



LES PRODUCTEURS
DE POULET DU CANADA
RAPPORT ANNUEL

20
19



LES PRODUCTEURS
DE POULET DU CANADA
RAPPORT ANNUEL

PHOTO DE COUVERTURE
Famille Fotheringham de l'Ontario

RÉDACTEUR EN CHEF
Marty Brett, LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

GRAPHISTE
Karen Ronayne, LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

19

**LES PRODUCTEURS DE
POULET DU CANADA**

Téléphone
613.241.2800

www.producteursdepoulet.ca
www.poulet.ca
www.parlonspoulet.ca





LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

TABLE DES MATIÈRES

À NOTRE SUJET	2
RAPPORT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR EXÉCUTIF	4
CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS	7
RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS	8
RSC 1 – CONFIANCE DES CONSOMMATEURS	10
Relations avec les consommateurs	11
Relations publiques	15
RSC 2 – COLLABORATION	19
Chaîne de valeur du poulet	20
RSC 3 – SYSTÈME DE GESTION DE L'OFFRE	22
Système de gestion de l'offre	23
Commerce, importations et normes	24
Relations gouvernementales	30
RSC 4 – DÉVELOPPEMENT DURABLE	34
Salubrité des aliments à la ferme	35
Résistance aux antimicrobiens et utilisation des antimicrobiens	36
Soins aux animaux	38
Recherche	40
Gouvernance	43
RSC 5 – CONSOMMATION	44
Élevé par un producteur canadien – Faits saillants de la marque	45
Participants au programme de marque	46
ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	48
Surveillance du marché	49
Suivi et application	56
Responsabilité sociale de l'organisation	58
L'équipe des PPC	60
Du nouveau au poulailler	62
RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS	64
Rapport de l'auditeur indépendant	65
État de la situation financière	67
Notes complémentaires aux états financiers	71

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA 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 ».

Ce système permet aux producteurs de tout le pays d'équilibrer leur production en fonction de la demande intérieure. Les consommateurs sont donc assurés d'avoir accès à du poulet frais, de haute qualité et à prix raisonnable. La gestion de l'offre est fondamentale à la durabilité de notre secteur, dans le cadre duquel les producteurs peuvent réinvestir en toute confiance dans leurs collectivités et leurs exploitations.

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 salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* et à 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 gouvernementales, 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 et les intervenants travaillent en collaboration au nom de l'industrie canadienne du poulet, des producteurs jusqu'aux consommateurs.

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.

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 canadien du poulet apporte une contribution précieuse à l'économie des collectivités rurales et urbaines d'un bout à l'autre du pays. En plus des 2 800 producteurs de poulet et des 191 transformateurs, le secteur permet de créer des emplois non seulement dans le domaine de l'élevage et de la transformation, mais aussi dans celui de la médecine vétérinaire, du transport, de la vente au détail, de la restauration et dans bien d'autres domaines.

Au total, le secteur :

MAINTIENT **101 900**
EMPLOIS

CONTRIBUE AU PRODUIT INTÉRIEUR BRUT DU CANADA À HAUTEUR DE
8 milliards DE DOLLARS

VERSE **1,9 milliard**
DE DOLLARS EN IMPÔTS

ACHÈTE **3 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.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RAPPORT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR EXÉCUTIF

Benoît Fontaine et Michael Laliberté



Lorsque nous avons créé le logo *Élevé par un producteur canadien*, le but était tout simplement de faire connaître l'origine canadienne de nos produits; c'était pour nous une façon d'exprimer que notre poulet a été élevé avec fierté par des producteurs canadiens. Cependant, peu de temps après le lancement du logo, il est devenu évident que les Canadiennes et Canadiens voulaient étendre sa signification.

Et c'est tout à fait logique. En effet, les Canadiens sont fiers de leur approvisionnement alimentaire, et cette fierté ne se limite pas simplement à l'origine des produits. Nous avons donc reconnu ce désir – et fait en sorte d'élargir la signification du logo et d'honorer la confiance qu'ont les Canadiens à notre égard.

Le logo *Élevé par un producteur canadien* représente maintenant l'excellence – dans tous les aspects de notre identité et de nos actions.

Il est synonyme d'excellence en salubrité des aliments et en soins aux animaux, et témoigne de notre engagement à minimiser notre impact sur l'environnement. Or, cela nous amène parfois à sortir de notre zone de confort.



***Le moyen le plus rapide de
s'éloigner de l'excellence,
c'est de ne rien changer.***

Cela signifie que nous devons travailler plus fort et ne pas nous satisfaire d'être « juste assez bons ». Cela signifie demander un traitement juste et équitable sur la scène internationale. Et cela signifie fournir un excellent produit digne de la confiance des Canadiens. C'est s'engager envers l'amélioration continue. Et c'est exactement ce que nous avons fait.

Nous nous sommes engagés à ne pas nous contenter d'être « juste assez bons ». Et cela signifie évoluer et toujours vouloir faire mieux.

De récents accords commerciaux ont octroyé des permis d'importations additionnels et ont ainsi entraîné une érosion supplémentaire de notre marché. Or, le gouvernement n'a pas encore annoncé de programmes d'atténuation dans la foulée de la conclusion du PTPGP, et nous en sommes très déçus, mais nous avons travaillé et continuons de travailler avec le gouvernement afin qu'il tienne sa promesse et offre aux producteurs un soutien intégral et équitable. Et nous avons des discussions similaires sur les impacts de l'ACEUM.

Le premier ministre s'est engagé à ce qu'il n'y ait plus aucune concession pour les secteurs visés par la gestion de l'offre dans le cadre des prochains accords commerciaux. Nous devons donc veiller à ce que le gouvernement tienne cette promesse. Il y a actuellement des négociations entre le Canada et le Mercosur, et les pourparlers se poursuivent à l'OMC. Nous continuerons à faire pression sur le gouvernement pour nous assurer de protéger ce que nous avons.

Notre marque est l'outil parfait pour promouvoir notre poulet et la confiance qu'il inspire, mais encore une fois, la marque *Élevé par un producteur canadien* va bien au-delà du logo.

Maintenant plus que jamais, les Canadiens veulent du poulet canadien. En effet, lorsque des accords commerciaux sont conclus, les consommateurs, détaillants et restaurateurs sont plus nombreux à demander la marque Élevé par un producteur canadien.

Notre marque est synonyme d'excellence – et l'un des domaines où nous devons vraiment nous distinguer par notre excellence, c'est dans les soins aux animaux. Au cours de la dernière année, nous avons sillonné le pays, en promouvant haut et fort que nous avons un seul programme pour tous les producteurs.

Nous croyons que les soins aux animaux ne peuvent pas être une question de concurrence. Et nous croyons que le processus par lequel nous créons notre Programme de soins aux animaux est le meilleur. En termes clairs : le Programme de soins aux animaux des PPC est administré efficacement dans toutes les fermes d'élevage de poulets – aucun autre programme ne peut avoir cette portée.

BENOÎT FONTAINE

Président

MICHAEL LALIBERTÉ

Directeur exécutif

Mais cela signifie que notre programme doit être robuste. Notre programme n'est pas seulement « juste assez bon » – il est excellent. Les normes auxquelles les producteurs adhèrent chaque jour ont un impact. Mais surtout, elles sont entièrement à l'origine de la crédibilité des producteurs de poulet aux yeux des consommateurs.

Nous savons que le poulet est la protéine de viande la plus consommée et qu'il est largement en tête de liste des aliments préférés. Et nos études montrent que le poulet est un produit de grande valeur pour les consommateurs. Plus de 42 % des consommateurs reconnaissent notre logo *Élevé par un producteur canadien*. Les gens commencent à savoir qui nous sommes. Et ils veulent avoir confiance que nous faisons bien les choses.

Ainsi, le travail que vous réalisez nous permet de faire le nôtre. Lorsque nous collaborons avec les membres de notre chaîne de valeur, nous leur donnons l'assurance dont ils ont besoin pour affirmer aux consommateurs que les producteurs accordent une grande importance aux animaux dont ils prennent soin et qu'ils sont résolus à fournir un produit de qualité. Et cela se reflète par un engagement national digne de la confiance des consommateurs.

La dernière année a été riche en défis pour les membres du conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada : il fallait travailler à gagner la confiance des consommateurs, collaborer avec la chaîne de valeur et d'autres intervenants, élargir la portée de la marque, tenir des rencontres et mener à terme d'autres activités. Nous n'aurions certainement pas connu le même succès sans leur travail et leur soutien.

Aux membres du Comité exécutif, merci pour vos encouragements, vos conseils, votre assistance et votre collaboration alors que nous continuons à bâtir un avenir prospère pour l'industrie canadienne du poulet.

Enfin, nous devons saluer le personnel dévoué des PPC, sous la direction de notre directeur exécutif, pour une autre année couronnée de succès où chacun nous a aidés à prendre des décisions éclairées et efficaces afin de guider l'industrie.

