui préoccupent les producteurs de poulet du Canada.

Accord de partenariat transpacifique global et progressiste

L'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), qui est le nom qui a été donné au Partenariat transpacifique lors de sa renégociation à la suite du retrait des États-Unis au début de 2017, a été conclu le 23 janvier. Malgré les efforts déployés par les Producteurs de poulet du Canada et d'autres intervenants des secteurs de la volaille, des produits laitiers et des œufs afin que les concessions originales soient réexaminées, l'accès accordé par le Canada en vertu du PTP original n'a malheureusement pas été rééquilibré de façon à refléter le retrait des États-Unis du groupe de membres originaux.

Un minimum de six pays devaient ratifier l'accord avant que commence le compte à rebours de 60

jours précédant sa mise en œuvre. Le Canada a été le cinquième pays à annoncer la ratification de l'accord le 29 octobre, et le 30 octobre, l'Australie est devenu le sixième pays à officiellement ratifier l'accord. Le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Japon et Singapour avaient déjà soumis des avis confirmant leur ratification de l'accord, et le Vietnam a déposé le sien le 15 novembre. Le Brunei Darussalam, la Malaisie, le Pérou et le Chili n'ont pas encore terminé leur processus de ratification.

Le PTPGP est donc entré en vigueur le 30 décembre 2018. Par conséquent, la deuxième année de mise en œuvre de l'accord a débuté deux jours plus tard, soit le 1^{er} janvier 2019. À ce moment, le marché canadien du poulet s'est ouvert à 7,8 millions de kilogrammes (Mkg) d'importations supplémentaires entrant en franchise de droits des pays membres du PTPGP, faisant passer le niveau d'accès au marché canadien à un total attendu de 102 Mkg.

Une fois pleinement mis en œuvre, le PTPGP offrira aux pays qui en sont membres un accès additionnel au marché de 26,7 Mkg. À l'heure actuelle, le Chili est le seul pays actuellement membre du PTPGP à pouvoir utiliser ce nouvel accès. Or, bien que le Chili n'ait pas terminé son processus de ratification avant la fin de 2018, on s'attend à ce qu'il soit en position de tirer pleinement



avantage de son accès libre à la totalité du CT du poulet du PTPGP de 2019 bien avant la fin de 2019. Le Chili exporte déjà des produits de poulet vers le Canada, bien qu'en quantité limitée jusqu'à maintenant. Cependant, ses exportations globales s'élèvent à plus de 100 Mkg annuellement, et il est donc en bonne position pour rediriger une portion de ses exportations en vue d'utiliser 100 % de ce nouvel accès en franchise de droits.

Le PTPGP sera mis en œuvre sur une période de 19 ans au cours de laquelle on s'attend à ce que les autres membres du PTPGP développent leurs capacités d'exportation du poulet. De plus, il est probable que de nouveaux membres se joignent au PTPGP, par exemple la Thaïlande, qui a déjà signifié son intérêt à se joindre à cet accord commercial. La Thaïlande est actuellement la troisième source d'importation de poulet en importance pour le Canada.

Accord canada-états-unis-mexique

La renégociation de l'ALENA, qui a été lancée en août 2017, a été l'un des éléments majeurs du programme commercial canadien en 2018. Aux côtés de représentants des secteurs du lait, de la volaille et des œufs, les représentants des Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont suivi de près les négociations trilatérales, assistant à toutes les rondes officielles de pourparlers et à toutes les réunions bilatérales et trilatérales au niveau ministériel. Pendant la sixième ronde des négociations de l'ALENA, qui a eu lieu à Montréal du 21 au 29 janvier 2018, les PPC ont conjointement tenu une réception avec leurs collègues des secteurs visés par la gestion de l'offre. La réception avait pour but d'appuyer la position du gouvernement selon laquelle la gestion de l'offre est une composante importante de l'agriculture canadienne qui ne peut tout simplement pas faire l'objet de négociations. Les séances de négociation ont également offert l'occasion de rencontrer des représentants des gouvernements provinciaux qui surveillaient eux aussi les pourparlers de près.

À partir du mois d'avril, les pourparlers se sont poursuivis quasi exclusivement au niveau des ministres et des négociateurs en chef dans le cadre d'une série de rencontres bilatérales et trilatérales tenues à Washington, plutôt que de



rondes officielles tenues selon une rotation dans les trois pays membres. La ministre canadienne des Affaires étrangères, Chrystia Freeland, s'est rendue à Washington à plusieurs reprises pour rencontrer ses homologues, le représentant pour le commerce des États-Unis, Robert Lighthizer, et le secrétaire à l'Économie du Mexique, Ildefonso Guajardo. Des membres du personnel et du Comité exécutif des PPC étaient présents lors de toutes les séances de négociation, surveillant les pourparlers grâce à des séances d'information régulières offertes par le négociateur en chef du Canada, le négociateur pour l'agriculture et du personnel ministériel.

Après avoir suivi un horaire de négociation très intense, le Canada, le Mexique et les États-Unis ont finalement conclu le nouvel accord le 30 septembre 2018. Au Canada, cet accord porte le nom d'Accord Canada-États-Unis-Mexique, ou ACEUM, et a officiellement été signé le 30 novembre 2018.

Après avoir suivi un horaire de négociation très intense, le Canada, le Mexique et les États-Unis ont finalement conclu le nouvel accord le 30 septembre 2018. Au Canada, cet accord porte le nom d'accord Canada-États-Unis-Mexique, ou ACEUM, et a officiellement été signé le 30 novembre 2018.

On s'attend à ce que le processus de ratification se fasse assez rapidement au Canada et au Mexique. Cependant, l'échéancier de ratification et de mise en œuvre demeure incertain aux États-Unis en raison de la récente prise de pouvoir par les démocrates à la Chambre des représentants des États-Unis et de l'impasse politique qui en résulte.

Sachant que les États-Unis avaient initialement déposé une demande visant le

démantèlement complet du système de gestion de l'offre, l'impact de ce nouvel accord commercial aurait pu être bien pire pour le secteur canadien du poulet. Néanmoins, les États-Unis ont réussi à obtenir un accès de 62,9 Mkg au marché canadien du poulet, ce qui représente 12,7 Mkg de plus que ce qui était établi dans l'ALENA original. Ces gains sont significatifs pour l'industrie américaine du poulet puisqu'en plus de l'accès supplémentaire, elle a obtenu une concession du Canada faisant en sorte que l'accès consenti en vertu de l'ACEUM ne peut être utilisé que par des produits provenant des États-Unis. Les produits de poulet provenant des États-Unis bénéficieront d'un accès accru et garanti au marché canadien, sans avoir à faire concurrence à d'autres pays tels que le Brésil et la Thaïlande, les deuxième et troisième sources d'importations en importance pour le Canada.

Impacts combinés du PTPGP et de l'ACEUM

Une fois les deux accords pleinement mis en œuvre, l'ACEUM et le PTPGP entraîneront une hausse de l'accès total au marché canadien, qui passera de 90,1 Mkg, ou 7,5 % de la production canadienne, à 129,6 Mkg, soit 10,7 % de la production canadienne (2017). On s'attend à ce que cette augmentation de l'accès génère des pertes annuelles de 240 millions de dollars en contributions à l'économie du Canada ainsi que la perte de 3 100 emplois à l'échelle du pays. Or, ces impacts se feront principalement sentir dans les communautés rurales.

Le gouvernement du Canada a reconnu ces pertes et a par conséquent établi un groupe de travail national sur la volaille et les œufs pour veiller à ce que nos secteurs soient pleinement et équitablement appuyés en vue de s'ajuster à ces niveaux accrus d'accès aux marchés et qu'ils puissent continuer de connaître du succès malgré ces nouveaux accès. Par l'entremise du groupe de travail, les représentants des PPC ont présenté les stratégies suivantes pour aider les producteurs à s'ajuster aux concessions du gouvernement :

- » Un programme de crédit d'impôt à l'investissement qui aiderait les producteurs qui investissent dans l'amélioration de leurs exploitations.
- » Un fonds de développement des marchés qui contribuerait à promouvoir le poulet élevé au Canada.
- » Une méthodologie d'attribution des CT conçue pour minimiser les distorsions du marché.
- » L'application aux importations des normes de production canadiennes.
- » La résolution de deux importantes failles en matière de contrôle des importations qui perturbent la production canadienne de poulet depuis des années : la mauvaise utilisation des Programmes d'exonération des droits (PED) et de drawback et les importations frauduleuses de viande de poulets à griller mal étiquetée.
 - Les règles régissant l'importation et la réexportation de produits de poulet dans le PED doivent être mises à jour de manière à interdire la substitution et la marinade pour les coupes de poulet importé et à réduire le temps alloué pour la réexportation, qui est actuellement de 4 ans. De plus, les demandeurs qui n'ont plus le droit de participer au Programme d'importation pour réexportation (PIR) ne doivent plus être admissibles à participer au PED.
 - Le test d'ADN qui permet de différencier la viande de poulet à griller de la poule de réforme doit être intégré aux processus réguliers des contrôles frontaliers dans le but d'éliminer les importations frauduleuses au Canada de poulet étiqueté comme étant de la poule de réforme.

Le gouvernement du Canada doit également s'engager à veiller à ce qu'aucun accès supplémentaire au marché intérieur du poulet ne



soit accordé dans tout autre accord commercial, par exemple dans le cadre d'un accord qui découlerait des pourparlers de libre-échange avec le Mercosur ou de discussions avec l'OMC. Les PPC sont impatients de travailler avec le gouvernement en vue de concevoir et de mettre en place ces approches, et ainsi de soutenir les producteurs de poulet canadiens alors qu'ils s'ajustent au nouvel environnement commercial.

négociations actuelles entre le canada et le mercosur

En mars 2018, le Canada a officiellement entamé des négociations commerciales avec le bloc commercial du Mercosur, qui regroupe l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay. Les principales préoccupations des PPC concernent avant tout le Brésil, qui domine le commerce mondial de la viande de poulet à griller, mais également, dans une moindre mesure, l'Argentine. Bien que le secteur du poulet de l'Argentine soit considérablement plus petit que celui du Brésil, avec une production de 2,18 Gkg en 2018, le pays a déjà accru son marché de l'exportation, qui est passé de 158 Mkg en 2016 à 187 Mkg en 2018, et il souhaite maintenir cette croissance des exportations.

Le Brésil n'est pas seulement le deuxième producteur de poulet en importance au monde après les États-Unis, avec une production de 13,6 Gkg en 2017, il

est aussi le plus grand exportateur sur la planète, avec un total d'exportations s'étant élevé à 3,85 Gkg en 2017. En comparaison, la production totale du Canada en 2017 était légèrement inférieure à 1,2 Gkg, ce qui correspond à 11 fois moins que la production intérieure du Brésil et au tiers de son volume d'exportations. Or, le Brésil est déjà la deuxième source d'importation de viande de poulet à griller en importance au Canada, après les États-Unis, 14,3 Mkg d'importations ayant fait leur entrée sur le marché canadien en 2017.

Étant donné le faible coût de production au Brésil et la volatilité du réal brésilien, les produits de poulet brésiliens pourraient facilement envahir le marché canadien. À la lumière de cette réalité, il est impératif que le Canada maintienne ses contingents tarifaires et tarifs hors quota aux niveaux actuels pour veiller à l'intégrité de ses contrôles des importations et au développement continu de son secteur du poulet.

organisation mondiale du commerce

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) a été créée en 1995 en vue de favoriser la fluidité et la prévisibilité des échanges commerciaux mondiaux en servant de cadre aux négociations commerciales, au règlement des différends et à la surveillance des politiques. Cependant, au cours des dernières années, l'Organisation a eu de la difficulté à s'acquitter de ses responsabilités,

L'approche énergétique de l'ambassadeur pourrait stimuler le niveau d'activité à l'OMC relativement à des enjeux qui préoccupent le secteur de la gestion de l'offre en général, et les PPC en particulier.

puisque des différends internes ont entravé les activités, allant même jusqu'à empêcher un consensus quant au plan de travail de l'Organisation. Au cours de la dernière année, la situation est devenue de plus en plus complexe à mesure que les États-Unis ont continué de se dissocier de leur traditionnel rôle de leader au sein de l'Organisation, affirmant la nécessité d'en

réformer divers aspects, entre autres l'Organe d'appel pour le règlement des différends, et exprimant des préoccupations concernant la désignation de pays en développement dont la Chine continue de bénéficier.

Les négociations sur l'agriculture à l'OMC sont un élément central de l'incapacité de l'Organisation de progresser dans plusieurs dossiers. Cependant, le 9 avril, le Comité de l'agriculture a élu un nouveau président, à savoir l'ambassadeur du Guyana Deep Ford, qui s'est engagé à faire des progrès substantiels quant aux trois piliers de l'agriculture, c'est-à-dire le soutien interne, l'accès aux marchés et la concurrence à l'exportation. L'ambassadeur

Ford a tenu des séances mensuelles thématiques entre septembre et décembre, et a utilisé les résultats pour élaborer son plan de travail pour 2019, lequel prévoit un échéancier chargé de rencontres mensuelles qui commenceront au début 2019. L'approche énergétique de l'ambassadeur pourrait stimuler le niveau d'activité à l'OMC relativement à des enjeux qui préoccupent le secteur de la gestion de l'offre en général, et les PPC en particulier.