Rappelez-vous ceci : nous devons tout mettre en œuvre pour conserver la confiance que nous avons acquise auprès des consommateurs, car il s'agit du fondement de notre réussite, de notre croissance continue et de notre popularité. Les Canadiens veulent avoir la certitude que nous leur fournissons un produit sûr, sain et nutritif. Ainsi, nous avons le devoir envers les consommateurs, et envers nous-mêmes, d'être à la hauteur de leur confiance. Or, pour ce faire, il ne faut pas simplement être « juste assez bons », il faut être excellents. Et c'est ce que nous sommes.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

DE L'ARRIÈRE VERS L'AVANT DE GAUCHE À DROITE

Don Kilimnik (Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV))

Tim Klompmaker (Ontario)

Craig Evans (Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV))

Ted Froese (Manitoba)

Nick Langelaar (Saskatchewan)

Paolo DiManno (Restaurants Canada)

Yvan Brodeur (CCTOV)

Marc Cormier (Nouveau-Brunswick)

Nick de Graaf (Nouvelle-Écosse)

Barry Uyterlinde (Île-du-Prince-Édouard)

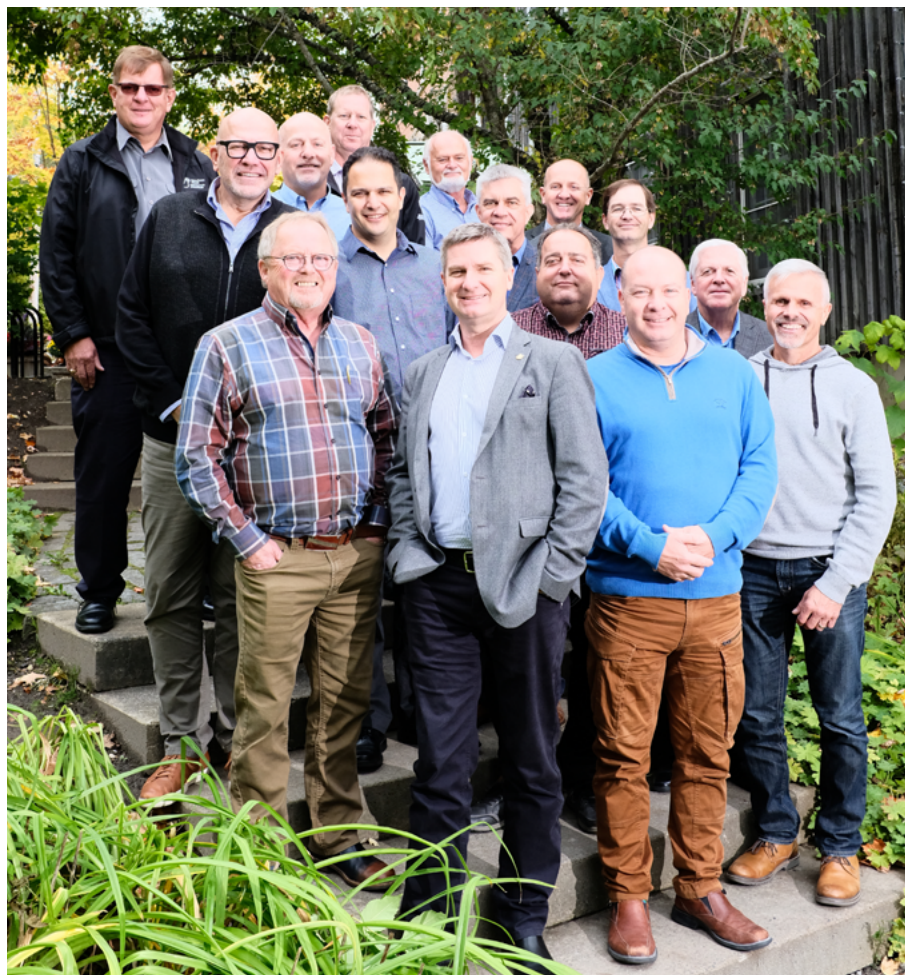
François Cloutier (Québec)

Paul Dunphy (Terre-Neuve-et-Labrador)

Derek Janzen (Colombie-Britannique)

Benoît Fontaine (Québec)

Dennis Steinwand (Alberta)



HOMMAGE AUX ADMINISTRATEURS SORTANTS – PETER VALE ET LEONARD KLASSEN

Durant la réunion d'été à Saskatoon, les Producteurs de poulet du Canada ont pris le temps de rendre hommage à deux administrateurs qui se sont retirés du conseil en 2019.

Peter Vale, administrateur représentant Restaurants Canada, s'est d'abord joint au conseil d'administration comme remplaçant en 2011 avant d'être nommé administrateur en 2013. Il a passé une grande partie de ce temps comme membre du Comité des finances.

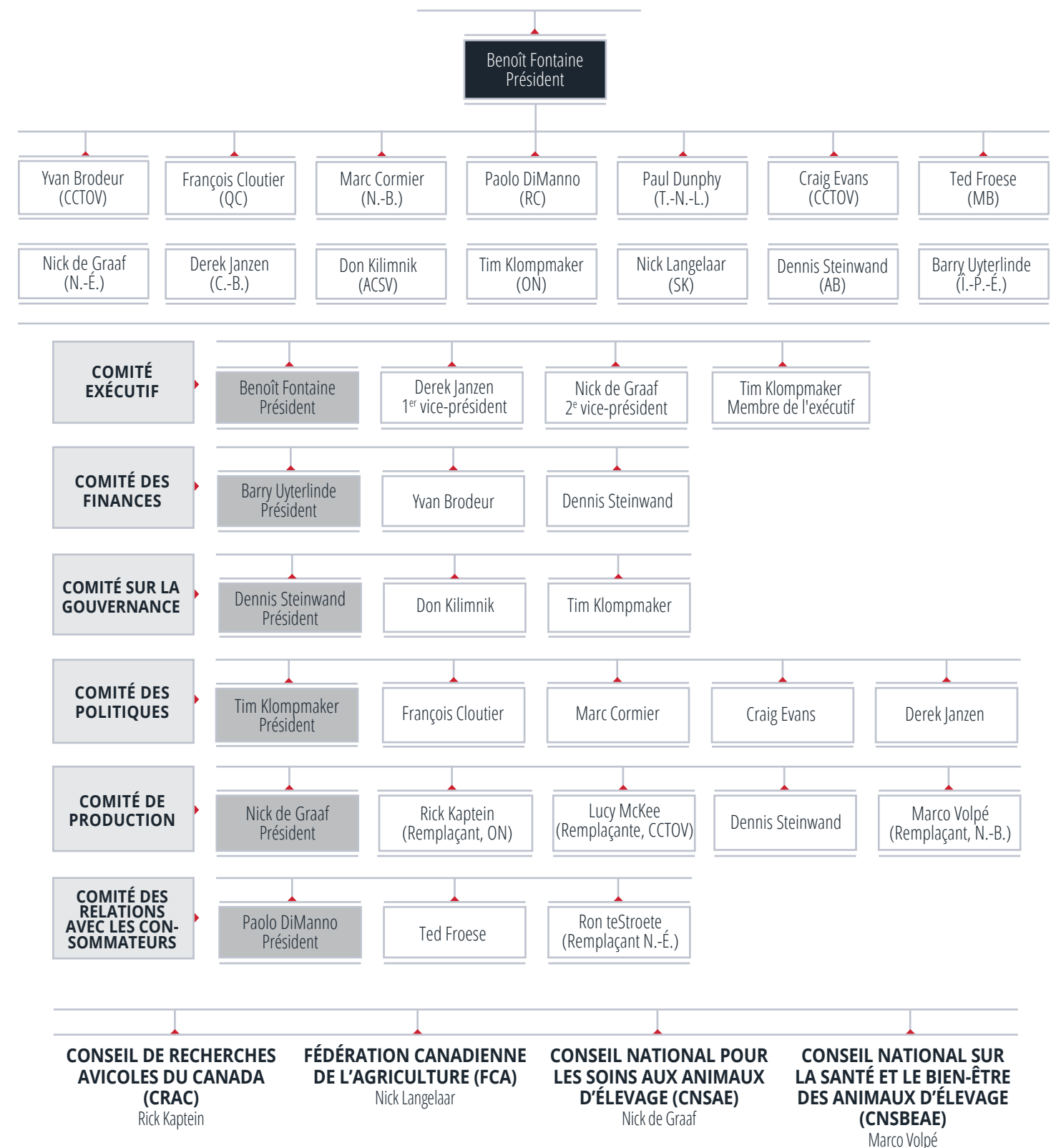
Leonard Klassen, administrateur représentant le Manitoba, s'est joint au conseil en 2015 comme remplaçant avant d'être nommé administrateur en 2018. Leonard s'est révélé un représentant très efficace auprès de la Fédération canadienne de l'agriculture et a occupé la présidence du Comité des relations avec les consommateurs.

Le conseil est un groupe de personnes dont l'engagement à l'endroit de notre industrie est sans égal. Le dynamisme, la réaction

aux besoins de changements, l'évolution, l'adaptation aux forces du marché et l'établissement d'un terrain d'entente commun sont des enjeux difficiles qui reposent au cœur de l'efficacité du conseil d'administration.

Les Producteurs de poulet du Canada remercient vivement ces deux personnes pour leur travail acharné et les efforts qu'ils ont déployés au fil des ans.

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS



RÉSULTATS
STRATÉGIQUES CLÉS

Priorités et livrables 2019



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.





RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 1

Confiance des consommateurs

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 1

Confiance des consommateurs

L'enjeu de la confiance du public et du maintien du niveau de confiance dont les producteurs de poulet canadiens jouissent présentement est la base de ce premier de nos Résultats stratégiques clés (RSC). Les objectifs de ce RSC sont : assurer que les consommateurs continuent à aimer les producteurs de poulet canadiens et à leur faire confiance; exposer et dissiper les mythes; et donner l'assurance aux consommateurs qu'ils peuvent avoir confiance dans le poulet canadien.

RELATIONS AVEC LES CONSOMMATEURS

Faire en sorte que la confiance des consommateurs continue à augmenter est l'un des principaux mandats des Producteurs de poulet du Canada.

Pour y arriver, les Producteurs de poulet du Canada ont entrepris une série d'initiatives destinées à promouvoir le poulet comme choix santé auprès des consommateurs, tout en continuant à promouvoir la marque *Élevé par un producteur canadien*.

SALONS COMMERCIAUX ET INDUSTRIELS

Durant l'année, les Producteurs de poulet du Canada ont collaboré avec l'industrie et avec les professionnels de la santé dans le cadre de divers congrès et salons commerciaux, donnant l'occasion de promouvoir les programmes agricoles et de répondre aux questions des consommateurs et des professionnels sur les bienfaits du poulet pour la santé. Ces événements incluaient :

- La foire commerciale de Restaurants Canada, en février
- Le congrès national des Diététistes du Canada, en juin
- La foire alimentaire d'Innovations alimentaires Canada, en octobre

VIDÉO SUR LA DURABILITÉ

Nous avons élaboré certaines initiatives pour promouvoir l'analyse du cycle de vie (ACV). Cela cadrerait bien avec l'énoncé de marque voulant que « le poulet fasse partie d'une saine alimentation et qu'il soit élevé par des producteurs de confiance ». Nous avons produit un publiportage dans un magazine de Toronto, dont les plateformes sociales atteignent une audience nationale. Nous avons aussi utilisé de l'espace dans notre programme de marque pour afficher un publiportage similaire dans le magazine *Coup de Pouce*. En outre, nous avons produit une vidéo « l'homme de la rue » pour promouvoir l'ACV et la réception des consommateurs interrogés fut excellente.

Benoît Fontaine, président
des Producteurs de poulet
du Canada, et Martin Caron,
premier vice-président, UPA.



LES PRODUCTEURS DE POULET REMPORTE UN PRIX

Chaque année, les Grands Prix DUX soulignent le leadership des agroentreprises, organismes sans but lucratif, institutions et entreprises commerciales non alimentaires qui ont apporté des innovations menant à de meilleurs choix alimentaires. Durant le gala DUX, plus de 20 prix sont remis dans ces trois grandes catégories : Produits; Communication; et Projets. Le jury se compose d'une trentaine de personnalités aux expertises diverses dans la promotion de la santé et l'industrie agroalimentaire (avec au moins huit personnes par catégorie). Les personnes nommées positionnent leurs organisations comme leaders de l'industrie dans le cadre d'initiatives encourageant de saines habitudes alimentaires et répondant aux besoins des consommateurs.

C'est une annonce formidable, car elle donne à notre programme et à notre marque plus de crédibilité aux yeux des consommateurs, des entreprises de services alimentaires et du gouvernement. Cela va au-delà du simple droit de se vanter : c'est un prix renommé que nous pouvons promouvoir en parlant des programmes qui rendent la marque Élevé par un producteur canadien si unique et c'est le choix optimal que nos partenaires peuvent également promouvoir.

À la mi-décembre, le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* était soumis aux Grand Prix pour 2019 et était mis en lumière pour son innovation dans la catégorie Producteurs (technologie et nouvelles pratiques agricoles).

Au souper du gala, en janvier, on annonçait que les Producteurs de poulet du Canada avaient remporté le prix!

VIDÉOS ÉDUCATIVES

En 2019, nous avons produit d'autres courtes vidéos (une à deux minutes) pour le site Web des Producteurs de poulet du Canada. Elles ont eu un vif succès auprès de notre fidèle auditoire. Ces petites vidéos « éducatives » conviennent à la durée d'attention du spectateur moyen. Après avoir échangé brièvement avec les consommateurs sur les médias sociaux et analysé les statistiques de recherche, nous avons constaté que les nouvelles vidéos étaient une bonne idée pour enrichir notre collection. Nous ajoutons du nouveau contenu **ici** depuis plusieurs années maintenant.

Nous avons produit 10 nouvelles vidéos pour 2019. Elles comprennent des idées de recettes ainsi que des techniques, dans des formats succincts et faciles à regarder.

Nos vidéos éducatives actuelles peuvent être visionnées dans la section des courtes vidéos d'une à deux minutes – ou sur notre chaîne **YouTube**.

GUIDE ALIMENTAIRE

Après plusieurs discussions avec la ministre de la Santé et son personnel et à la suite de la publication du nouveau *Guide alimentaire canadien*, les Producteurs de poulet du Canada ont développé des messages, une annonce et du contenu Web sur la place qu'occupe le poulet dans le nouveau guide. Alors que le guide favorise plus d'options à base de végétaux, ce n'est pas à l'exclusion des protéines de viande maigre et, en fait, les choix de protéines à base végétale s'harmonisent bien avec le poulet, car elles aident à augmenter le profil protéique général des Canadiens. Les annonces ont paru à quelques endroits différents et les messages ont été diffusés largement dans les médias sociaux, tant à l'échelle nationale que par les offices provinciaux.

RAPPORT SUR LES USAGES ET LES ATTITUDES

Lors de la réunion d'été à Saskatoon, les PPC présentaient les conclusions de leur Étude sur les usages et les attitudes, un exercice mené tous les trois ans pour explorer les attitudes des consommateurs face au poulet et leurs habitudes de consommation.

Les faits saillants se présentent comme suit :

- En moyenne, le poulet est consommé plus souvent qu'autre chose (2,4 fois par semaine), mais les repas sans viande et les repas avec bœuf ne sont pas loin derrière (2,1 et 1,9, respectivement).
- Le poulet est toujours en tête de liste des aliments favoris, par une forte marge. En réalité, plus de gens que jamais identifient le poulet comme leur aliment préféré (36 %, contre 32 % il y a trois ans).
- L'opinion sur le poulet est très favorable, alors qu'au moins les trois quarts des personnes interrogées sont d'accord avec la plupart des déclarations sur le poulet, particulièrement en ce qui concerne le goût, la popularité et le fait qu'il soit sain, nutritif et facile à préparer.
- La plupart des gens sont d'accord pour dire les poulets sont élevés par des producteurs qui appliquent des programmes de soins aux animaux favorisant des conditions de salubrité rigoureuses et la moitié croit qu'ils sont élevés avec une faible empreinte environnementale. Par ailleurs, moins de gens sont d'avis que les poulets sont élevés sans cruauté (45 %) ou élevés sans hormones (44 %) ou sans antibiotiques (42 %).
- La plupart des consommateurs mangent du poulet à la maison, et la viande blanche est plus populaire que la viande brune.
- En ce qui touche la connaissance des étiquettes, celles qui indiquent que le poulet est élevé en liberté et nourri au grain ont été les plus remarquées, alors que les étiquettes indiquant poulet élevé sans antibiotiques, biologique et refroidi à l'air complètent le top cinq. Peu importe l'étiquette, il y a un écart clair entre le taux de reconnaissance des étiquettes et le taux de consommation des produits qu'elles désignent, surtout lorsqu'il s'agit de poulet biologique (56 % reconnaissent l'étiquette biologique, mais seulement 26 % ont déjà mangé du poulet biologique, un écart de 30 points). Par rapport à 2016, la connaissance des étiquettes est à la baisse dans presque tous les cas, notamment pour le poulet biologique (-19) et pour le poulet ne contenant pas de sous-produits animaux (-13).
- Vingt-et-un pour cent des gens disent qu'ils mangent plus de poulet qu'il y a un an, alors que presque tous les autres indiquent une consommation identique. Ces proportions ont peu changé depuis 2016.
- Comme il y a trois ans, environ la moitié des participants au sondage croient en savoir assez sur le contenu nutritionnel du poulet qu'ils achètent.
- Qu'est-ce qui les encouragerait à manger davantage de poulet ? Des prix plus bas, bien sûr, une étiquette canadienne et un meilleur accès au poulet élevé sans antibiotiques.
- Chose intéressante, il s'agissait de la toute première année où la grande majorité (82 %) des consommateurs croyaient que le poulet représente une bonne valeur par rapport aux autres viandes.



Poitrines de poulet
farciées aux asperges.



SITE WEB POULET.CA

Depuis 2018, les visites au site Web chicken.ca ont grimpé de plus de 140 %, et le site enregistre de 4 000 à 5 000 visites par jour.

De son côté, le site Web poulet.ca a bénéficié d'une augmentation de plus de 180 %, par rapport à la même période l'an passé, avec 3 000 à 4 000 visites par jour.

Le référencement naturel a aussi beaucoup augmenté, ce qui signifie que les sites Web apparaissent plus haut dans les sites de recherche lorsque les gens cherchent des renseignements sur le poulet.

Les visites mobiles du site Web dépassent maintenant les visites à partir des ordinateurs de bureau, et notre page la plus visitée, à part celle des concours pour notre campagne de marque, est celle où l'on énumère les temps de cuisson appropriés pour le poulet.

À ce jour, l'application Magasiner avec poulet.ca a été téléchargée plus de 42 000 fois.

Les recettes sont toujours un élément clé, et les recherches reflètent les recettes qui sont populaires durant des périodes spécifiques de l'année.

Les références directes aux sites Web ont augmenté considérablement, ce qui fait que notre impact parmi d'autres influenceurs est de plus en plus important.

RÉSEAUX SOCIAUX

Nos gains dans les médias sociaux continuent à impressionner. Nous avons commencé à créer du nouveau contenu captivant pour ces médias et notre taux d'engagement global avec les consommateurs s'est accru de façon significative, ce qui nous permet de dialoguer avec eux sur les bénéfices du poulet canadien.

Nous avons recruté cinq ambassadeurs de la marque, qui ont publié des messages chaque mois au sujet de notre contenu, concocté des recettes de poulet populaires et redirigé beaucoup d'internautes vers nous, en plus d'aider à répandre la bonne nouvelle sur le poulet et sur notre marque.

- Nos impressions et nos abonnements sur Facebook ont beaucoup augmenté, tout comme nos impressions sur Twitter et Instagram. Notre rayonnement mensuel moyen sur Pinterest atteint plus de 1,6 million.
- Notre taux d'impression moyen pour nos soirées Twitter a été de plus de 44,5 millions.
- Les visionnements de nos vidéos sur YouTube dépassent les 375 000.



Tim Ansems et son épouse, de la Nouvelle-Écosse, pendant le tournage de la vidéo « Nous sommes vos producteurs de poulet ».

RELATIONS PUBLIQUES

NOUS SOMMES VOS PRODUCTEURS DE POULET

Les Producteurs de poulet du Canada ont créé deux autres des populaires portraits « Nous sommes vos producteurs de poulet », en 2019. On a pu voir Tim Ansems, de la Nouvelle-Écosse, et Barry Uyterlinde, de l'Île-du-Prince-Édouard, et leurs familles raconter aux Canadiens ce que c'est de produire du poulet au Canada. La présentation et le ton de ces vidéos, combinés à la simplicité des histoires, sont d'excellents outils de promotion pour décrire le cheminement du poulet jusqu'à votre assiette. Dans le cadre de « Nous sommes vos producteurs de poulet », Tim et Barry ont formé un trio avec un athlète de Natation Canada pour la campagne « Aimez votre producteur, aimez votre nageur » menée par Natation Canada.

Durant l'été, les PPC ont présenté deux autres producteurs et leur vie à la ferme. Ray Nickel, de la Colombie-Britannique, et Nathan Martens, du Manitoba, ont tous deux pris le temps de souligner l'importance des soins aux animaux, de la gestion de l'offre et de l'agriculture de génération en génération. Ces vidéos seront publiées au début de 2020.

NATATION CANADA

Le poulet canadien est la protéine officielle de Natation Canada. Depuis 2012, les Producteurs de poulet du Canada appuient fièrement les athlètes de Natation Canada pour les aider à réaliser leurs rêves de monter sur un podium et pour promouvoir un mode de vie sain rempli de protéines pour alimenter leur quotidien. En 2019, on a mis un accent particulier sur la commandite pour aider à ouvrir des portes et travailler à consolider la relation pour les Jeux olympiques et les Jeux paralympiques d'été à Tokyo, en 2020.

En avril, les membres du Programme des jeunes producteurs, le président et le directeur exécutif des Producteurs de poulet du Canada se sont rendus à Toronto pour remettre leurs médailles aux athlètes olympiques et paralympiques participant aux Essais canadiens de natation 2019. Cet événement était l'occasion parfaite pour les jeunes producteurs de comprendre l'importance de maintenir ce partenariat et de redonner à la collectivité. Avec leurs médailles, les gagnants ont également reçu un ensemble « Amis de la piscine » des Producteurs de poulet du Canada.

En plus de cet événement, nous avons produit deux vidéos pour « Le grand défi canadien des jeux de mots », où nageurs et producteurs devaient faire rire leur vis-à-vis avec des calambours sur le poulet et la natation en préparant un repas. Celui ou celle qui riait le plus perdait et devait laver la vaisselle. Le jeune producteur Jonathan Giret s'est joint à la nageuse Kierra Smith pour la vidéo anglaise des jeux de mots, tandis que la nageuse Katerina Savard a fait équipe avec Laurie-Ann Couture dans la vidéo française des jeux de mots. Très bien reçues, les deux vidéos ajoutaient un élément amusant à nos canaux des réseaux sociaux, juste à temps pour le temps des Fêtes.

En haut à gauche

Benoît Fontaine remet les médailles aux athlètes des Essais canadiens de natation 2019, en avril.

En haut à droite

Éleveuse de poulet Laurie-Ann Couture vs. Médaillée Olympique Katerine Savard, dans la vidéo des « jeux de mots » produite par Natation Canada.

En bas à droite

Un égoportrait soumis par une productrice, Alana Siebring, de l'Ontario.



PROGRAMME DES JEUNES PRODUCTEURS DES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

L'année 2019 marquait l'inauguration du Programme des jeunes producteurs des Producteurs de poulet du Canada, dont le but est de rassembler de jeunes producteurs d'un océan à l'autre pour leur faire découvrir les rouages de l'industrie, partager leurs expériences et leurs connaissances, et leur donner les compétences et les outils nécessaires pour être les futurs leaders de l'industrie.

Notre groupe a acquis une expérience précieuse en 2019 en participant à la Table pancanadienne de la relève agricole, à Toronto, aux Essais canadiens de natation 2019, à la Journée de lobbying sur la Colline parlementaire, à Ottawa, et à la réunion annuelle d'été des Producteurs de poulet du Canada, à Saskatoon. Ils sont également venus à Ottawa pour recevoir une formation sur les communications et sur les médias, de même qu'une séance de formation d'un jour à la ferme sur les médias sociaux, en Saskatchewan.

Le groupe 2019-2020 comptait les personnes suivantes :

- Nicholas Budd, du Nouveau-Brunswick, représentant les Maritimes
- Frédéric Emery Dufresne, du Québec, représentant sa province
- Jonathan Giret, de l'Ontario, représentant sa province
- Tiffany Martinka, de la Saskatchewan, représentant l'Ouest
- André Poulin, de l'Alberta, représentant également l'Ouest

CAMPAGNE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX EN 2019

L'année 2019 était ambitieuse en matière de médias sociaux sur le réseau @TheInsideCoop. Des sujets comme l'agriculture familiale, la durabilité, les soins aux animaux et la gestion de l'offre ont fait l'objet de discussions sur les réseaux sociaux tout au long de l'année. Au mois de mars, les Producteurs de poulet du Canada ont mis en vedette des fermes familiales et demandé aux producteurs de soumettre des égoportraits où on les voit travailler sur la ferme. Ces photos ont donné un bel aperçu de la vie de nos producteurs canadiens. En avril, le Programme de soins aux animaux a été promu avec des vidéos infographiques publiées sur YouTube, Facebook, Instagram et Twitter.

En juin et juillet, nous avons uni nos forces à celles de la Chicken Squad de la Colombie-Britannique pour déboulonner les mythes entourant les hormones et les stéroïdes. Enfin, durant les élections de 2019, nous avons produit des vidéos sur la gestion de l'offre pour aborder des sujets comme le commerce, la durabilité et les prix. Les vidéos ont été promues durant les élections et complétées avec des infographies mises à jour, reflétant les dernières données sur la contribution économique. Ce matériel a soulevé d'excellentes discussions sur l'importance de la gestion de l'offre et des aliments canadiens pendant les élections.

MILITANTISME VÉGÉTALIEN

L'engagement des producteurs de poulet canadiens envers le bien-être des animaux est demeuré la cible de diverses campagnes de militantisme. Ces campagnes visaient plus particulièrement les restaurants et les commerces de détail, qui ont fait l'objet de pressions par l'extorsion de leurs marques afin qu'ils imposent des changements aux pratiques de notre industrie.

Pour contrer ces attaques, les Producteurs de poulet du Canada ont élaboré une stratégie amenant du personnel des Producteurs de poulet du Canada et du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) à des réunions avec des représentants de grandes compagnies de commerce au détail et de restauration à l'échelle du pays.

L'objectif premier de ces réunions était de veiller à ce que les membres de la chaîne de valeur sachent que nous sommes la principale source à consulter lorsqu'ils sont confrontés à des militants, plutôt que de céder aux pressions qui imposent des demandes irréalistes à leurs fournisseurs (transformateurs et producteurs).

Durant l'année 2019, les Producteurs de poulet du Canada ont rencontré 20 compagnies (incluant de grandes bannières nationales de restauration et de commerce au détail), de même que le Conseil canadien du commerce de détail, Restaurants Canada et la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI).

Suite à ces réunions, nous sommes confiants que si les compagnies font face à des exigences de la part de militants, elles se tourneront vers nous pour rétablir les faits. Nous leur fournirons tout le soutien et l'information dont elles ont besoin pour défendre notre système canadien et notre Programme de soins aux animaux. La rétroaction sur la tournée a été extrêmement positive, suscitant d'innombrables compliments pour les secteurs de l'agriculture et de la transformation en raison du travail accompli en matière de soins aux animaux, de salubrité alimentaire et de durabilité.