Les administrateurs remplaçant des PPC Rick Kaptein (Ontario) et Marco Volpé (Nouveau-Brunswick) ont assisté au Forum public de l'OMC à Genève, en Suisse, du 1er au 5 octobre 2018; ils étaient accompagnés par Tara Molloy, analyste du commerce et des politiques des PPC. À cette occasion, les représentants des PPC se sont joints à leurs collègues des secteurs visés par la gestion de l'offre représentant les Producteurs d'œufs du Canada, les Éleveurs de dindon du Canada, les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada et les Producteurs laitiers du Canada. Pendant leur séjour à Genève, les délégués des PPC ont approfondi leur compréhension du système commercial multilatéral et obtenu de l'information sur les priorités commerciales du Canada.



En plus de participer à des séances sur les défis et avantages du système commercial multilatéral, les représentants des PPC ont pris part à une réunion d'experts présentée conjointement par les secteurs visés par la gestion de l'offre, la Fédération canadienne de l'agriculture, la Young Farmers' Federation of Uganda, la Norwegian Farmers' Union, l'Union suisse des paysans et la National Farmers Union des États-Unis. Le titre de la séance était : « Vers une agriculture durable : quel peut être le rôle du commerce? ». Cette séance à laquelle beaucoup de gens ont assisté a stimulé des discussions sur la manière dont les politiques nationales et internationales peuvent aider les producteurs, ou leur nuire, lorsqu'ils doivent surmonter les nombreux défis auxquels ils sont confrontés.

Les représentants des PPC avaient aussi un horaire bien rempli avec des réunions spéciales avec plusieurs importants intervenants de l'OMC, entre autres le directeur général adjoint, Alan Wolff, et le président du Comité de l'agriculture, l'ambassadeur John Deep Ford, de même que l'ambassadeur du Canada Stephen de Boer, qui a offert un aperçu des efforts actuels déployés par le Canada pour aider les Membres de l'OMC à résoudre les obstacles organisationnels internes.

contrôle des importations

En 2018, les administrateurs et le personnel des Producteurs de poulet du Canada ont continué à travailler avec les représentants et fonctionnaires du gouvernement afin de résoudre les enjeux relatifs au contrôle des importations qui sont problématiques depuis longtemps pour le secteur canadien du poulet. Ces enjeux incluent la mauvaise utilisation du Programme d'exonération des droits, l'importation de viande de poulet à griller étiquetée à tort comme étant de la poule de réforme, et les mélanges définis de spécialité – les produits de poulet créativement emballés et spécialement développés pour contourner les mesures de contrôle des importations.

En 2017, le Bureau du vérificateur général du Canada (BVG) a rapporté que l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et Affaires mondiales Canada (AMC) ne gèrent pas adéquatement les limites propres aux marchandises contingentées qui entrent au Canada. Le BVG a également



déterminé que le cadre de contrôle du Programme d'exonération des droits était inefficace, permettant ainsi l'entrée de certains produits régis par la gestion de l'offre sur le marché canadien sans le versement des droits exigibles. Les PPC ont bien accueilli le rapport du BVG puisqu'il fait référence à des préoccupations que le secteur du poulet porte à l'attention des fonctionnaires gouvernementaux depuis plusieurs années.

Le BVG a recommandé à l'ASFC et à AMC de travailler ensemble pour faire appliquer les contingents tarifaires plus efficacement, et également à l'ASFC et au ministère des Finances Canada de coopérer en vue d'améliorer la conformité aux exigences du programme des utilisateurs du Programme d'exonération des droits. En réponse au rapport du BVG, l'ASFC s'est engagée à revoir ses processus et a fait de la vérification des importations de produits visés par la gestion de l'offre une priorité nationale en 2018. Les PPC sont satisfaits du travail entrepris par l'ASFC pour régler ces lacunes procédurales et sont impatients de poursuivre leur collaboration avec l'Agence dans le but de renforcer les mesures de contrôle des importations du Canada.

programme d'exonération des droits

Le Programme d'exonération des droits (PED) administré par l'ASFC permet aux transformateurs canadiens d'importer des marchandises destinées à la transformation intérieure qui seront ensuite réexportées sans avoir à payer les tarifs des douanes applicables. Ce programme a été conçu pour les secteurs industriel et de la fabrication, et ses règles reflètent les réalités de ces secteurs. Par exemple, les composantes importées peuvent être gardées au Canada pendant jusqu'à quatre ans, et un certain niveau de substitution avec des produits intérieurs est permis. Cependant, puisque ces règles permettent un certain niveau de distorsion du marché, elles

sont extrêmement incompatibles avec les produits périssables visés par la gestion de l'offre.

Cette incompatibilité a d'ailleurs été mise en lumière par l'ASFC dans sa récente vérification des participants au PED important des produits visés par la gestion de l'offre. Parmi les 26 vérifications effectuées par l'ASFC, il a été déterminé que 21 entreprises n'étaient pas en conformité avec les règles, ce qui a entraîné la suspension ou l'annulation de 15 licences du PED, et l'imposition de cotisations d'une valeur d'environ 177 millions de dollars en droits de douane impayés.

Depuis 2015, on a observé une diminution constante du niveau des importations effectuées en vertu du PED, principalement en raison des vérifications accrues effectuées par l'ASFC. En 2018, 41,9 Mkg ont été importés en vertu du PED, comparativement 48,6 Mkg en 2017.

Depuis plusieurs années, les PPC demandent que le poulet et d'autres produits visés par la gestion de l'offre soient complètement exclus du PED, et qu'ils soient plutôt relégués au Programme d'importation pour réexportation (PIR) administré par AMC, un programme conçu précisément pour ces produits. Les règles qui gouvernent le PIR permettent de veiller à ce que des mesures de protection appropriées soient en place pour atténuer les possibles diversions qui auraient des effets de distorsion du marché. Par exemple, en vertu du PIR, la réexportation doit avoir lieu dans les trois mois, les produits importés ne peuvent être substitués, et les produits marinés

sont interdits en raison de préoccupations liées à une diversion vers le marché intérieur.

En vertu de l'ACEUM, le Canada a cependant accepté que les produits visés par la gestion de l'offre demeurent admissibles à tous ses programmes d'importation pour réexportation, notamment le PED. À la lumière de cette concession, lorsque l'ACEUM sera ratifié, les PPC travailleront en vue de veiller à ce que les utilisateurs du PED qui utilisent le programme pour importer et réexporter des produits visés par la gestion de l'offre soient assujettis aux mêmes règles et critères d'admissibilité que celles gouvernant les utilisateurs du PIR.

viande de poulet à griller mal étiquetée et importée en tant que poule de réforme

La viande de poulet à griller est assujettie aux contrôles des importations lorsqu'elle fait son entrée au Canada. En revanche, la viande de poule de réforme – celle des poules pondeuses qui ont atteint la fin de leur cycle de production – n'est pas assujettie à ces mêmes contrôles et peut être importée au Canada en quantités illimitées en franchise de droit ou encore à un très faible taux de droit de douane. Il y a quelques années, certains importateurs canadiens ont réalisé que les deux produits sont impossibles à distinguer visuellement

et ont commencé à importer frauduleusement de la viande de poitrine de poulet à griller désossée en l'étiquetant comme étant de la poule de réforme. Cette activité a non seulement entraîné des pertes de revenus pour le secteur canadien du poulet, des pertes d'emplois pour l'économie du Canada et une diminution des recettes douanières pour le gouvernement du Canada, mais a également causé des risques pour les consommateurs canadiens, puisque la chaîne de traçabilité du système alimentaire a été rompue.

Dans la foulée de son engagement à prioriser les enjeux entourant l'importation de produits visés par

importations par type (kg)

	2018	2017
importations globales	89 228 118	84 968 707
importations supplémentaires pour pénuries	-	5 508 899
importations pour concurrence	6 667 041	6 252 464
importations pour réexportation	19 833 168	18 554 738
importations en raison de pénurie	41 930 000	48 666 000
total	157 658 327	163 950 808
importations de volaille de réforme	82 798 770	81 000 376

source : Affaires mondiales Canada, AAC

la gestion de l'offre, l'ASFC a pris des mesures pour résoudre le problème des importations de poulet à griller incorrectement classifié en tant que poule de réforme. Depuis le milieu de 2017, l'ASFC a procédé à la vérification de 68 importateurs de poule de réforme, un examen qui a révélé que 25 % d'entre eux étaient non conformes. L'examen a mené à l'imposition de cotisations de 118 millions de dollars en droits de douane impayés.

Dans le but de prévenir ces importations de produits mal étiquetés, le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (AAC), l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et l'ASFC ont collaboré plus tôt cette année avec l'Université Trent et les PPC à une validation avec insu du test d'ADN qui peut distinguer la viande de poulet à griller de celle de poule de réforme. L'ASFC a exprimé son intérêt à utiliser le test d'ADN en tant que preuve du contournement des mesures tarifaires, particulièrement à la lumière des nombreux cas d'importations de viande de poulet à griller non conformes révélés dans le cadre de son examen.

Au cours de la prochaine année, AAC évaluera avec l'ACIA et l'ASFC la faisabilité d'un projet pilote sur les véritables expéditions de poule de réforme. Les PPC sont encouragés par les mesures que le gouvernement a prises pour faire progresser ce dossier et sont impatients de le voir se résoudre.

En 2018, les importations de poule de réforme ont augmenté légèrement, passant à 83 Mkg, alors qu'elles avaient été de 81 Mkg en 2017. Le maintien d'un fort volume d'importations de poule de réforme souligne l'importance de mettre en œuvre le test d'ADN de manière intégrale afin de veiller à éliminer les importations de produits mal étiquetés, et ainsi à améliorer la salubrité des aliments et l'activité économique au Canada.

Mélanges définis de spécialité

Un produit qui combine de la viande de poulet à d'autres ingrédients qui composent 13 % ou plus du poids total du produit est appelé « mélange défini de spécialité » (MDS). Les MDS ne sont pas considérés comme du poulet aux fins des contrôles d'importation. Certaines entreprises canadiennes

avaient vu ces produits comme une occasion de contourner les règles commerciales. En ajoutant simplement de la sauce à une boîte d'ailles de poulet, ces entreprises ont été en mesure de développer des produits dont le seul but était de contourner les mesures de contrôle des importations; ces pratiques se nomment « manipulation des tarifs ».

Cet enjeu a été réglé au moyen de l'ACEUM récemment conclu, dans lequel la définition de MDS a été mise à jour de manière à inclure les exigences relatives à la sauce et à la cuisson qui sont déjà en vigueur dans la liste du Canada négociée à l'OMC. Une fois l'ACEUM en vigueur, ce changement sera reflété dans le Tarif des douanes canadien. Il s'agit d'un élément positif pour le secteur canadien du poulet, puisque cette modification devrait mettre un terme à une portion de la manipulation des tarifs pratiquée par certains importateurs pour contourner les mesures de contrôle des importations.

Mise à jour sur le CT

L'accès global associé au contingent tarifaire (CT) consenti pour 2018, qui était fixé à 7,5 % de la production de l'année précédente, a été de 90,1 Mkg, une hausse par rapport aux 86,1 Mkg de 2017. Les importations mondiales se sont élevées à 89,2 Mkg; une portion de l'attribution n'a pas été importée, et il y a eu des retenues de 0,5 Mkg découlant de vérifications d'Affaires mondiales Canada. En plus des importations mondiales, un total de 6,6 Mkg en attributions d'importations supplémentaires à des fins de concurrence ont été accordés pour des produits non inscrits sur la LMIC. Sur la base des importations totales effectuées en vertu du CT de 2018, le niveau des importations pour les produits de poulet comprenant les importations supplémentaires à des fins de concurrence a atteint 95,9 Mkg, ce qui représente 7,98 % de notre production de l'année précédente. Il est malheureux que l'on continue à laisser entrer des importations supplémentaires au-delà des engagements déjà généreux du Canada en matière de commerce international.

salubrité des aliments à la ferme



Cette année marque le 20^e anniversaire de l'élaboration du Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) *Élevé par un producteur canadien* et les Producteurs de poulet du Canada (PPC) continuent de le mettre en œuvre d'un bout à l'autre du pays. Le programme met l'accent sur la santé des animaux, la propreté et la salubrité à chaque étape du cycle de production et prévoit des mesures de biosécurité obligatoires pour protéger la santé des animaux et prévenir l'infection d'un troupeau par une source extérieure.

Le programme maintient aussi la pleine reconnaissance des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux en ce qui a trait aux programmes de salubrité des aliments et est soumis à des examens réguliers pour le maintenir. Au-delà des exigences nécessaires pour conserver cette reconnaissance, le PSAF fait l'objet d'une vérification indépendante de NSF International de la même façon que l'est le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien*. La conformité et la participation au programme demeurent élevées,

100% des producteurs étant certifiés. C'est là un autre élément de la valeur et des assurances offertes par la marque *Élevé par un producteur canadien*.