Durant ces réunions, nous profitons de l'occasion pour expliquer les différences clés entre les droits des animaux et le bien-être des animaux. Nous faisons en sorte que les compagnies comprennent que, bien qu'ils prétendent proposer des changements pour améliorer les pratiques de l'industrie, les militants ont pour véritable objectif de rendre le travail des producteurs de poulet de plus en plus difficile, frustrant et onéreux, au point que le poulet en vienne à coûter trop cher pour les consommateurs. Les militants cherchent à faire mourir l'industrie à petit feu en grugeant lentement la capacité des producteurs à élever des animaux à des fins alimentaires.



Ils n'ont pas à réinventer la roue quand il s'agit des soins aux animaux, prétendant que le système que nous avons au Canada n'est tout simplement pas assez bon. Au contraire, il est très bon et, en réalité, il fait l'envie de presque tous les pays du monde.

Un élément d'une boîte à outils pour
les détaillants et les restaurants –
publications Facebook.



**QUELQUES FAITS SUR LE
POULET CANADIEN**

Aucun poulet canadien élevé pour sa viande ne reçoit d'hormones ou de stéroïdes. Ces produits sont bannis depuis des décennies!

Le graphique est une publicité Facebook. Le haut est un bandeau rouge avec le titre 'QUELQUES FAITS SUR LE POULET CANADIEN' en lettres blanches et rouges. En dessous, sur un fond blanc, se trouve un pictogramme d'un poulet rouge à gauche et le texte principal en noir à droite.

En plus de tenir ces réunions, nous avons élaboré une série de publicités et d'outils pour veiller à ce que nos partenaires de l'ensemble de la chaîne de valeur disposent des moyens nécessaires pour contrer les exigences des militants et pour assurer à leurs consommateurs que le poulet canadien auquel ils font confiance est élevé avec les meilleurs soins.

Le site Web Parlonspoulet.ca est un exemple de ces outils, car il sert de point de convergence où nos partenaires et les membres du public peuvent se rendre pour en apprendre davantage sur les enjeux clés entourant les soins aux animaux, à savoir le programme lui-même, les antibiotiques et la durabilité.

Des ressources sont disponibles aux partenaires de la chaîne de valeur, qui peuvent les utiliser sur plateformes numériques ou au sein de leurs établissements dans le but d'assurer que c'est la véritable histoire qui est racontée.

En outre, les Producteurs de poulet du Canada ont été plus actifs en publiant des messages et des vidéos dans les médias sociaux, afin de mieux dépeindre la réalité de notre industrie. L'impact de ces outils, et d'autres, commence à se faire sentir.

Dans la deuxième moitié de 2019, les militants ont commencé à multiplier le nombre d'invasions de fermes, lesquelles créent d'importants risques pour la biosécurité et pour la sécurité personnelle. Ces comportements à risque sont non seulement irresponsables, mais ils sont téméraires et irréfléchis.

Divers gouvernements du pays songent à adopter des mesures législatives contre ce manque de considération et ces activités dangereuses. Les Producteurs de poulet du Canada travaillent avec leurs partenaires des offices provinciaux, ainsi qu'avec d'autres, pour assurer la protection des producteurs. Cet enjeu demeure une priorité pour le conseil d'administration.

Nous ne voyons pas d'inconvénients à ce que des personnes adoptent un régime végétalien, mais ce choix doit être fondé sur des faits, et non sur des mythes. Nous sommes toujours disposés à nous adapter aux goûts changeants des Canadiens, mais nous n'accepterons jamais de le faire si cela nous est imposé par des militants qui, en fin de compte, veulent dicter aux Canadiens quoi manger et forcer nos producteurs à fermer leurs portes.

Notre message trouve écho auprès des restaurateurs et des détaillants. En effet, de plus en plus de compagnies sont rassurées et peuvent ainsi rassurer leurs consommateurs quant à leur engagement à utiliser du poulet canadien et quant à l'excellence que représente notre poulet, une excellence à laquelle les producteurs contribuent chaque jour.

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 2

Collaboration



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 2

•
Collaboration

Les Producteurs de poulet du Canada collaborent régulièrement avec l'ensemble de la chaîne de valeur pour veiller à ce que l'industrie canadienne du poulet demeure vigoureuse, stable et durable. Ce RSC prend appui sur le renforcement des partenariats existants et la création de nouveaux partenariats, qui permettront à l'industrie de prospérer. Cet engagement reflète le renouvellement de l'intention de nos partenaires de l'industrie de partager, d'échanger, de communiquer et d'adopter une approche commune et coordonnée à l'égard de notre orientation stratégique.

La détermination de la meilleure façon de travailler ensemble consiste, en partie, à bien comprendre les priorités de chacun des intervenants.

CHAÎNE DE VALEUR DU POULET

Les Producteurs de poulet du Canada entretiennent de solides relations avec les offices provinciaux de commercialisation du poulet grâce à une communication régulière et à des réunions trimestrielles tenues avec les gérants des offices provinciaux. Lorsque possible, le Comité exécutif se déplace et rencontre les offices provinciaux pour partager notre plan stratégique, revoir les priorités annuelles des PPC et discuter des enjeux et des priorités à l'échelle provinciale.

Nous avons également déployé tous les efforts pour tenir le Conseil des produits agricoles du Canada au courant des événements en organisant des réunions régulières, et le Conseil est également invité à présenter un court rapport lors de chaque réunion de notre conseil d'administration.

L'engagement à consulter les ministères et les agences du gouvernement et à dialoguer avec eux a aussi été renouvelé. Par exemple, les Producteurs de poulet du Canada ont présenté leur plan stratégique quinquennal à Affaires mondiales Canada et ont participé à des discussions sur la vision à long terme de l'industrie.

Nous tenons régulièrement des rencontres avec d'autres intervenants de la chaîne de valeur, y compris le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada, afin de discuter des principaux enjeux tels les soins aux animaux, les contrôles à l'importation, la résistance aux antimicrobiens et autres sujets d'intérêt.

L'objectif consiste à développer une collaboration significative avec les intervenants de sorte que nous puissions tous travailler ensemble sur les questions d'intérêt mutuel. Nous comptons réaliser cet objectif en rehaussant la confiance à l'échelle de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, et reconnaissons le besoin d'aligner notre chaîne de valeur par rapport aux occasions, aux innovations et aux défis qui la guettent.





RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 3

Système de gestion de l'offre

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 3

Système de gestion de l'offre

La gestion de l'offre permet aux producteurs de recevoir une rétribution juste pour leurs produits et pour le travail qu'ils réalisent.

La gestion de l'offre fait partie des raisons pour lesquelles les fermes familiales canadiennes peuvent prospérer. Elle offre stabilité et protection aux producteurs qui élèvent les poulets, aux entreprises qui les transforment, aux détaillants et aux restaurateurs qui les vendent et aux consommateurs qui les achètent.

Les objectifs de ce résultat stratégique clé sont de continuer d'assurer l'intégrité du pilier du contrôle des importations, d'améliorer l'efficacité du système d'allocation, d'obtenir la confiance de la sphère politique et le soutien du public envers les avantages de la gestion de l'offre pour le poulet, de réagir efficacement aux changements dans les marchés et de faire en sorte que les négociations commerciales n'entraînent pas une hausse de l'accès aux importations.

ENTENTE OPÉRATIONNELLE ET ALLOCATION

Au début de 2019, le conseil d'administration a établi une cible de croissance à moyen terme de 2 % pour les périodes A-157 à A-162. Cette cible n'est pas contraignante, mais donne à la chaîne de valeur du poulet canadien une idée de ce qui est attendu sur le plan de la croissance pour l'année à venir.

Comme au cours des quelques dernières années, le conseil a établi l'allocation pour deux périodes à la fois au cours de la même réunion, ce qui signifie que le taux de croissance prévu (TCP) et l'allocation de deux périodes sont établis aux deux réunions. L'allocation pour les périodes A-157 et A-158 a été établie à la réunion de mars 2019 alors que celle des périodes A-161 et A-162 a été établie à la réunion d'octobre 2019. L'établissement de l'allocation des périodes A-159 et A-160 figurait à l'ordre du jour de la réunion de juin 2019 du conseil, mais en raison d'incertitudes entourant le marché, en particulier le moment et l'ampleur des volumes d'importations en vertu de l'accord commercial du PTPGP, les développements en lien avec la peste porcine africaine en Asie et les conditions difficiles d'élevage qui risquaient d'affecter les prix du grain, le conseil a décidé de reporter l'établissement de l'allocation de la période A-160 à sa réunion d'août 2019. Les allocations pour ces six périodes se situaient entre 1,5 % et 3,5 % de plus que la base, une quantité inférieure à celles des années précédentes, mais reflétant toujours une croissance acceptable.



La gestion de l'offre permet aux producteurs de recevoir une rétribution juste pour leurs produits et pour le travail qu'ils réalisent.

En 2019, toutes les provinces de l'Atlantique, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard, ont continué à recevoir des kilogrammes en vertu de l'Entente relative aux mesures de sauvegarde au Canada atlantique (EMSA). Le processus d'inclusion de l'EMSA dans l'Entente opérationnelle par l'ajout d'une annexe, entrepris en 2018, s'est poursuivi en 2019 et, en fin d'année, la plupart des signataires avaient signé l'annexe. Ce processus devrait être complété en 2020.