La conformité et la participation au programme demeurent élevées, 100% des producteurs étant certifiés. c'est là un autre élément de la valeur et des assurances offertes par la marque *élevé par un producteur canadien*.

Réduction des agents pathogènes

La réduction des agents pathogènes chez les volailles revêt une priorité absolue tant pour le gouvernement que l'industrie et les PPC ont estimé qu'il s'agit d'une priorité essentielle pour

l'organisation en 2019. Les PPC participent à un groupe de travail composé de représentants du gouvernement et de l'industrie dans le but d'examiner de façon proactive les mesures de surveillance et d'atténuation d'agents pathogènes à différents niveaux de la chaîne de valeur, particulièrement la *Salmonella enteritidis* (SE).

Ces groupes de travail se sont concentrés sur la réduction des possibilités de maladies d'origine alimentaire provenant de produits de volaille en prêtant une attention particulière à la SE en raison du danger qu'elle représente en tant que pour la santé publique. Compte tenu de l'importance de cette question, l'Agence canadienne d'inspection des aliments a envoyé un avis à l'industrie au mois de mars concernant une nouvelle exigence pour réduire la quantité de *Salmonella* à un seuil inférieur aux quantités décelables dans les produits de poulet crus panés et congelés.

Ce groupe de travail continuera des mesures de surveillance et des protocoles de gestion pour réduire la SE tout au long de 2019. Parallèlement, les PPC continueront de communiquer les bonnes pratiques sur la cuisson adéquate et la manipulation sécuritaire des aliments aux consommateurs.

DESFO

**DÉFENSE
D'ENTRER
BIOSÉCURITÉ
EN VIGUEUR**



Les Producteurs de
poulet du Canada
Chicken Farmers
of Canada

L'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ceux-ci



Les enjeux liés à la résistance aux agents antimicrobiens et l'utilisation d'antimicrobiens (RAM et UAM) demeurent au premier plan du travail mené par les Producteurs de poulet du Canada. Nous mettons en œuvre une stratégie d'utilisation d'antimicrobiens visant à répondre aux attentes des consommateurs tout en protégeant la santé et le bien-être des oiseaux, et les producteurs de poulet du Canada continuent de faire évoluer leurs pratiques de production en fonction des préférences des consommateurs. Cette stratégie est au centre de nos efforts continus pour renforcer la valeur et les assurances promises par le logo *Élevé par un producteur canadien*.

Dans le cadre de la stratégie sur l'UAM (bit.ly/2TwrSR9), l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie II a été éliminée à la fin de l'année 2018. Cette étape fait suite à la réussite de l'élimination de l'utilisation préventive d'antibiotiques de catégorie I en 2014. La troisième étape de la stratégie consiste à éliminer l'utilisation des antibiotiques de catégorie III d'ici la fin de l'année 2020; les PPC mèneront une révision de cet objectif en 2019 afin d'assurer que l'industrie est prête à l'accomplir. La stratégie est fondée sur la réduction, la surveillance, l'intendance, la recherche et l'innovation. Elle maintient l'utilisation d'ionophores (antibiotiques non utilisés en médecine humaine), ainsi que celle des antimicrobiens pour le traitement des maladies afin de maintenir la santé et le bien-être des oiseaux.

L'amélioration de l'utilisation d'antimicrobiens et de sa surveillance

L'objectif principal du travail des PPC en 2018 était la préparation de la chaîne de valeur à la deuxième étape de la stratégie de réduction de l'UAM : l'élimination des antibiotiques de catégorie II pour la prévention de maladies avant la fin de l'année. À cette fin, les PPC ont publié deux périodiques pour soutenir et éduquer les producteurs et les intervenants de la chaîne de valeur en vue de la préparation à cette prochaine étape. Le premier numéro (bit.ly/2VTIL4H) comportait des renseignements sur la stratégie et les échéanciers, un article portant sur l'importance de participer à la stratégie de réduction, les perspectives venant d'experts de l'industrie et des conseils pratiques en matière de gestion des poulaillers. Le deuxième numéro (bit.ly/2Jj0p0C) contenait plus de contenu

vidéo et visait à soutenir les producteurs en mettant l'accent sur les pratiques principales de gestion à la ferme, en particulier le démarrage. Les deux numéros peuvent être consultés ici.

Pour assurer la clarté et la cohérence, il était nécessaire de rendre formelles les définitions de l'utilisation thérapeutique et de l'utilisation préventive; pour accomplir ceci, de nombreuses consultations avec des vétérinaires aviaires ont eu lieu tout au long de l'année 2018. Les résultats de ces démarches sont reflétés dans la mise à jour (bit.ly/2TwY8Dw) du programme de la salubrité des aliments à la ferme *Élevé par un producteur canadien*, qui a été distribuée à tous les producteurs sous la forme de modification au programme pour tenir compte de l'élimination des antibiotiques de catégorie II.

La modernisation du processus d'approbation réglementaire pour les agents microbiens viables (probiotiques, prébiotiques) est un autre enjeu clé sur lequel les PPC continuent de travailler afin de favoriser la réussite des producteurs dans un milieu à utilisation réduite d'antimicrobiens. Ces agents peuvent jouer un rôle important dans la bonne gestion de la santé intestinale et les PPC travaillent en collaboration avec le gouvernement et les intervenants de la chaîne de valeur depuis un certain nombre d'années dans le but d'améliorer l'accès à ces produits au Canada ainsi qu'assurer l'étiquetage approprié de ceux-ci. Les PPC étaient satisfaits des démarches entreprises cette année par Santé Canada visant à augmenter la flexibilité en matière de classification et d'allégations autorisées sur les étiquettes; les résultats de ces démarches devraient inspirer la confiance nécessaire pour que les entreprises de produits de santé animale s'introduisent dans le marché canadien. Il reste encore beaucoup de travail à faire pour allonger la liste d'allégations autorisées, et les PPC continueront de travailler en collaboration avec le gouvernement et les intervenants de la chaîne de valeur afin de trouver des solutions qui permettront l'atteinte des objectifs du gouvernement et de l'industrie.

Afin d'assurer le succès de la stratégie sur l'UAM dans son ensemble, tous les membres de la chaîne de valeur ont continué à travailler ensemble tout au long de l'année 2018 pour relever les défis que

pose une telle stratégie à l'échelle nationale. Par exemple, les pratiques de gestion au niveau des poulaillers de poulets à griller, des couvoirs et des fermes ont toutes été passées en revue dans le but d'assurer la santé et le bien-être des oiseaux, plus particulièrement chez les troupeaux élevés avec utilisation réduite d'antibiotiques. La surveillance par l'industrie et par le gouvernement est également en cours afin de vérifier la conformité à la stratégie de réduction et les répercussions de celle-ci. Le Programme intégré canadien de surveillance de la résistance antimicrobienne (PICSRA) continue de surveiller l'utilisation d'antimicrobiens et les niveaux de résistances à ceux-ci; ces renseignements seront particulièrement utiles pour l'avenir, car les PPC mèneront une évaluation de l'objectif d'élimination de l'utilisation des antibiotiques de catégorie III en 2019.

des efforts coordonnés

Les gouvernements se sont également penchés activement sur le dossier de l'utilisation d'antimicrobiens et de la résistance à ceux-ci, et d'importantes modifications réglementaires complémentaires au travail des PPC sur leur stratégie sur l'UAM sont entrées en vigueur en 2018. À compter du 1er décembre, tous les antimicrobiens importants sur le plan médical (catégories I, II et III) nécessitent une ordonnance vétérinaire et ne sont plus offerts en vente libre. La stratégie sur l'UAM des PPC encourage une surveillance vétérinaire accrue de l'utilisation d'antimicrobiens, et cette modification réglementaire favorise ceci. Par la même occasion, toutes les allégations se rapportant à la stimulation de la croissance ont été supprimées des étiquettes de médicaments, ce qui s'harmonise avec efforts des PPC visant à assurer l'utilisation responsable d'antimicrobiens.

Les objectifs et l'approche de la stratégie des PPC sont conformes au cadre d'action pancanadien sur la résistance aux antimicrobiens et l'utilisation des antimicrobiens du gouvernement canadien. En 2018, les PPC ont continué à travailler avec le gouvernement pour élaborer le futur plan d'action pancanadien et ce travail de collaboration sur cette priorité définie se poursuivra.

soins aux animaux



Les soins aux animaux sont au cœur de nos actions. Nous comprenons que les gens accordent beaucoup d'importance à leur nourriture. Ils veulent en connaître la provenance et savoir comment les animaux ont été élevés. Nos producteurs et leurs familles ont les mêmes soucis. C'est pourquoi les Producteurs de poulet du Canada ont élaboré et mis en œuvre un programme robuste, le Programme de soins aux animaux, qui démontre le niveau de soins appliqué dans les fermes d'élevage de poulets du Canada.

Instauré en 2009, le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* est encore aujourd'hui le seul qui puisse garantir que les normes relatives aux soins aux animaux soient mises en œuvre et auditées dans l'ensemble des fermes d'élevage de poulets au Canada :

- » Notre programme repose sur des assises solides : il est fondé sur le Code de pratiques, et le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage estime qu'il répond à toutes les exigences de son cadre d'évaluation.
- » Notre programme prévoit des audits annuels à la ferme et des audits par un tiers, ce qui oblige tous les producteurs à rendre des comptes.
- » Notre programme est obligatoire dans les 10 provinces; tous les producteurs doivent donc y participer et s'y conformer.
- » Notre programme prévoit des mesures d'application strictes en cas de non-conformité.
- » Notre programme est régulièrement passé en revue et continuellement amélioré pour tenir compte des nouvelles connaissances.

Amélioration continue

Les Producteurs de poulet du Canada ont travaillé avec diligence pour remettre au goût du jour le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien*. Ils se sont appuyés sur le Cadre d'évaluation des soins aux animaux du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) (bit.ly/2EWqgG0), ce qui a renforcé la crédibilité et la transparence

du processus d'examen. Un groupe diversifié d'intervenants se sont rencontrés à plusieurs reprises en 2017 et 2018 pour réviser le programme et le rendre conforme aux nouvelles exigences du Code de pratiques. Le manuel (bit.ly/2NZJNt9) qui en a découlé a été reconnu par le CNSAE, et les nouvelles normes d'audits entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2019.

Le manuel complet du programme et la liste des modifications (bit.ly/2O0X4lo) ont été distribués aux producteurs avant cette date. Des changements ont été apportés dans les sections suivantes :

section 1 – éleveur et employés

- » Codes de conduite
- » Formation et dossiers

section 3 – environnement

- » Qualité de l'air et éclairage

section 5 – observation et manipulation des poulets

- » Bonnes techniques de manipulation

section 6 – pratiques en matière de soins de santé

- » Plan de santé du troupeau
- » Mortalité
- » Euthanasie

section 7 – gestion et préparation en cas de situation d'urgence

- » Plan d'urgence



section 8 - capture et chargement

- » Conception de la ferme et des bâtiments
- » Évaluation du troupeau

soins au troupeau après la capture

Les PPC mènent chaque année des examens de la gestion, des audits internes, des audits des témoins des auditeurs et des audits par un tiers relativement au programme dans son ensemble. Chacune de ces initiatives contribue à la mise en œuvre efficace et à l'amélioration du programme.

Audit par un tiers

Pour démontrer encore mieux aux clients et aux consommateurs l'engagement des producteurs et l'efficacité des programmes, les programmes de soins aux animaux et de salubrité à la ferme *Élevé par un producteur canadien* sont audités par un tiers, soit NSF International. NSF est un organisme de certification tiers reconnu à l'échelle

internationale qui utilise les auditeurs certifiés de la PAACO (Professional Animal Auditor Certification Organization) et qui est agréé par l'American National Standards Institute pour la norme ISO 17065. Chaque année, des audits par un tiers sont réalisés au bureau national, dans trois ou quatre offices provinciaux de commercialisation et dans un échantillon de fermes de chaque province. Les auditeurs à la ferme des PPC font également l'objet de ces audits. Depuis 2018, tous les auditeurs subissent deux audits des témoins de NSF.

Pour la troisième année consécutive, les évaluations de NSF ont démontré que les PPC ont mis en œuvre les programmes de soins aux animaux et de salubrité des aliments à la ferme *Élevé par un producteur canadien* de manière efficace et systématique. Ces résultats et la nature obligatoire du programme pour tous les producteurs contribuent à assurer la crédibilité du programme et donnent aux transformateurs, aux détaillants et aux restaurateurs la confiance requise pour appuyer une approche nationale unique.

Le CNSAE et Les codes

Le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) (bit.ly/2CbT5Of) est le seul organisme au monde qui réunit des groupes voués au bien-être des animaux, des agences d'exécution, des gouvernements et des éleveurs dans le cadre d'un modèle de prise de décisions concertées pour faire progresser le bien-être des animaux d'élevage. Le CNSAE dirige le processus d'élaboration des Codes au Canada, lesquels déterminent le contenu des normes nationales de bien-être des animaux sur la base des données scientifiques et concrètes les plus récentes.

Les Producteurs de poulet du Canada sont membres du CNSAE depuis 2006; ils sont représentés au conseil d'administration par Nick de Graaf, l'administrateur des PPC de la Nouvelle-Écosse.

L'un des grands chantiers du CNSAE en 2018 a été la mise à jour du Code de pratiques sur le transport. Le champ d'application des Codes de pratiques se limite à la ferme, exception faite de celui sur le transport, qui couvre le bien-être de toutes les espèces durant les déplacements. La mise à jour de ce code est complexe : la multitude de groupes de produits exige que l'on fasse appel à l'expérience et au savoir-faire de nombreux intervenants. Le processus de mise à jour d'un code commence toujours par un examen exhaustif de la recherche scientifique sur les questions de bien-être prioritaires. S'ensuit un rapport – dans ce cas-ci, le rapport a été publié en mars. Le processus d'élaboration du nouveau Code de pratiques sur le transport est en cours, et il repose sur les conclusions de ce rapport. Il devrait s'achever en 2023.

En 2018, le CNSAE a également diffusé une nouvelle vidéo (bit.ly/2HrH7mY) expliquant comment les Codes sont utilisés au Canada, et a mené un examen complet de la période de commentaires publics. De cet examen est issu un rapport formulant des recommandations pour perfectionner la façon dont les commentaires du public sont sollicités, reçus et intégrés dans le processus d'élaboration d'un code.

Le CNSBAE

Formé en 2010, le Conseil national pour le soin et le bien-être des animaux d'élevage (CNSBAE) est un groupe consultatif unique en son genre, financé conjointement par les gouvernements fédéral et provinciaux et par des intervenants de

l'industrie et du milieu des ONG. Son principal rôle est de formuler des recommandations concernant les secteurs de politique clés et de les soumettre aux gouvernements fédéral et provinciaux et aux intervenants de l'industrie. Les Producteurs de poulet du Canada sont représentés au Conseil par le remplaçant du Nouveau-Brunswick, Marco Volpé.

En 2018, le Conseil s'est appliqué à évaluer son rôle et à étudier quels changements il peut apporter pour continuer de répondre aux besoins des intervenants. Le rôle du Conseil, jusque-là principalement consultatif, s'élargira dans les prochaines années, pour y intégrer une composante de gestion de projets et de programmes. À cette fin, le Conseil a embauché une directrice générale, la D^{re} Megan Bergman, pour l'aiguiller et pour gérer ses activités accrues. À titre d'exemple de l'évolution du rôle du Conseil, mentionnons les efforts déployés pour qu'on lui confie l'administration du Système canadien de surveillance de la santé animale (SCSSA), actuellement dirigé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

En 2018, le Conseil a aussi publié deux nouveaux rapports de consultation (bit.ly/2F818NN) : *Les lois sur le bien-être animal au Canada et Identification des problèmes liés à l'accès aux abattoirs de bétail en situation de maladie animale*. Il a également rédigé un rapport qui présente les nombreuses activités en cours pour améliorer l'intendance des antimicrobiens, montrant les progrès réalisés depuis son rapport de 2016 *L'intendance des antimicrobiens chez les animaux destinés à l'alimentation au Canada*. Des webinaires auront lieu au printemps 2019 pour mettre en lumière ces activités des intervenants, souligner les progrès accomplis quant aux recommandations et solliciter des avis sur l'élaboration du plan d'action pancanadien.

Par ailleurs, la 8^e édition du forum annuel du Conseil a eu lieu en novembre, sous le thème *Le partenariat et la nouvelle génération des systèmes canadiens de santé et de bien-être des animaux d'élevage*. Le Conseil n'avait jamais accueilli autant de participants pour son forum annuel, qui demeure une excellente occasion de réseautage et d'échanges d'idées pour les intervenants de l'industrie et les représentants du gouvernement.

Enfin, en 2019, le Conseil cherchera à accroître son rayonnement et à faciliter encore davantage la communication et les consultations à l'aide d'outils Web.

Élevé par un producteur canadien

PREND UN SENS PLUS FORT



Les producteurs de poulet sont fiers d'élever du poulet canadien digne de confiance !

Les Canadiens veulent du poulet canadien frais de haute qualité et nos producteurs sont fiers de l'élever selon les plus hautes normes de salubrité des aliments, de soins aux animaux et de développement durable.

C'est ça que d'être « Élevé par un producteur canadien ».

recherches avicoles

La recherche et l'innovation constituent la base qui informe et outille les producteurs afin qu'ils puissent protéger la santé et le bien-être des oiseaux. Cette base permet à notre industrie de croître pendant que nous cherchons des moyens d'améliorer davantage nos produits de qualité et de respecter les préférences en constante évolution des consommateurs.

Les Producteurs de poulet du Canada font partie des membres fondateurs du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC), qui favorisent l'innovation, la science, et l'éducation en matière de recherches avicoles. Depuis sa création, le CRAC a accordé plus de 4,4 millions de dollars pour stimuler la recherche avicole, et ces fonds ont été optimisés à plus de 25 millions de dollars. Rick Kaptein, remplaçant de l'Ontario, est le représentant des PPC au conseil d'administration du CRAC.

Grappe de recherches avicoles

Depuis 2013, le Conseil de recherches avicoles du Canada administrait la seconde Grappe de la science (bit.ly/2u0O1Yy) avicole, qui faisait partie du programme « Cultivons l'avenir 2 ». Ce programme s'est déroulé sur cinq ans et s'est terminé en mars 2018; chacun des 17 projets du programme a été achevé. Des faits saillants sur les résultats des projets sont publiés ici (bit.ly/2HmVOZx).

Sans tarder, le CRAC a travaillé tout au long des années 2017 et 2018 dans le but de soumettre sa candidature pour le nouveau programme de grappe de recherches offert par Agriculture et agroalimentaire Canada (AAC) dans le cadre du Partenariat canadien pour l'agriculture. Si la soumission est réussie, cette grappe serait deux fois plus importante que la précédente en matière du nombre de projets et du montant du financement. La grappe d'AAC offre l'occasion d'augmenter considérablement le financement de l'industrie, car le gouvernement fédéral appuiera des projets à un taux de 70 % et verra à ce qu'un autre 15 % profite d'un financement provincial.

Cette nouvelle grappe de recherches comprend 29 activités de recherche différentes réparties entre les quatre thèmes suivants :

- » l'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ceux-ci;
- » la santé et le bien-être des poulets;
- » la salubrité des aliments;
- » la durabilité.

Un élément clé de cette grappe sera l'inclusion d'une initiative d'application et de transfert des connaissances (ATC) pour assurer que les résultats de la recherche soient diffusés dans l'ensemble de l'industrie. Si cette initiative est réussie, il y aura d'importantes demandes associées à l'administration d'un projet de cette ampleur comportant des activités qui s'étendent sur tout le pays. En prévision de ces demandes, et pour continuer de s'améliorer envers le respect de son mandat, le conseil d'administration du CRAC a approuvé la création d'un nouveau poste en soutien à la recherche. Le cadre de direction du CRAC a également approuvé le déménagement à de nouveaux locaux à bureaux en 2019.

En 2018, le CRAC a également restructuré son programme de bourses d'études dans le but de coordonner l'octroi de diverses bourses en partenariat avec plusieurs commanditaires. Le CRAC travaille actuellement en collaboration avec Aviagen pour faire des essais pilotes du nouveau programme et il lancera un appel de propositions en 2019. Le programme de bourse a été lancé en 2006 et chaque année, un étudiant aux études supérieures dont les études portent sur un volet des sciences avicoles dans une université canadienne reçoit une bourse de 5 000 \$. La plus récente boursière est Camila Marcola, une étudiante au doctorat à l'Université de l'Alberta dont la recherche vise à analyser le



microbiome intestinal des poulets et à identifier les microbes commensaux susceptibles d'améliorer le rendement de la volaille et la résistance aux maladies. Vous pouvez consulter la liste complète des boursières et boursiers, et découvrir où ils sont maintenant sur le site Web du CRAC (bit.ly/2u4gext).

chaire de recherche de L'IRAA

En 2018, les Producteurs de poulet du Canada sont entrés en partenariat avec l'Institut de recherche avicole de l'Atlantique, l'Université Dalhousie et la province de la Nouvelle-Écosse dans le but de créer une chaire de recherche industrielle dont les activités porteraient sur la réduction durable des antibiotiques. Mme Deborah Adewole, docteure en sciences animales, a été sélectionnée comme titulaire de cette chaire et elle a entrepris son nouveau rôle en août à la faculté d'agriculture de l'Université Dalhousie à Truro, en Nouvelle Écosse. Dans le cadre de ce rôle, Mme Adewole est principalement responsable de la recherche et du développement de technologies en nutrition et en nutriginomique relatives à la production du poulet sans l'utilisation d'antibiotiques. Elle mènera également des activités de recherche et de développement qui soutiennent l'utilisation responsable d'antimicrobiens pour la production du poulet.

durabilité

La durabilité est importante aux yeux des consommateurs canadiens; ils veulent savoir d'où viennent leurs aliments et ils veulent avoir la certitude que le travail accompli pour les produire est durable sur les plans environnemental, économique et social. À cet égard, les producteurs de poulet savent livrer la marchandise.

Les Producteurs de poulet du Canada ont publié un nouveau rapport sur la durabilité (bit.ly/2RyhaUT) en 2018 qui réaffirme les objectifs et les valeurs de notre engagement pour l'excellence en matière de durabilité qui avait d'abord été lancé en 2016.

voici les quatre principales valeurs à l'égard de la durabilité.

1. protéger la santé et le bien-être des oiseaux.
2. produire du poulet salubre pour les canadiens.
3. préserver la santé de la terre et de nos fermes.
4. offrir de la valeur au Canada et des aliments abordables aux canadiens au moyen de la gestion de l'offre.

Les résultats de l'analyse du cycle de vie (ACV) qui a été achevée récemment constituent une addition notable à ce rapport révisé. Groupe Agéco, un cabinet d'experts-conseils qui se spécialise dans le secteur agroalimentaire et les ACV, a été retenu pour réaliser une ACV environnementale et sociale du poulet canadien. L'ACV est une méthode reconnue à l'échelle mondiale qui permet d'évaluer les répercussions et les gains de productivité associés à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement; dans le secteur du poulet, ceci englobe les reproducteurs, les couvoirs, les fermes et les meuneries, en passant par le transport jusqu'à la transformation.

Suivant les normes de l'Organisation internationale de normalisation (ISO 14040/14044), l'ACV environnementale a indiqué l'empreinte

environnementale du poulet canadien selon trois indicateurs clés : l'empreinte carbone, la consommation d'eau et l'utilisation d'énergie non renouvelable. L'ACV sociale est basée sur les lignes directrices du PNUE/SETAC, qui sont reconnues internationalement, et a fourni une évaluation qualitative du rendement socioéconomique de l'industrie.

comité directeur sur la confiance publique

Le comité directeur sur la confiance publique, qui se compose de représentants des 14 tables rondes sur la chaîne de valeur, a été créé en 2017 après que la confiance publique a été identifiée comme étant une priorité par les ministres fédéraux, provinciaux et territoriaux de l'agriculture, et après que des dirigeants de l'industrie ont discuté du « Parcours canadien vers la confiance publique ». La confiance s'avère un enjeu déterminant pour la totalité du système agricole et agroalimentaire canadien, et le comité directeur sur la confiance publique constitue un forum national favorisant le dialogue avec l'industrie et les gouvernements pour encourager la collaboration à cet égard.

En 2018, l'activité principale du comité directeur était la soumission d'une inscription au Programme canadien d'adaptation agricole afin de poursuivre l'élaboration du plan stratégique sur la confiance publique. Le groupe a réussi à obtenir du financement et a retenu les services d'un expert-conseil pour diriger le projet, qui durera jusqu'en fin mars 2019. Voici les objectifs du projet :

- » Entreprendre des recherches pour les raisons suivantes :
 - identifier les enjeux actuels et probables portant sur la confiance publique;
 - répertorier les recherches accessibles au grand public sur les attitudes et les attentes des consommateurs et des influenceurs;
 - analyser les types d'approches de gestion en matière d'enjeux liés à la confiance publique, déterminer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, puis déterminer et documenter les pratiques exemplaires;
 - explorer les avantages et les méthodes d'utilisation des médias sociaux et des médias traditionnels; et
 - élaborer des options de mécanismes visant à assurer l'uniformité des communications intersectorielles.
 - Élaborer un système de mesure du rendement en matière d'objectifs de confiance publique permettant d'obtenir régulièrement des rapports crédibles et cohérents sur le rendement.
 - Développer une stratégie d'harmonisation afin de gérer de façon efficace les risques de concurrence entre les producteurs axée sur les enjeux liés à la confiance publique.

Les Producteurs de poulet du Canada ont participé à la création et au financement de démarrage du comité directeur sur la confiance publique, et ils observent ses travaux.