En s'appuyant sur les principes directeurs établis en 2018, le Comité des politiques, les provinces et le conseil ont poursuivi leurs discussions concernant la politique sur les petites exploitations agricoles en 2019, mais sans atteindre de solution. Les facteurs qui compliquent l'élaboration d'un cadre de travail qui convient à toutes les provinces sont, entre autres choses, les exigences de conformité aux programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux, le niveau de production maximum autorisé en vertu du programme et les coûts de surveillance qui y sont associés. Le travail se poursuivra en 2020.

Comme par le passé, les PPC ont participé à trois réunions du Comité consultatif des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC). Ces réunions ont lieu en mars, juillet et novembre. Ce comité a pour mandat 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 deux années à venir, aidant ainsi les POIC à produire le bon nombre d'œufs d'incubation et de poussins pour le marché canadien. Les recommandations du comité étaient conformes à la croissance modérée qu'a connue l'industrie.

COMMERCE, IMPORTATIONS ET NORMES

Pour continuer à avoir du succès, il est essentiel d'assurer l'efficacité des trois piliers du système : le contrôle des importations, la planification de la production et la fixation des prix à la production. Le premier de ces trois piliers exige de surveiller les négociations commerciales et de veiller à ce que des mesures d'atténuation intégrales et équitables soient mises en place pour tous les impacts liés au commerce sur notre secteur. Il exige également de discuter avec le gouvernement canadien pour éliminer les failles en matière de contrôle des importations qu'entraînent la définition actuelle des mélanges définis de spécialité, l'importation de viande de poulet à griller étiquetée à tort comme de la poule de réforme et les critères inappropriés du Programme d'exonération des droits.

GROUPE DE TRAVAIL POUR L'INDUSTRIE DE LA VOLAILLE ET DES ŒUFS D'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA

Reconnaissant l'impact que l'accès accordé dans le cadre de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) aura sur les producteurs de lait, de volaille et d'œufs du Canada, le gouvernement du Canada a prévu une somme de 2,15 milliards de dollars dans le budget fédéral 2019 pour les soutenir. Un groupe de travail pour l'industrie de la volaille et des œufs formé de représentants du gouvernement et de ces deux industries a été créé afin d'élaborer des stratégies pour assurer la durabilité et la compétitivité à long terme de ces secteurs.

Le 17 avril, le groupe de travail a présenté une liste détaillée de recommandations de programmes à la ministre de l'Agriculture et l'Agroalimentaire Marie-Claude Bibeau. Les recommandations comprennent l'élaboration d'un programme d'investissement pour aider les producteurs qui investissent dans l'amélioration de leurs exploitations et d'une méthodologie d'attribution des CT conçue pour limiter la distorsion du marché. Le groupe de travail a également recommandé qu'un fonds d'expansion du marché soit établi afin d'aider à promouvoir le poulet élevé au Canada et que les normes élevées de production du Canada soient imposées aux importations.



Les Producteurs de poulet du Canada ont également entamé des travaux pour documenter les normes canadiennes de production de poulet afin de comparer les pratiques des autres pays qui exportent leurs produits au Canada. Il est important que les producteurs et les transformateurs canadiens ne subissent pas de désavantage concurrentiel en raison d'une réglementation qui n'existe pas dans d'autres pays ayant accès au marché canadien.

Les représentants des Producteurs de poulet du Canada ont également insisté sur le fait que le gouvernement doit s'assurer qu'il n'y aura plus de fuites ou d'importations illégales dans le marché intérieur. Par exemple, l'enjeu de la viande de poulet à griller étant frauduleusement importée en tant que poule de réforme doit être résolu par la mise en œuvre du test d'ADN qui permet de distinguer la viande de poulet à griller et la poule de réforme dans les processus de vérification douanière.

Également, le Programme d'exonération des droits doit être ajusté aux réalités du secteur du poulet en bannissant la substitution et la marinade pour le poulet importé et en réduisant le temps autorisé pour la réexportation, qui est actuellement de quatre ans. Qui plus est, le gouvernement doit s'engager à veiller à ce qu'aucun accès supplémentaire au marché du poulet canadien ne soit accordé dans les accords commerciaux en cours ou futurs, ou dans le cadre de discussions avec l'OMC.

Le secteur canadien du poulet a été profondément déçu qu'aucun nouveau programme n'ait été annoncé avant la dissolution du Parlement le 11 septembre. En 2020, le nouveau gouvernement devra impérativement mettre en application les recommandations du groupe de travail. Les Producteurs de poulet du Canada comptent sur le gouvernement pour qu'il respecte sa promesse de fournir un soutien intégral et équitable, comme l'ont mentionné à de nombreuses occasions le premier ministre Trudeau et plusieurs des membres de son Conseil des ministres depuis le lancement du groupe de travail pour l'industrie de la volaille et des œufs et tout au long de la campagne électorale.

ACCORD CANADA-ÉTATS-UNIS-MEXIQUE

L'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) a été officiellement signé le 30 novembre 2018. Bien que le Mexique l'ait ratifié le 19 juin, ni le Canada ni les États-Unis n'ont complété le processus de ratification en 2019.

Après avoir travaillé avec le représentant pour le commerce des États-Unis, l'ambassadeur Lighthizer, pour résoudre les préoccupations concernant les dispositions relatives à la main-d'œuvre, la protection des brevets de médicaments et l'application des règles à cet égard, la résolution des différends et l'environnement, la Chambre des représentants à majorité démocrate a approuvé l'accord le 19 décembre. Aucun changement n'a été apporté aux questions liées à l'agriculture.

Le gouvernement du Canada a présenté un projet de loi visant à mettre en œuvre l'ACEUM le 29 mai; cependant, le bref délivré pour la dissolution du Parlement le 11 septembre a également eu pour effet de suspendre

le processus de ratification. Le 12 décembre, la législation visant la mise en œuvre de l'ACEUM a été présentée à nouveau par la vice-première ministre Chrystia Freeland, et on s'attend à ce que le Parlement priorise la ratification de l'accord au début 2020.

L'ACEUM entrera en vigueur le premier jour du troisième mois suivant la ratification par les trois parties. À la fin de la période de mise en œuvre de 15 ans de l'ACEUM, les États-Unis bénéficieront d'un total de 62,9 millions de kilogrammes (Mkg) d'accès en franchise de droits exclusif au marché canadien du poulet, conservant son titre de principale source d'importations de poulet au Canada. Les PPC s'attendent à ce que le gouvernement du Canada poursuive sa collaboration avec le secteur afin de mettre en place des programmes pour aider à atténuer cette concession.

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA ET LE MERCOSUR

Les négociations commerciales entre le Canada et le Mercosur, c'est-à-dire l'union douanière de pays d'Amérique du Sud regroupant l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay, ont commencé en mars 2018. Durant le dernier cycle des pourparlers en juillet, les négociateurs sont parvenus à un accord sur les modalités, ce qui a établi le niveau d'ambition désiré pour l'accord. Bien que les deux parties étaient déterminées à avancer rapidement en vue de la conclusion d'un accord, les élections tenues au Canada, en Uruguay et en Argentine cette année ont imposé l'arrêt temporaire des pourparlers.

Les PPC portent une attention particulière à ces pourparlers commerciaux puisque le Mercosur inclut le Brésil, le plus important exportateur mondial de poulet, qui contrôle 33 % du marché mondial, et l'Argentine, qui devient un joueur de plus en plus important et qui a augmenté sa production destinée à l'exportation de 11 %, passant de 187 Mkg en 2018 à 210 Mkg en 2019. Le Brésil domine le commerce de la viande de poulet à griller, ayant exporté plus de 3,7 milliards de kilogrammes cette année. En comparaison, la production totale du Canada en 2019 était près de trois fois inférieure aux exportations du Brésil en 2019, avec 1,3 milliard de kilogrammes. Le Brésil est déjà la deuxième source d'importations de poulet en importance du Canada après les États-Unis, avec 17,2 Mkg d'importations en 2019. 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.

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA ET L'ALLIANCE DU PACIFIQUE

Les pourparlers entre le Canada et l'Alliance du Pacifique, qui est formée du Chili, de la Colombie, du Mexique et du Pérou, ont été mis sur pause une grande partie de l'année en raison des changements de gouvernement en Colombie et au Mexique. Comme le Canada possède déjà des accords de libre-échange avec les quatre membres de l'Alliance du Pacifique, la majorité de ses transactions avec ces partenaires commerciaux se font pratiquement déjà en franchise de droits. Néanmoins, les PPC surveillent étroitement ces pourparlers pour s'assurer qu'aucun autre accès à notre marché intérieur ne sera accordé.

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

Les activités au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) se sont intensifiées. En plus de la volonté de moderniser l'organisation, le président du Comité de l'agriculture a priorisé l'atteinte d'un consensus concernant certains accords partiels qui seront présentés lors de la prochaine Conférence ministérielle de l'OMC (CM12), qui se tiendra en juin 2020. Le Canada a non seulement pris un rôle de leadership dans les efforts de modernisation, mais il co-ordonne également les discussions sur la concurrence à l'exportation en agriculture.