Table ronde sur la pérennité du secteur de la volaille

La Table ronde sur la pérennité du secteur de la volaille (bit.ly/2XUqaYc), qui a vu le jour en 2017, rassemble des représentants principaux du secteur canadien du poulet, des hauts fonctionnaires fédéraux et provinciaux et des partenaires de la chaîne de valeur.

L'objectif de cette table ronde est d'offrir un forum permettant la prise de mesures concertées par l'industrie et le gouvernement. Le groupe se rassemble deux fois par année et les principaux thèmes dont ils traitent sont les suivants :

- » La confiance du public.
- » La salubrité des aliments.
- » L'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ceux-ci.
- » Les soins aux animaux.
- » La recherche et l'innovation.
- » Les préférences des consommateurs.

Nick de Graaf, représentant de la Nouvelle-Écosse au conseil d'administration des PPC, et Michael Laliberté représentent les Producteurs de poulet du Canada à la table ronde, tandis que Steve Leech siège au groupe de travail sur la résistance aux antimicrobiens et l'utilisation d'antimicrobiens. D'autres groupes de travail ont été créés afin de relever les défis du secteur et de développer des plans d'action pour des domaines stratégiques : l'approche commune visant à favoriser la confiance du public, les analyses mondiales et la coordination de la recherche.

Une analyse mondiale du secteur de la volaille dans des marchés internationaux a été présentée à la table ronde en mai. Celle-ci a aidé le groupe à cerner des lacunes qui nécessitent davantage d'attention dans le secteur canadien de la volaille (commerce électronique et maintien du permis social). Lors de cette même réunion en mai, l'Agence canadienne d'inspection des aliments a fait le point sur le développement de son plan d'action pancanadien et a demandé aux membres de la table ronde d'identifier des initiatives existantes et futures associées à la RAM à inclure dans le plan d'action. L'Agence a également sollicité l'opinion des membres de la table ronde dans le but d'obtenir de meilleures méthodes de recueil des données de surveillance de la RAM et l'UAM dans le secteur de la volaille.

La confiance s'avère un enjeu déterminant pour la totalité du système agricole et agroalimentaire canadien, et le comité directeur sur la confiance publique constitue un forum national favorisant le dialogue avec l'industrie et les gouvernements pour encourager la collaboration à cet égard.



stratégie de marque et relations avec les consommateurs



La marque élevée par un producteur canadien

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) viennent de clore avec succès la quatrième année de leur campagne de publicité et de marketing intégré de leur marque *Élevé par un producteur canadien*. Le message a été renforcé afin de véhiculer l'idée que « le poulet fait partie d'une saine alimentation et est élevé par des producteurs de confiance », de rejoindre et d'informer davantage de consommateurs canadiens, et de promouvoir la consommation de poulet canadien.

En 2018, le plan de marketing classique prévoyait une présence numérique accrue partout au Canada, au moyen de courriels de marketing intégré.

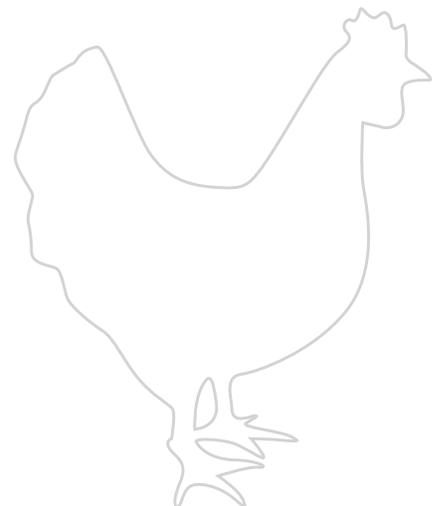
Une campagne de marketing intégré classique et numérique a présenté la marque sur plusieurs plateformes pour renforcer l'image saine du poulet canadien. Le logo est mis à la disposition des détaillants, des transformateurs primaires et des exploitants de services alimentaires canadiens.

Le programme de marque est le fruit de plusieurs années d'études de marché et d'analyses d'experts des stratégies de marketing, dont on se sert régulièrement pour surveiller, mesurer et gérer la notoriété et l'attrait de la marque ainsi que l'engagement des consommateurs.

Programmes de marketing visant à bâtir la marque

Le programme a été appliqué selon l'approche marketing multifacettes qui l'a si bien servi. L'objectif auprès des consommateurs était d'accroître la notoriété de la marque et de bâtir son image. Du côté des détaillants, des transformateurs primaires et des exploitants de services alimentaires, des stratégies de comarquage efficaces ont été déployées. Ces approches combinées ont réussi à rehausser la visibilité de la marque *Élevé par un producteur canadien* et à augmenter la présence et l'importance du poulet canadien auprès des consommateurs. Des données sur l'efficacité ont été recueillies pour chaque activité, et ont servi au suivi de l'engagement pour chacune des campagnes. Le potentiel informatif et l'efficacité s'en sont trouvés améliorés de campagne en campagne.

Programmes de marketing participants : Les 26 transformateurs, détaillants et exploitants de services alimentaires ci-dessous détiennent actuellement un contrat de licence, et le nombre de nouveaux participants augmente continuellement.





services alimentaires
 chorizo's
 fat bastard burrito
 harvey's
 mary brown's inc.
 montana's cookhouse
 nando's
 prime pubs
 seven eleven
 swiss chalet
 tortoise restaurant group inc.,
 (les restaurants turtle jack's)
 wild wings

détaillants

walmart
 sobeys
 federated co-op
 fiesta farms
 kudrinkos
 vince's market

transformateurs primaires

blue goose
 eden valley farms
 granny's poultry
 maple leaf prime
 maple lodge farms
 retail ready foods inc.'s
 Liberté chicken
 sunrise farms
 twin maple products' (poulet yarrow
 meadow certifié biologique)
 yorkshire valley farms

promotion du programme

En 2018, le lancement d'une nouvelle image visait à porter la marque *Élevé par un producteur canadien* au-delà du premier public cible (femmes de 25 à 54 ans) et à la faire connaître aux milléniaux, ainsi qu'à appuyer, avec sa saveur contemporaine et ses traits distinctifs, les efforts déployés en parallèle pour bâtir la marque. La nouvelle image a été diffusée partout au pays sur de multiples plateformes intégrées (télévision, numérique, marketing par courriel et médias imprimés) par trois médias : Rogers Média, Québecor Média (TVA) et Ricardo Media. Pour les annonces télévisées, les PPC ont mis à l'essai le format « fondu au noir » : la publicité jouait d'abord intégralement (30 secondes), puis était suivie d'accroches (3 secondes) intégrées aux autres pauses publicitaires.

Voici deux des annonces de 30 secondes :

bit.ly/2HIUvJa

bit.ly/2THLIli

On retrouve ces annonces et bien d'autres vidéos sur la chaîne YouTube des PPC : bit.ly/2XKW7SA (Cliquez sur « Playlists » pour voir les catégories.)

Les PPC ont également de nouveau organisé quatre concours aux thématiques saisonnières pour susciter l'intérêt d'un plus grand nombre de personnes et les attirer vers les sites Web chicken.ca et poulet.ca, ainsi que pour augmenter le nombre d'abonnés à leurs infolettres promotionnelles. Le message portait une fois de plus cet appel à l'action : « Demandez le poulet portant l'étiquette *Élevé par un producteur canadien* à votre épicerie locale. » Les concours ont encore une fois surpassé les points

de repère numériques et suscité un engagement remarquable qui s'est traduit par des inscriptions à l'infolettre électronique des PPC, ce qui leur a permis de consolider leurs actifs numériques exclusifs.

Le programme de participation des services alimentaires élevé par un producteur canadien demeurera axé sur les solutions rentables et clé en main pour les exploitants de services alimentaires à domicile et sur place du Canada.

Les PPC ont en outre renouvelé leur populaire programme de services alimentaires en collaboration avec Swiss Chalet, qui comprenait des publicités télévisées comarquées, des circulaires avec coupons et du placement de produit sur les menus des salles à manger.

Ils ont aussi relancé leur vague publicitaire de l'automne avec la publication d'une annonce pleine page dans le magazine Ricardo et la commandite fructueuse de la section « Comfort food

» sur ricardocuisine.com, le site Web numéro un au Québec pour la cuisine et le style de vie. De plus, la marque *Élevé par un producteur canadien* a commandité la série Boomerang, qui obtient d'excellentes cotes d'écoute sur le réseau TVA.

RÉSULTATS GLOBAUX

Les statistiques sur la notoriété de la marque compilées à la fin de l'année montrent plusieurs augmentations impressionnantes, ce qui témoigne de l'efficacité des éléments stratégiques et de la force de notre nouvelle image.

- » La marque *Élevé par un producteur canadien* a gagné en notoriété pour la troisième année consécutive. Près de quatre consommateurs sur dix (37 %, soit 2 points de pourcentage de plus qu'en 2017 et une augmentation considérable par rapport à 2015, année du lancement du programme, où la marque avait obtenu un résultat de 27 %).
- » L'attrait des annonces télévisées, avec notre nouvelle image, est monté à 84 % (par rapport à 78 % en 2017).
- » Le nombre de consommateurs se disant susceptibles d'acheter du poulet frais canadien

emballé après avoir vu la publicité à la télévision est monté à plus de six sur dix (63 %, soit 11 points de pourcentage de plus qu'en 2017).

C'est sans compter que les publicités *Élevé par un producteur canadien* ont généralement obtenu leurs meilleurs résultats auprès des publics jeunes (milléniaux et génération Z) pour les variables clés, ce qui montre bien l'intérêt de notre nouvelle image et l'engagement suscité.

STRATÉGIES DE MARQUE EN 2019

À la mi-2018, l'agence chargée de la marque des PPC a analysé en profondeur le paysage télémediatique au pays et recommandé d'étendre la présence de la marque sur les chaînes spécialisées afin de s'adapter au changement des habitudes d'écoute des consommateurs. Le plan médiatique de 2019 prévoit l'arrivée d'un quatrième média (Corus) pour rejoindre plus de milléniaux.

C'est pourquoi la campagne sera élargie pour atteindre les deux principaux publics cibles – les femmes de 25 à 54 ans et les adultes de 22 à 37 ans – à l'aide de différentes approches : moyens de communication de masse, présence sur les chaînes généralistes et spécialisées, programmation de plus grande qualité aux heures de grande écoute, diffusion sur les ondes de Corus Entertainment (Food Network, Showcase et Women's Network), dont les stations sont prisées par ces publics, et nouveau programme de marketing par courriel renforçant la présence numérique d'*Élevé par un producteur canadien*. En 2019, les PPC s'appuieront sur les résultats des dernières campagnes et doubleront leurs programmes trimestriels de marketing numérique. Ils publieront, pendant trois semaines pour chaque campagne, une annonce hebdomadaire dans l'emblématique infolettre de Food Network Canada, et poursuivront leur programme de marketing par courriel en partenariat avec Chatelaine. Au Québec, ils annonceront dans les infolettres de Ricardo et de Coup de Pouce.

Le plan de marketing de 2019 prévoit quatre campagnes complètes au Québec francophone, par rapport à trois l'année précédente.

Le programme de participation des services alimentaires *Élevé par un producteur canadien*



demeurera axé sur les solutions rentables et clé en main pour les exploitants de services alimentaires à domicile et sur place du Canada.

enquête auprès des consommateurs

Nous avons fait un tour d'horizon de ce que les Canadiens savent de l'élevage des poulets, et nous en avons dégagé quelques faits révélateurs :

- » Un grand nombre de Canadiens « ne savent pas » comment les poulets sont élevés pour leur chair au Canada (les pourcentages varient de 19 % à 45 % en réponse aux énoncés ou aux questions portant sur des conditions ou situations précises).
- » Ce sont les milléniaux qui sont les plus susceptibles de penser que les énoncés sont vrais (ils ont été les plus nombreux à répondre « vrai » aux huit énoncés, les pourcentages variant de 39 % à 76 %). Or, certains énoncés reposaient sur des mythes.
- » Plus de quatre Canadiens sur dix (44 %) ont répondu « vrai » à l'énoncé « Les poulets sont élevés dans des fermes familiales ». Seulement trois personnes sur dix (30 %) ont répondu vrai à l'énoncé « Les poulets sont élevés sans hormones ou stéroïdes », et un peu moins de trois personnes sur dix (28 %) à l'énoncé « Les poulets sont élevés sans antibiotiques ».

Une autre enquête, celle-ci portant sur la consommation de produits laitiers, de volaille et d'œufs et sur le soutien à ces industries, a révélé ce qui suit :

- » La consommation de fromage, de poulet, d'œufs, de bœuf, de porc et d'agneau demeure relativement stable depuis 2014, à la seule exception du lait, qui connaît une légère diminution. Toutefois, le nombre de personnes qui considèrent le bœuf, le porc, les œufs, le poulet et le lait comme des produits abordables a connu une baisse considérable, d'au moins 10 % par produit. Plus de huit Canadiens sur dix consomment du fromage, du lait, du poulet et des œufs au moins une fois par semaine.
- » Une forte majorité de Canadiens (près de neuf sur dix) disent qu'il est important que le gouvernement soutienne les producteurs. Il s'agit d'une légère hausse (88 %) par rapport à 2014 (84 %).
- » Relativement peu de répondants étaient au fait du système de gestion de l'offre auparavant (quatre sur dix), mais une fois au courant, plus de huit Canadiens sur dix reconnaissent son importance.
- » Les consommateurs se fient davantage aux produits agricoles canadiens qu'aux produits étrangers. Ce résultat cadre avec les huit Canadiens sur dix qui font confiance aux producteurs canadiens (et à leurs normes de qualité), qui aiment acheter leurs produits et qui privilégient l'achat local.