C'est à la lumière de cette activité accrue que le président des PPC Benoît Fontaine, le premier vice-président Derek Janzen, le directeur exécutif Michael Laliberté et le directeur exécutif adjoint Yves Ruel ont assisté au Forum public de l'OMC à Genève du 8 au 11 octobre, avec d'autres représentants des secteurs soumis à la gestion de l'offre. Ils y ont rencontré des attachés à l'agriculture nationaux et le président du Comité de l'agriculture pour obtenir de l'information sur les attentes pour la CM12.

Bien que ces attentes soient faibles, il existe un désir de faire avancer certains enjeux, ne serait-ce qu'afin de démontrer que le pilier de négociation de l'OMC demeure fonctionnel. En agriculture, la pression s'accroît pour apporter certaines petites modifications techniques, ce qui serait un signe de progrès, mais permettrait d'éviter les domaines de négociations clés comme les réductions tarifaires et l'augmentation de l'accès aux marchés. Bien qu'ils aient été minimisés comme étant des modifications mineures, les changements techniques proposés pourraient grandement nuire à la capacité du Canada de maintenir le pilier du contrôle des importations efficace qui est nécessaire au système de gestion de l'offre.



CONTRÔLE DES IMPORTATIONS

En 2019, les administrateurs et le personnel des Producteurs de poulet du Canada ont travaillé avec des 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. Il s'agit entre autres de la mauvaise utilisation de la définition des mélanges définis de spécialité et du Programme d'exonération des droits (PED), et de l'importation continue de viande de poulet à griller étiquetée à tort comme étant de la poule de réforme. Bien que nous souhaitions toujours que des changements soient apportés à ces règlements, une attention particulière a été portée par l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC), qui a effectué des vérifications qui ont mené à des découvertes préoccupantes.

*Un total de **178 millions** de dollars ont été imposés pour des importations de viande de poulet à griller étiquetée à tort comme étant de la poule de réforme, et une vérification des chiffres associés aux permis d'importation pour les produits laitiers, la volaille et les œufs a entraîné l'imposition de **838 327 \$** en amendes à **65 importateurs**. Concernant le PED, les vérifications ont entraîné l'imposition de **138 millions** de dollars en pénalités pour le poulet et les produits laitiers. Le résultat de ces vérifications montre clairement la nécessité d'apporter des changements aux règlements afin d'éviter que des abus futurs nuisent à l'économie du Canada.*

MÉLANGES DÉFINIS DE SPÉCIALITÉ

Certaines entreprises canadiennes ont mis au point des produits de poulet spécialement pour contourner les mesures de contrôle des importations. En effet, l'ajout de sachets de sauce assez volumineux à des produits permet de les reclassifier comme étant des mélanges définis de spécialité (MDS), lesquels ne sont pas soumis au contrôle des importations (produits non inscrits sur la LMIC). La création de produits dans le seul but de contourner les mesures de contrôle des importations – et non pas de répondre à une demande des consommateurs – est connue sous le nom de manipulation des tarifs, et a été responsable de l'allocation de près de 20 Mkg de produits non inscrits sur la LMIC en 2019. Cela crée une concurrence déloyale envers les autres entreprises canadiennes. Heureusement, cette brèche a été abordée dans l'ACEUM, où la définition des MDS deviendra identique à celle prévue dans les engagements du Canada auprès de l'OMC. Cette modification devrait mettre fin à certaines manipulations des tarifs qui permettaient de contourner les mesures de contrôle des importations.

PROGRAMME D'EXONÉRATION DES DROITS

Les Producteurs de poulet du Canada ont demandé à plusieurs reprises que le PED pour le poulet et les autres produits visés par la gestion de l'offre suive les mêmes règles que le Programme d'importation pour réexportation (PIR) administré par Affaires mondiales Canada, en vertu duquel la marinade et la substitution ne sont pas permises et les exportations doivent avoir lieu dans les trois mois.

Le Programme d'exonération des droits (PED) permet l'importation de produits destinés à la réexportation sans avoir à payer les tarifs des douanes applicables. Cependant, les règles du PED ne sont pas conçues pour les produits agricoles comme le poulet, puisque la capacité de mariner, de substituer et de retenir les importations pendant quatre ans avant la réexportation peut entraîner des distorsions du marché dommageables. Cette incompatibilité a d'ailleurs été mise en lumière par l'ASFC dans ses récentes vérifications

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, et l'imposition de cotisations d'une valeur d'environ 138 millions de dollars en droits de douane impayés pour des produits laitiers et de poulet. Cela met clairement en évidence l'importance des changements réglementaires.

VIANDE DE POULET À GRILLER MAL ÉTIQUETÉE ET IMPORTÉE EN TANT QUE POULE DE RÉFORME

Contrairement à la viande de poulet à griller, qui est soumise au contrôle des importations, la poule de réforme peut être importée au Canada en quantité illimitée en franchise de droits ou à un taux de droit de douane très bas. Le fait que ces deux produits sont impossibles à distinguer visuellement a permis à certains importateurs canadiens d'importer frauduleusement de la viande de poulet à griller en l'étiquetant comme étant de la poule de réforme. Cette activité a non seulement entraîné des pertes de revenus pour le secteur intérieur du poulet, des pertes d'emplois pour l'économie et une diminution des recettes douanières pour le gouvernement, mais a également causé des risques pour les consommateurs canadiens, puisque la chaîne de traçabilité du système alimentaire a été rompue.

En 2019, les importations de poule de réforme ont augmenté considérablement, passant de 83 Mkg en 2018 à 88,3 Mkg. Les 168 millions de dollars en droits de douane impayés imposés dans la foulée des vérifications de l'ASFC et le maintien d'un fort volume d'importations de poule de réforme soulignent 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.

MISE À JOUR SUR LES CT

En 2019, l'accès associé au CT de l'OMC/ALENA consenti par le Canada était de 94,6 Mkg, une augmentation par rapport aux 90,1 Mkg de 2018. De plus, le CT du PTPGP de 7,8 Mkg a été octroyé, mais comme le seul pays membre du PTPGP qui pouvait bénéficier de cet accès, le Chili, n'a pas encore ratifié l'accord, il n'a pas été utilisé cette année, laissant seulement le CT de l'OMC/ALENA de 94,6 Mkg. Alors que les importations globales ont été de 91,7 Mkg, les 4,7 Mkg additionnels accordés à des fins de concurrence pour des produits non inscrits sur la LMIC ont porté le volume total des importations à 96,4 Mkg – soit près de 2 Mkg de plus que les obligations du Canada en matière de commerce international.

IMPORTATIONS PAR TYPE (KG)

	2019	2018
Importations globales	91 724 218	89 228 118
Importations supplémentaires pour pénuries	-	-
Importations pour concurrence	4 721 101	6 667 041
Importations pour réexportation	19 570 402	19 833 168
Importations en raison de pénurie	25 184 000	41 930 000
Total	141 199 721	157 658 327
Importations de volaille de réforme	88 304 498	82 798 770

Source : Affaires mondiales Canada, AAC

En haut à gauche

Le député de Red Deer-Mountain View, Earl Dreeshen, visite une ferme en Alberta avec sa petite-fille.

En haut à droite

La ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Marie-Claude Bibeau et le député Sean Fraser visitent la ferme des Eadie à Nouvelle-Écosse, en août.

En bas à gauche

La ministre Bernadette Jordan discute avec John Vissers à l'intérieur de son poulailler en Nouvelle-Écosse, en octobre.



RELATIONS GOUVERNEMENTALES

Les Producteurs de poulet du Canada avaient de nombreuses activités de lobbying prévues en 2019. En raison de l'arrivée du nouveau Guide alimentaire canadien, de l'élaboration d'une politique alimentaire pour le Canada et du programme commercial ambitieux du gouvernement, le personnel, les membres du conseil d'administration et les représentants en aval n'ont jamais manqué d'occasions d'entrer en communication avec des parlementaires et le personnel de la fonction publique. Comme toujours, nos priorités étaient de représenter les 2 800 producteurs de poulet du Canada, de travailler sur les enjeux auxquels est confronté notre secteur et de maintenir un soutien pancanadien fort envers la gestion de l'offre.

JOURNÉE DU LOBBYING ANNUELLE

La Journée du lobbying 2019 des Producteurs de poulet du Canada s'est tenue le 7 mai. Il s'agissait de la dernière occasion pour les Producteurs de poulet du Canada de discuter avec les parlementaires avant l'élection de l'automne. Cet événement annuel constitue un élément important de la stratégie de relations gouvernementales des Producteurs de poulet du Canada – il permet d'établir des relations, de mettre en lumière nos enjeux et de faire connaître l'excellent travail que font les producteurs pour l'économie et la population canadienne.



La Journée du lobbying a permis aux administrateurs et remplaçants, aux jeunes producteurs et aux représentants des provinces d'avoir des conversations constructives et réfléchies avec près de 70 députés et sénateurs et leur personnel concernant le commerce, la taxe sur les émissions carboniques, la récente analyse du cycle de vie des Producteurs de poulet du Canada, la gestion de l'offre et les enjeux relatifs au contrôle des importations.