Autres enquêtes

Vers la fin de l'année, les PPC ont mené une étude pour connaître l'avis des Canadiens sur les régimes alimentaires, les styles de vie, l'origine canadienne des produits, le niveau de confiance envers les producteurs canadiens et la fiabilité de l'information diffusée par les activistes végétaliens.

Voici quelques faits qui en sont ressortis.

Les régimes et les styles de vie les plus favorisés sont ceux appelant à la modération.

- » La majorité des Canadiens (85 %) croient que les régimes appelant à la modération (c.-à-d. qui permettent tous les aliments avec modération, y compris la viande) sont les plus sains des régimes et styles de vie proposés. Parmi les raisons invoquées, nommons « c'est sain », « c'est bénéfique de manger avec modération » et « c'est équilibré ».

Les canadiens font confiance à leurs producteurs.

- » Neuf Canadiens sur dix (92 %) font confiance à leurs producteurs, et ils sont six sur dix à faire confiance aux producteurs américains et européens. Ils sont cependant plus méfiants à l'égard des producteurs situés ailleurs qu'en Amérique du Nord ou en Europe.
- » La grande majorité des Canadiens ont confiance en leurs producteurs et dans les normes de qualité de leurs produits alimentaires. Ils sont aussi fiers d'acheter des produits canadiens et des aliments de producteurs canadiens. Huit Canadiens sur dix avouent se méfier de la nourriture provenant d'ailleurs.

La majorité des canadiens tiennent à acheter canadien.

- » Les Canadiens qui souhaitent acheter du poulet, du bœuf ou des produits laitiers cherchent ce qui se fait de mieux en ce qui a trait à la qualité, au prix, aux normes de salubrité des aliments et aux normes de soins aux animaux, et sont plus susceptibles de préférer les produits du Canada aux produits d'autres pays comme les États-Unis,

le Brésil, la Chine, le Mexique, l'Inde, les pays européens et le Chili.

- » Plus de huit Canadiens sur dix disent se fier davantage au poulet, au bœuf et aux produits laitiers canadiens qu'à ceux d'autres pays comme les États-Unis, le Brésil, la Chine, le Mexique, l'Inde, les pays européens et le Chili.

Les végétaliens se fient à l'information diffusée par les groupes d'activistes à propos du bien-être des animaux et des meilleures pratiques agricoles au Canada.

- » Huit Canadiens sur dix ont entendu parler d'au moins un des groupes d'activistes nommés, et plus des deux tiers ont entendu parler de PETA. Parmi les répondants qui ont entendu parler d'au moins un des groupes, les deux tiers (62 %) croient que ces groupes sont une source d'information fiable. Chez les végétaliens, ce pourcentage s'élève à 87 %.
- » La majorité des répondants se fieraient d'abord à l'information fournie par les producteurs au sujet du bien-être des animaux et des meilleures pratiques agricoles, puis à l'information relayée par leur famille et leurs amis, les médecins et les sites Web. Quant aux végétaliens, ils sont au contraire moins susceptibles de se fier aux producteurs, préférant se tourner vers les groupes d'activistes.

stratégie pour les médias sociaux

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) continuent à bâtir, à accroître et à mobiliser leurs communautés en ligne, et à rehausser leur présence en ligne.

Notre principal objectif est de tisser de nouveaux liens, d'approfondir les liens existants et d'augmenter le nombre de champions des PPC et du poulet en tant que protéine de choix sur le marché canadien.

Voici les objectifs de la stratégie :

- » Animer les échanges et y participer.
- » Encourager l'achat de poulet.

- » Inciter un plus grand nombre de consommateurs à préférer le poulet à d'autres viandes.
- » Accorder une plus grande place au poulet sur les médias sociaux au Canada et rehausser la qualité du dialogue sur le poulet.
- » Rallier l'opinion publique sur le poulet.
- » Jeter une lumière nouvelle sur le poulet qui contribuera à stimuler les ventes au Canada.
- » Aider l'équipe des influenceurs à participer à des échanges en temps réel lorsqu'un plan de communication de crise est déployé.

Les médias sociaux demeurent également importants pour interagir avec les consommateurs et susciter de l'engouement à l'égard de la marque Élevé par un producteur canadien. Il est coutume pour les PPC de se concentrer sur l'accroissement naturel du nombre d'abonnés à leurs plateformes de médias sociaux au lieu de simplement organiser des concours et payer pour obtenir de nouveaux abonnés. Ils ont ainsi bâti une base fidèle qui se fait le porte-drapeau du poulet et des producteurs de poulet.

Ambassadeurs de la marque

Chaque année, les Producteurs de poulet du Canada mandatent des partenaires socialement actifs, des « ambassadeurs de la marque », à l'échelle du Canada. Ces partenaires font la promotion des recettes et des initiatives en cours et appuient la stratégie de marque, tout en augmentant la visibilité des PPC sur les médias sociaux.

Simplystacie.net

Thebewitchinkitchen.com

Powered-by-mom.com

Marieevicaplette.com

Marginaleetheureuse.com

soirées twitter

Les PPC ont organisé des soirées Twitter afin d'appuyer les campagnes en cours tout au long de l'année. Ces soirées ont généré une moyenne d'impressions de 37 millions de personnes, pour un total de 150 millions d'impressions dans l'année.



parlons poulet

Les PPC ont organisé sur Twitter 10 séances de clavardage de jour sur des sujets touchant la santé. Parmi ceux-ci, mentionnons le poulet canadien dans le cadre d'une saine alimentation. Ces séances ont généré 154 millions d'impressions. Voici les autres sujets qui ont été abordés : le Mois du cœur, les repas printaniers nutritifs, l'intégration équilibrée de légumes verts de saison dans l'assiette, un brunch santé pour la fête des Mères, des grillades saines pour la fête des Pères, comment manger dehors en toute sécurité, la rentrée scolaire, le Mois national du poulet, des repas sains qui se préparent dans un seul plat et des soupes, mijotés et casseroles santé.



salons professionnels et activités d'information

- » Les activités d'information des PPC visent à accroître notre crédibilité, à intéresser les consommateurs et à mieux faire connaître la marque *Élevé par un producteur canadien* et ce qu'elle représente. Par ailleurs, les messages servant à instaurer la confiance dans les programmes de salubrité des aliments, de soins aux animaux et de durabilité ont une présence plus forte, maintenant qu'ils font partie de l'identité *Élevé par un producteur canadien*.
- » Les salons professionnels permettent d'interagir directement avec des publics qui sont parfois



difficiles à atteindre. Les PPC poursuivent leurs efforts de sensibilisation auprès des professionnels de la santé, et les élargiront pour aussi atteindre les exploitants de services alimentaires, les restaurateurs, les épiciers et d'autres détaillants.

En 2018, nous avons participé à différentes activités, et à des événements en lien avec divers enjeux et associations :

- » Restaurants Canada
- » Les diététistes du Canada
- » Canadian College and University Food Service Association (CCUFSA)
- » Restaurant Realities
- » Grocery Innovations Canada
- » Diabetes Canada
- » Breakfast on the Farm

En 2018, nous avons augmenté le nombre d'activités d'information auprès des professionnels de la santé, étant donné les révisions prévues au Guide alimentaire canadien et l'absence d'inclusion proactive des protéines de viande. Cette initiative fait partie de notre stratégie continue pour informer les professionnels de la santé de l'importance des protéines de viande, particulièrement le poulet, dans une alimentation saine.

En octobre, les PPC étaient conviés à Toronto pour l'événement Restaurant Realities Redefined, fusion du Canadian Restaurant Investment Summit (CRIS) et du Canadian Foodservice Summit. L'événement réunissait 250 cadres de l'industrie de la restauration qui se sont penchés sur l'évolution de leur domaine et les défis qui se dressent à l'horizon. Nous avons partagé un kiosque d'information avec les Producteurs d'œufs du Canada et le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV). Notre commandite nous a donné la chance de prendre la parole. Durant le dîner, Robin Horel, du CCTOV, a parlé des programmes de soins des animaux rigoureux et rappelé à la foule que nos associations sont là pour les faire appliquer. Sa présentation a été très appréciée : de nombreuses personnes sont venues nous poser des questions après le repas.

Les PPC ont ensuite participé à la conférence annuelle de Diabetes Canada, à Halifax. Ils ont commandité un salon des délégués, le mettant aux couleurs de l'organisation, et tenu un kiosque d'information pour répondre aux questions et diffuser notre série de fiches nutritionnelles. L'événement a attiré environ 3 000 personnes. On nous a posé beaucoup de questions, et nos fiches nutritionnelles ont suscité un grand intérêt. De nombreux professionnels de la santé – diététistes, pharmaciens, agents de terrain, etc. – prennent part à cet événement, qui se déroule sur quatre jours.

Toujours en octobre avait lieu le salon alimentaire de Grocery Innovations Canada, organisé par la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI). Plus de 7 000 intervenants des secteurs de l'épicerie et des services alimentaires y étaient présents. Les PPC ont commandité les sacs remis aux délégués et ont tenu un kiosque. Ils y ont fait la promotion de la marque *Élevé par un producteur canadien* et tissé de nouveaux liens dans les secteurs de la vente au détail et de l'alimentation.

Tour guidé des blogueurs

L'automne dernier, les Producteurs de poulet du Canada ont invité quatre blogueurs en vogue dans le domaine « gastronomie et mode de vie » à visiter une ferme. Cette activité s'inscrivait dans une des stratégies des PPC. La visite fut un franc succès : les blogueurs ont été très impressionnés de voir le fonctionnement d'une ferme d'élevage de poulets.

La vidéo de la visite sera présentée lors de la réunion du conseil d'administration des PPC, en janvier 2019. Elle a déjà été largement diffusée sur les médias sociaux à la fin décembre.

Les blogueurs ont fait part de leur expérience dans les blogues énumérés ci-dessous. Ces blogues sont en anglais seulement. Il était prévu d'organiser une visite semblable en français, au Québec, mais des circonstances indépendantes de notre volonté nous en ont empêchés. Nous réessaierons probablement en 2019.

Les articles, qu'ils mettent l'accent sur la visite comme telle ou sur les recettes, contiennent tous de l'information utile sur l'élevage de poulets.

Quant à notre campagne commanditée, les impressions des publicités courtes ont dépassé 1,5 million, et nous avons obtenu environ 500 000 clics vers les vidéos. Les réactions ont été positives, si l'on ne tient pas compte des quelques inévitables « trolls ».

5 Minutes for Mom : Poulet glacé à l'érable cuit sur plaque... et visite d'une ferme d'élevage de poulets canadienne! [traduction] (bit.ly/2Tm4buL)

Extra Sparkles Please : Penne au poulet crémeux [traduction] (bit.ly/2UyhEvG)

Renee M. Leblanc : Salade d'avocats et de poulet @theinsidecoop [traduction] (bit.ly/2C8zBKe)

Rock Recipes : Cuisses de poulet farcies à la mozzarella et au prosciutto nappées d'une sauce tomate rapide [traduction] (bit.ly/2Ho5B0n)

Pour visionner le tour guidé des blogueurs sur YouTube, cliquez ici (bit.ly/2T3Mo6z).

vidéos et autres contenus

Les PPC ont produit une courte vidéo visant à briser certains mythes; elle sera diffusée sur les médias sociaux, sur de nombreuses plateformes en 2019. Nous avons également tourné une vidéo du même type, celle-ci sur la transformation, en collaboration avec le CCTOV. La vidéo, qui traite de croyances et de mythes répandus sur l'élevage de poulets, est actuellement passée en revue par le personnel et le conseil d'administration du CCTOV. Elle sera disponible dès que les dernières retouches y auront été apportées.



stratégie de relations publiques

gestion de l'offre

L'année 2018 a été marquée par une augmentation du nombre d'attaques contre la gestion de l'offre, en majeure partie en raison des négociations de l'ALENA et de la finalisation de l'ACEUM. Des lettres d'opinion et des lettres adressées aux éditeurs ont été soumises aux différents médias et publiées sur le site Web producteursdepoulet.ca. Pour compléter ces initiatives, les vidéos et les documents infographiques ont été mis à jour afin d'afficher des données plus récentes pour ensuite les partager sur les médias sociaux. Comme nous l'avons constaté au cours des dernières années, les documents infographiques sont populaires chez les Canadiens, car ils permettent de créer un résumé à l'aide de faits convaincants et d'images significatives.

NOUS SOMMES VOS producteurs de poulet

En 2018, les PPC ont fièrement lancé l'initiative « Nous sommes vos producteurs de poulet », un coup d'œil intéressant sur ce que ressemble une journée habituelle dans une ferme avicole. Les PPC ont tourné les premières vidéos de cette série en fin d'année 2017, présentant Steve DeVries de l'Ontario et Meggie Villeneuve du Québec. Ces vidéos ont été diffusées en début d'année 2018 et ont immédiatement attiré l'attention des gens de partout au pays. Ces familles racontent leur vie de façon simple et transparente, ce qui a trouvé écho chez les Canadiens. Ces deux vidéos ont également mené à diverses occasions de promotion, comme des reportages locaux, des entrevues et des campagnes sur les médias sociaux. Steve et Meggie ont également été jumelés à des nageurs locaux dans le cadre de la campagne « Aimez votre producteur, aimez votre nageur » organisée par Natation Canada. Grâce à la réussite de ces vidéos, les PPC envisagent de tourner d'autres vidéos, présentant un producteur par province. Vous pouvez visionner la vidéo de Steve ici (bit.ly/2ucZp3L) et celle de Meggie ici (bit.ly/2T11TMk).

En fin de printemps 2018, les PPC ont décidé de tourner deux autres vidéos, présentant Tim Ansems de la Nouvelle Écosse et Barry Uytterlinde de l'Île du Prince Édouard. Les PPC lanceront ces vidéos en début d'année 2019 et elles seront accompagnées d'une promotion active sur les réseaux sociaux. Les PPC ont déjà commencé à travailler sur les prochaines vidéos de la série, qui seront tournées en 2019.

cantine du centre-ville

Le 12 juin, des députés, des membres du Parlement et le public se sont présentés à l'événement annuel de la Cantine du centre-ville pour rencontrer des producteurs de poulet et prendre une petite bouchée, tout en discutant de l'agriculture canadienne. Chaque année, cette cantine instantanée sur la rue Sparks à Ottawa accueille chacun et chacune qui veut goûter à des mets faits à partir de produits laitiers, de volaille et d'œufs.

Des producteurs de partout au Canada étaient sur place pour répondre à des questions au sujet de la gestion de l'offre, la production de poulet et les négociations de l'ALENA qui sont en cours. Ces réponses étaient particulièrement importantes, car plusieurs se posaient des questions sur les répercussions potentielles de l'ALENA sur les producteurs qui participent au système de gestion de l'offre.

Les producteurs étaient également heureux de voir le premier ministre Justin Trudeau et le ministre Lawrence MacAulay casser la croûte tout en confirmant une nouvelle fois à quel point le gouvernement appuie fermement le système efficace de gestion de l'offre du Canada.

Les médias sociaux et producteursdepoulet.ca

Le site Web producteursdepoulet.ca a connu d'importants changements en 2018 et fait peau neuve depuis janvier. Cette modernisation, qui s'imposait depuis longtemps, comprend une



nouvelle section « ressources », organisée de façon à simplifier la navigation dans le site Web, ainsi qu'une nouvelle plateforme qui facilite la promotion de toutes les vidéos tournées par les PPC. La nouvelle présentation du site Web a été très bien reçue et elle continuera d'aider à promouvoir les nouvelles ressources créées par les PPC.

Les PPC ont également lancé la version définitive de la Trousse « Médias sociaux » pour les producteurs. Ce document créé par les PPC vise à expliquer la base de l'utilisation des médias sociaux aux producteurs qui ne savent pas comment ceux-ci fonctionnent et qui aimeraient savoir par où commencer. La trousse comprend également une liste de comptes de médias sociaux des PPC ainsi qu'une liste de choses à faire et à ne pas faire en lorsque l'on se sert des médias sociaux. Cet outil populaire a poussé les PPC à poursuivre sur cette voie en retenant les services de Andrew Campbell, producteur et gourou des médias sociaux, afin qu'il fasse des présentations à l'attention des producteurs portant sur la promotion de la production du poulet sur les médias sociaux. Ses présentations ont été bien reçues dans plusieurs provinces et les producteurs les ont trouvées fort utiles. Les PPC

poursuivront leur travail avec Andrew au cours de l'année à venir pour continuer à éduquer les producteurs sur les avantages de la promotion de la production du poulet partout au Canada par l'entremise des médias sociaux.

Les invités spéciaux à l'événement annuel de la Cantine du centre-ville

Le mois national du poulet

Pendant l'année 2018, le troisième mois national annuel du poulet des Producteurs de poulet du Canada a eu lieu! Tout au long du mois, les consommateurs de poulet de partout au pays se sont exprimés sur l'importance du poulet canadien et tous les bienfaits qu'il apporte au Canada.

CHEFS D'ŒUVRES

Dans le cadre du partenariat entre les producteurs de poulet du Canada et Natation Canada, quatre producteurs de poulet ont participé à un concours culinaire contre des nageurs canadiens.

Dans la première vidéo, Cathy et Tatyana Keet, de la Saskatchewan, affrontent Martha McCabe et Savannah King, deux nageuses canadiennes.



Les gagnants du concours du pire chef au Canada pour cuisiner le poulet, Malissa et James, avec le chef Michael Blackie

À la fin de la semaine, Tatyana et Cathy ont été couronnées championnes! Vous pouvez visionner le concours ici (bit.ly/2u6kKvo).

La deuxième vidéo met en vedette les frères Félix et Anthony Morin, des producteurs de poulet du Québec, contre les champions de la natation Camille Bérubé et Charles Francis. Les votes ont été accumulés et Félix et Anthony ont remporté une victoire convaincante grâce à leur chili au poulet! Vous pouvez visionner la « chaude lutte » ici (bit.ly/2PK3m8z).

LE PIRE CHEF AU CANADA POUR CUISINER LE POULET

En 2018, nous avons remplacé le concours de recettes par le concours du pire chef au Canada pour cuisiner le poulet. Les consommateurs devaient soumettre leur histoire afin de courir la chance de gagner un séjour pour deux à Ottawa, des leçons privées de cuisine avec le célèbre chef Michael Blackie et 1 000 \$ en argent de poche. Les gagnants, Malissa et James, ont été choisis en raison de leur soumission originale et ont passé un bon moment avec le chef Blackie. Vous pouvez voir la vidéo qu'ils ont soumise ici (bit.ly/2TET1Aw) (en anglais seulement)!

FÊTE TWITTER

Dans le cadre du mois national du poulet, les PPC ont organisé une fête Twitter le 12 septembre avec le mot-clic #JaimeEleveursdePoulet. Les consommateurs ont eu l'occasion de s'exprimer sur leur amour du poulet, de partager des recettes et d'en apprendre plus sur le beau travail que font les producteurs de poulet pour la population canadienne. La fête a accumulé 33 millions d'impressions et a eu une portée d'environ 1,4 million de personnes.

CONCOURS INSTAGRAM

Le concours Instagram était de loin l'aspect le plus populaire du mois national du poulet en 2018. Chaque semaine, en collaboration avec Natation Canada, les consommateurs pouvaient aimer une photo d'articles portant les logos de Natation Canada et des PPC, y identifier un ami ou y laisser un commentaire pour courir la chance de gagner. Il s'agissait de la première fois que les PPC utilisaient cette méthode populaire pour promouvoir leurs messages, ainsi que la première fois qu'ils utilisaient Instagram dans le cadre d'un concours, ce qui leur a permis d'obtenir plus d'abonnés et de faire croître leur compte Instagram.

LES CANADIENS VEULENT DU POULET CANADIEN

Maintenant plus que jamais.



poulet.ca | producteursdepoulet.ca



partenariat avec natation canada

Comme vous le savez, le poulet canadien est « la protéine officielle de la natation au Canada ». Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) sont fiers de soutenir Natation Canada, et ce, depuis 2012. L'année 2018 a représenté une bonne année avec Natation Canada, les PPC ayant collaboré sur de nombreux projets avec eux. La marque Élevé par un producteur canadien a été présente durant toutes les compétitions de natation par l'entremise des activations sur place suivantes :

- » Panneau (2,5 pi x 6 pi) des PPC au bord de la piscine
- » Affichage du logo des PPC sur l'écran vidéo
- » Publicité pleine page en noir et blanc dans le programme des épreuves
- » Annonces publiques reconnaissant le poulet comme la protéine officielle de Natation Canada
- » Occasion de décerner des médailles
- » Amis de la piscine présentés à chaque médaillé (environ 1 000 tous)

Les activités liées aux réseaux sociaux ont atteint un nouveau sommet, notamment :

- » Recette de la semaine – portée moyenne de 4 000 personnes/affichage
- » Rubrique hebdomadaire sur la santé – portée moyenne de 4 000 personnes/affichage
- » Équipe de cuisine du mois – portée moyenne de 3 500 personnes/affichage

En 2016, nous avons coproduit une vidéo intitulée « La Ferme » mettant en vedette la médaillée olympique Hilary Caldwell dans laquelle l'un de nos producteurs, Derek Janzen, de la Colombie-Britannique, lui fournit du « coaching » supplémentaire. En 2018, nous avons filmé la suite intitulée « La Piscine » dans laquelle Derek suit des cours de Hilary. La vidéo a été un succès, attirant plus de 134 000 visionnements et recueillant plus de 80 000 ... Vous pouvez visionner la vidéo ici (bit.ly/2EVflO6).

De plus, les producteurs de la série « Nous sommes vos producteurs de poulet » ont été jumelés à des nageurs locaux pour créer du nouveau contenu vidéo intitulé « Aimez votre producteur, aimez votre nageur! ». La campagne, qui a présenté quelques-uns de nos producteurs aux Canadiens dans tout le pays, a été un franc succès. Restez à l'affût de quatre nouveaux jumelages en 2019!

Pour nous, la natation est bien plus qu'un sport : c'est une compétence essentielle. Nous adorons soutenir nos athlètes, mais nous adorons aussi soutenir les enfants et les nageurs de loisir alors qu'ils apprennent ce besoin important, fondamental et nécessaire pour la vie au Canada.



Programme des jeunes producteurs

L'année 2018 a vu la création du Programme des jeunes producteurs des Producteurs de poulet du Canada (PPC) dans le but de rassembler les jeunes producteurs du pays entier pour en savoir plus sur le fonctionnement de l'industrie canadienne du poulet et d'identifier de nouveaux chefs de file dans l'industrie.

De jeunes producteurs de poulet de fermes familiales du Canada acquerront une expérience précieuse pour soutenir leur entrée dans l'industrie du poulet et renforcer leurs valeurs intemporelles qui constituent l'épine dorsale du milieu rural canadien. Le Programme leur donnera les outils et la formation pour assurer leur croissance dans l'industrie, l'objectif à long terme étant qu'ils jouent un rôle plus important dans la promotion de l'élevage de poulet au Canada.

Chaque année, cinq producteurs de la relève seront sélectionnés pour participer à un programme de 18 mois. Dans le but de représenter la population de producteurs de poulet au Canada, les PPC ont établi une distribution représentative de candidats dans le pays entier : un représentant des provinces de l'Atlantique, un de l'Ontario, un du Québec et deux des provinces de l'Ouest. À la fin de leur programme de douze mois, ils seront en mesure de mentorer le prochain groupe composé de cinq représentants, assurant ainsi un transfert continu du savoir.

Certaines des activités auxquelles ces jeunes producteurs participeront sont les suivantes :

- » Assister à la conférence annuelle de la Table pancanadienne de la relève agricole
- » Suivre une formation sur les communications et les médias offerte par les PPC
- » Assister à la réunion estivale des PPC
- » Partager leur expérience au cours de l'AGA l'année suivante

Il ne s'agit là que d'un aperçu de leurs activités qui comprennent plusieurs autres séances de formation ou de réunions tout au long du programme de 18 mois.

Les producteurs suivants ont été sélectionnés pour l'édition 2019-2020 du programme :

- » Nicholas Budd du Nouveau-Brunswick à titre de représentant de l'Atlantique
- » Frédéric Emery Dufresne de Québec à titre de représentant du Québec
- » Jonathan Giret de l'Ontario à titre de représentant de l'Ontario
- » Tiffany Martinka de la Saskatchewan à titre d'un des représentants de l'Ouest
- » André Poulin de l'Alberta à titre d'un des représentants de l'Ouest

Rapport de l'auditeur indépendant

Aux
Ministre Agriculture et Agroalimentaire Canada

Conseil des produits agricoles du Canada

Membres de Les Producteurs de poulet du Canada

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers de Les Producteurs de poulet du Canada (PPC), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2018, et les états des résultats, de l'évolution des soldes des fonds et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'entité au 31 décembre 2018, ainsi que de ses résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section *Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers* du présent rapport. Nous sommes indépendants des PPC conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité des PPC à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'entité ou de cesser son activité ou si aucune solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière des PPC.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne des PPC;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité des PPC à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener les PPC à cesser leur exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.



Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés

Ottawa (Ontario)
Le 1er mars 2019

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2018

	2018	2017
actif		
court terme		
encaisse	2 125 610 \$	1 000 908 \$
placements à court terme (note 2)	1 200 000	3 035 343
débiteurs	1 544 148	1 614 917
frais payés d'avance	113 005	103 898
	<u>4 982 763</u>	<u>5 755 066</u>
placements à long terme (note 2)	11 392 969	9 954 594
immobilisations corporelles (note 3)	196 205	209 243
	<u>16 571 937 \$</u>	<u>15 918 903 \$</u>
PASSIF ET SOLDES DES FONDS		
COURT TERME		
crédoeurs et frais courus	383 051 \$	739 909 \$
portion à court terme des incitatifs reportés liés à des baux (note 4)	14 909	29 531
	<u>397 960</u>	<u>769 440</u>
portion à long terme des incitatifs reportés liés à des baux (note 4)	6 487	21 396
	<u>404 447</u>	<u>790 836</u>
engagements contractuels (note 5)		
soldes des fonds		
affectation d'origine interne - fonds de promotion	-	-
affectation d'origine interne - fonds de recherche	4 844 637	4 888 946
non affecté - fonds de fonctionnement	11 322 853	10 239 121
	<u>16 167 490</u>	<u>15 128 067</u>
	<u>16 571 937 \$</u>	<u>15 918 903 \$</u>

au nom du conseil d'administration :


Barry Uterlinde,
administrateur, comité des finances

Yvan Brodeur,
administrateur, comité des finances

Dennis Steinwand,
administrateur, comité des finances

état de l'évolution des soldes des fonds

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2018

	FONDS DE PROMOTION	FONDS DE RECHERCHE	FONDS DE FONCTIONNEMENT	2018	2017
solde, début de l'exercice	- \$	4 888 946 \$	10 239 121 \$	15 128 067 \$	15 941 776 \$
insuffisance (excédent) des produits sur les charges	(901 039)	(44 309)	1 984 771	1 039 423	(813 709)
virement interfonds (note 6)	901 039	-	(901 039)	-	-
solde, fin de l'exercice	- \$	4 844 637 \$	11 322 853 \$	16 167 490 \$	15 128 067 \$



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ÉTAT DES RÉSULTATS

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2018

	FONDS DE PROMOTION	FONDS DE RECHERCHE	FONDS DE FONCTIONNEMENT	2018	2017
PRODUITS					
redevances et frais de service	- \$	- \$	9 109 424 \$	9 109 424 \$	8 638 359 \$
Intérêts	-	97 923	194 662	292 585	270 293
redevances de commercialisation à l'exportation et d'expansion des marchés	714 534	-	-	714 534	259 113
autres produits	-	-	6 380	6 380	7 600
	<u>714 534</u>	<u>97 923</u>	<u>9 310 466</u>	<u>10 122 923</u>	<u>9 175 365</u>
CHARGES					
amortissement des immobilisations corporelles	-	-	65 430	65 430	73 663
conseil de recherches avicoles du Canada	-	95 318	-	95 318	201 712
comités	-	-	259 225	259 225	269 785
communications	-	-	381 669	381 669	736 735
responsabilités sociale de l'organisation	-	-	56 750	56 750	61 612
administrateurs et représentants	-	-	1 368 814	1 368 814	1 479 909
technologie de l'information	-	-	67 528	67 528	115 187
perte sur disposition d'immobilisations corporelles	-	-	613	613	-
cotisations	-	-	219 899	219 899	228 430
frais de bureau	-	-	405 425	405 425	419 774
frais professionnels	-	-	437 559	437 559	445 525
activités de promotion	1 392 630	-	-	1 392 630	1 330 833
salaires, avantages sociaux et déplacements	-	-	3 013 173	3 013 173	3 133 918
études spéciales	222 943	45 000	754 032	1 021 975	973 572
commerce	-	-	167 220	167 220	119 889
traduction	-	-	123 884	123 884	160 916
	<u>1 615 573</u>	<u>140 318</u>	<u>7 321 221</u>	<u>9 077 112</u>	<u>9 751 460</u>
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES PRODUITS SUR LES CHARGES TIRES DES OPÉRATIONS	<u>(901 039)</u>	<u>(42 395)</u>	<u>1 989 245</u>	<u>1 045 811</u>	<u>(576 095)</u>
DIMINUTION NETTE DE LA VALEUR DES PLACEMENTS	-	(1 914)	(4 474)	(6 388)	(237 614)
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES PRODUITS SUR LES CHARGES	<u>(901 039) \$</u>	<u>(44 309) \$</u>	<u>1 984 771 \$</u>	<u>1 039 423 \$</u>	<u>(813 709) \$</u>

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2018

	2018	2017
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
excédent (insuffisance) des produits sur les charges	1 039 423 \$	(813 709) \$
éléments sans effet sur la trésorerie:		
amortissement des primes nettes liées aux placements	76 936	68 749
amortissement des immobilisations corporelles	65 430	73 663
amortissement des incitatifs reportés liés à des baux	(29 531)	(18 081)
perte sur disposition d'immobilisations corporelles	613	-
perte non réalisée sur placements	6 388	237 614
	<u>1 159 259</u>	<u>(451 764)</u>
variations des éléments hors caisse du fonds de roulement:		
débiteurs	70 769	(484 366)
frais payés d'avance	(9 107)	(7 955)
crédoiteurs et frais courus	(356 857)	2 841
	<u>864 064</u>	<u>(941 244)</u>
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
acquisitions de placements	(2 703 357)	(3 685 512)
ventes de placements	3 017 000	3 797 000
acquisitions d'immobilisations corporelles	(53 005)	(5 011)
	<u>(260 638)</u>	<u>106 477</u>
augmentation (diminution) nette de la trésorerie	1 124 702	(834 767)
encaisse, début de l'exercice	<u>1 000 908</u>	<u>1 835 675</u>
encaisse, fin de l'exercice	2 125 610 \$	1 000 908 \$

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

NOTES COMPLÉMENTAIRES

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2018

1. méthodes comptables

statut et objectif de l'organisme

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC), constitué en société conformément à la *Loi sur les offices des produits agricoles*, est un organisme qui a été créé pour assurer la commercialisation ordonnée des poulets au Canada. Les PPC sont exonérés d'impôts en vertu de l'article 149(1)(e) de la *Loi de l'impôt sur le revenu*.

Les PPC ont décrété des redevances fondées sur les distributions de poulets sur les marchés interprovinciaux et d'exportation et perçoivent des frais de services relatifs aux marchés intraprovinciaux.

référentiel comptable

Les PPC appliquent les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

utilisation d'estimations

La préparation des états financiers exige que la direction procède à des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés au titre des actifs et des passifs et sur les montants comptabilisés au titre des produits et des charges pour l'exercice visé. Les principales estimations portent sur la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles des PPC et la charge d'amortissement liée.

comptabilité par fonds

Les ressources sont classées dans des fonds, pour des fins comptables et de présentation, qui correspondent à des activités ou à des objectifs précis. Ainsi, des comptes séparés sont maintenus pour le Fonds de fonctionnement et pour le Fonds de promotion et le Fonds de recherche qui sont des fonds grevés d'affectation d'origine interne.

Le Fonds de fonctionnement comptabilise les activités d'exploitation et d'administration ainsi que toutes transactions concernant les immobilisations corporelles et d'autres intérêts gagnés non alloués aux autres fonds.

Le Fonds de promotion gère le recouvrement des redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés et rend compte des charges qui se rapportent à la promotion et à la commercialisation des poulets, tel qu'indiqué dans la politique d'expansion du marché et dans la politique d'application et de suivi, ainsi que des charges encourues pour recouvrir les redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés. Il rapporte aussi les intérêts gagnés sur les ressources détenues pour le Fonds de promotion.

Le Fonds de recherche gère les intérêts gagnés sur les ressources détenues pour la recherche et les charges des projets de recherches se rapportant à l'industrie de la volaille au Canada.

comptabilisation des produits

Les PPC appliquent la méthode du report pour comptabiliser les apports.

Les redevances et frais de service sont constatés comme produits au cours de l'exercice où ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que leur perception est raisonnablement assurée.

Les produits de placements sont comptabilisés à titre de produits lorsqu'ils sont gagnés.

instruments financiers

évaluation initiale et ultérieure

Les PPC évaluent initialement leurs instruments financiers et passifs financiers à la juste valeur. Ils évaluent ultérieurement tous leurs actifs financiers et passifs financiers au coût après amortissement, à l'exception de l'encaisse et des placements à court et à long terme qui sont évalués à la juste valeur. Les variations de la juste valeur de ces instruments financiers sont comptabilisées dans les résultats de l'exercice où elles se produisent.

dépréciation

Les actifs financiers évalués au coût après amortissement sont soumis à un test de dépréciation s'il existe des indications d'une possible dépréciation.

coûts de transaction

Les PPC comptabilisent leurs coûts de transaction dans les résultats de l'exercice où ils sont engagés dans le cas des instruments financiers qui sont évalués ultérieurement à la juste valeur. Les coûts de transaction relatifs à des instruments financiers évalués ultérieurement au coût après amortissement sont comptabilisés au coût initial de l'actif ou du passif financier et comptabilisés aux résultats sur la durée de l'instrument selon la méthode de l'amortissement linéaire.

immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût et sont amorties en fonction de leur durée de vie utile selon la méthode d'amortissement linéaire et les durées suivantes:

Matériel de bureau	10 ans
Équipement informatique	3 ans
Améliorations locatives	Durée du bail

2. Placements

	2018	2017
PLACEMENTS À COURT TERME		
certificats de placements garantis (CPG)	1 200 000 \$	200 000 \$
obligations de la fiducie du Canada pour l'habitation	-	2 835 343
	<u>1 200 000 \$</u>	<u>3 035 343 \$</u>
PLACEMENTS À LONG TERME		
certificats de placements garantis (CPG)	1 217 000 \$	2 217 000 \$
obligations de la fiducie du Canada pour l'habitation	10 175 969	7 737 594
	<u>11 392 969 \$</u>	<u>9 954 594 \$</u>

Les PPC limitent leurs placements à ce qui est permis selon la *Loi sur les offices des produits agricoles*.

Les obligations représentent des instruments d'emprunt produisant des rendements en intérêts comparables à ceux du marché au moment de leur achat. Les obligations et les CPGs seront réalisés à leur valeur nominale et les échéances s'échelonnent au cours des six prochaines années (2017 – sept années). Les taux d'intérêts pour ces valeurs s'échelonnent de 1,7% à 3,8% (2017 – 1,7% à 4,1%).

3. Immobilisations corporelles

	2018		2017	
	coût	amortissement cumulé	coût	amortissement cumulé
matériel de bureau	335 562 \$	284 593 \$	333 628 \$	269 751 \$
équipement informatique	294 598	215 836	260 587	214 277
améliorations locatives	436 319	369 845	436 319	337 263
	<u>1 066 479 \$</u>	<u>870 274 \$</u>	<u>1 030 534 \$</u>	<u>821 291 \$</u>
valeur comptable nette		<u>196 205 \$</u>		<u>209 243 \$</u>

4. incitatifs reportés liés à des baux

Les PPC se sont engagés en 2010 dans un bail prennant fin en 2020. Le bail inclut un incitatif pour améliorations locatives de 123 252 \$ ainsi que sept mois sans loyer à payer au cours du bail.

	2018	2017
solde au début de l'exercice	50 927 \$	69 008 \$
montant imputé aux charges au cours de l'exercice	(29 531)	(18 081)
solde à la fin de l'exercice	21 396	50 927
portion à court terme	14 909	29 531
portion à long terme	6 487 \$	21 396 \$

5. engagements contractuels

Les PPC louent des locaux en vertu d'un bail venant à échéance en juin 2020. Les PPC se sont aussi engagés en vertu de baux portant sur la location de matériel de bureau et échéant, au plus tard, en décembre 2021 et d'autres contrats commerciaux. Les paiements minimums futurs totalisent 395 568 \$ et comprennent les versements suivants pour les trois prochains exercices:

2019	309 226 \$
2020	82 893 \$
2021	3 449 \$

engagements contractuels liés aux futures ententes hôtelières

Les PPC ont conclu plusieurs ententes hôtelières pour 2019 et 2020 pour lesquels l'organisation serait assujettie à des frais d'annulation totalisant 200 514 \$.

6. virement interfonds

Le conseil d'administration des PPC a approuvé un transfert de 901 039 \$ (2017 – 1 317 039 \$) du Fonds de fonctionnement au Fonds de promotion pour couvrir l'insuffisance dans ce fonds.

7. Instruments financiers

Risque de crédit

Les PPC sont exposés au risque de crédit sur leurs débiteurs. Les PPC surveillent régulièrement leurs débiteurs et ne prévoient pas de montants non recouvrables.

Risque de taux d'intérêt

Les PPC sont exposés au risque de taux d'intérêt sur leurs instruments financiers à taux fixe. Les instruments à taux d'intérêt fixe assujettissent les PPC à un risque de juste valeur, puisque celle-ci varie de façon inverse par rapport aux variations des taux d'intérêt du marché.

8. Avantages sociaux futurs

Régime à cotisations déterminées

Les PPC ont un régime de retraite à cotisations déterminées à l'intention de leurs employés. La cotisation correspond à un pourcentage fixe du salaire annuel de l'employé. La cotisation totale des PPC au titre de ce régime en 2018 s'élève à 146 806 \$ (2017 – 128 159 \$).