Les PPC ont accueilli avec plaisir l'ancienne ministre de la Santé Ginette Petitpas Taylor et la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Marie-Claude Bibeau, qui ont mis à jour les membres du conseil d'administration et les participants à la Journée du lobbying sur plusieurs dossiers importants. Fait important à noter, la ministre Bibeau a annoncé un financement du gouvernement pour l'analyse du cycle de vie des Producteurs de poulet du Canada.

VISITES DE FERMES AVEC LES PARLEMENTAIRES ET LE PERSONNEL

Les Producteurs de poulet du Canada ont fièrement organisé quelques visites de fermes avec des parlementaires et leur personnel tout au long de l'année 2019. Les visites de fermes nous permettent de sensibiliser le public à l'agriculture et de montrer aux décideurs comment leurs politiques peuvent influencer le travail quotidien des producteurs de poulet. Grâce à la participation de la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et de la ministre du Développement économique rural à l'été et au début de l'automne, nous avons pu présenter les priorités des Producteurs de poulet du Canada pour les élections fédérales, notamment de s'assurer qu'un soutien fort et continu envers la gestion de l'offre soit exprimé par tous les partis.

RÉUNION D'ÉTÉ DE LA FÉDÉRATION CANADIENNE DE L'AGRICULTURE ET TABLE RONDE DES MINISTRES

Les représentants des Producteurs de poulet du Canada se sont rassemblés à Québec à la fin juillet pour participer à la réunion d'été de la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA), qui est jumelée à la table ronde des ministres fédéral, provinciaux et territoriaux (FPT) et de la FCA. Les représentants de la Fédération canadienne de l'agriculture ont rencontré les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux pour discuter des enjeux urgents en agriculture au Canada. La table ronde était animée par la présidente de la FCA, Mary Robinson, et c'est la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Marie-Claude Bibeau qui a prononcé le mot d'ouverture. Les producteurs ont exprimé leurs frustrations aux ministres concernant les différends commerciaux, les programmes de gestion des risques de l'entreprise (GRE) et les menaces externes. Les représentants des Producteurs de poulet du Canada ont discuté avec les ministres et les hauts fonctionnaires lors de la réception qui a suivi la table ronde.

CONGRÈS ANNUEL ET SALON PROFESSIONNEL DE LA FÉDÉRATION CANADIENNE DES MUNICIPALITÉS

Les Producteurs de poulet du Canada ont commandité le congrès de la Fédération canadienne des municipalités aux côtés des Producteurs d'œufs du Canada, des Éleveurs de dindon du Canada, des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada et des Producteurs laitiers du Canada.

Le thème de cette année pour les producteurs de lait, de volaille et d'œufs présents au congrès était « Faits par des Canadiens, pour tous les Canadiens ». Ce thème soulignait l'apport de la gestion de l'offre envers des aliments frais et locaux élevés avec soin. Notre kiosque au salon professionnel a été très populaire comme d'habitude, les délégués venant goûter les délicieux produits laitiers, de volaille et d'œufs, et discuter avec nos représentants des producteurs. Plutôt que d'organiser une visite de ferme cette année, comme nous le faisons par le passé, le groupe a choisi de créer un carrefour agricole, qui était une zone près de la salle des assemblées plénières où nous avons organisé des groupes de discussion et des présentations portant sur des thèmes variés comme l'innovation en agriculture, la Journée mondiale du lait, la gestion de l'offre dans les collectivités, et ce que la gestion de l'offre signifie pour les familles de producteurs.

CANTINE DU CENTRE-VILLE

Lors d'une journée pluvieuse du début juin, des parlementaires, des membres du personnel politique et le public sont allés faire un tour à la Cantine du centre-ville annuelle pour rencontrer les producteurs de poulet, d'œufs, d'œufs d'incubation et de dindon de partout au Canada et prendre une bouchée tout en discutant de la gestion de l'offre. Cette cantine éclair annuelle organisée sur la rue Sparks à Ottawa invite tout le monde à savourer un excellent repas concocté à partir de produits d'œufs et de volaille.

Les producteurs ont été heureux d'accueillir des membres de tous les partis qui se sont arrêtés pour casser la croûte et qui ont réitéré l'appui de leur parti envers la gestion de l'offre à l'approche des élections fédérales 2019.

STRATÉGIE POUR LES ÉLECTIONS

Les Producteurs de poulet du Canada ont exécuté une stratégie électorale robuste de la fin juillet jusqu'en octobre pour s'assurer que les producteurs allaient à la rencontre des candidats de partout au pays pour parler de l'importance de la gestion de l'offre et du secteur canadien du poulet. On a demandé aux producteurs d'écrire aux candidats de leur région, d'être actifs sur les médias sociaux, de participer à un débat local et d'inviter les candidats à leur ferme. Les producteurs de partout au pays ont été heureux d'entendre des candidats et des chefs de parti exprimer invariablement leur appui envers la gestion de l'offre, et prendre des engagements à n'accorder aucun accès additionnel dans le cadre de futurs accords commerciaux.



Faits par des Canadiens, pour tous les Canadiens.





RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 4

Développement durable

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 4

Développement durable

Le cheminement des Producteurs de poulet du Canada en matière de développement durable est un processus d'amélioration continue. Fondé sur des données scientifiques, ce processus inclut la mise en œuvre du Programme de salubrité des aliments à la ferme, du Programme de soins aux animaux et de l'initiative de réduction de l'utilisation des antibiotiques. À cet égard, nous savons que nous devons toujours nous améliorer. C'est pourquoi nous continuerons d'évoluer et d'améliorer nos pratiques afin de répondre aux attentes des consommateurs canadiens.

Les valeurs clés des Producteurs de poulet du Canada en ce qui a trait au développement durable sont les suivantes :

- Protéger la santé et le bien-être des oiseaux
- Produire du poulet salubre pour les Canadiennes et Canadiens
- Préserver la santé de la terre et de nos fermes
- Investir dans la recherche et l'innovation
- Améliorer la gouvernance

Ce résultat stratégique clé fournit aux Producteurs de poulet du Canada les outils nécessaires pour tenir compte des valeurs communes des Canadiens en matière d'excellence en développement durable.

SALUBRITÉ DES ALIMENTS À LA FERME

Depuis plus de 20 ans, les Producteurs de poulet du Canada mettent en œuvre un programme de salubrité des aliments dans l'ensemble du pays. Le Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) *Élevé par un producteur canadien* met l'accent sur la salubrité des aliments à chaque étape du cycle de production et exige l'application de mesures de biosécurité pour protéger la santé des animaux et empêcher que des sources externes transmettent des infections aux troupeaux.

Le PSAF est mis en œuvre dans l'ensemble des 2 800 fermes d'élevage de poulets du Canada, et 100 % des producteurs sont certifiés conformes au programme. Les Producteurs de poulet du Canada ont été la première filière à recevoir la pleine reconnaissance des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux pour le Programme de salubrité des aliments à la ferme, et cette reconnaissance a été maintenue cette année grâce au succès de la revue de 60 mois menée par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

En plus de satisfaire aux exigences requises pour obtenir la reconnaissance de l'ACIA, le PSAF fait l'objet d'un audit par un tiers mené par NSF International. NSF est un organisme de certification tiers reconnu à l'échelle internationale qui est agréé auprès de l'American National Standards Institute pour la norme ISO 17065. Chaque année, des audits par un tiers sont réalisés au bureau national, dans les offices provinciaux et dans un échantillon de fermes de chaque province. En outre, tous les auditeurs à la ferme des Producteurs de poulet du Canada sont évalués.

L'audit par un tiers de 2019 a été complété avec succès et a révélé que les programmes sont mis en œuvre de manière efficace. Ces succès sont entre autres attribuables aux procédures robustes mises en place, par exemple aux examens annuels par la direction, lors desquels tous les éléments des programmes sont évalués, ainsi qu'à la formation annuelle des auditeurs, qui vise à favoriser l'uniformité à l'échelle du pays. Et ce ne sont là que quelques exemples de la valeur et des garanties qu'offre la marque *Élevé par un producteur canadien* afin de maintenir la confiance du public.

RÉDUCTION DES AGENTS PATHOGÈNES

La réduction des agents pathogènes dans la volaille est un élément hautement prioritaire, tant pour le gouvernement que l'industrie. D'ailleurs, les Producteurs de poulet du Canada en ont fait une priorité critique en 2019. D'importants travaux ont été réalisés cette année afin de finaliser un plan visant à mettre en œuvre une enquête nationale sur la prévalence de Salmonella, enquête qui sera déployée en 2020. Le principal objectif de cet effort de surveillance sera de déterminer les mesures permanentes en matière de surveillance et d'atténuation qui seront nécessaires à l'avenir dans les fermes canadiennes d'élevage de poulets.

Tout au long de l'année, les Producteurs de poulet du Canada ont continué à participer au groupe de travail gouvernement-industrie afin de s'attaquer à la question des pathogènes dans l'ensemble de la chaîne de valeur. En raison de l'importante priorité accordée à la réduction des agents pathogènes cette année, beaucoup de travail a été réalisé avec les intervenants de l'industrie afin de veiller à harmoniser l'approche adoptée par les différents joueurs à l'égard de cet enjeu critique. Notre industrie continuera de toute évidence à déployer de nombreux efforts dans ce dossier au cours des années à venir.

Bien que la salubrité des aliments commence à la ferme, les consommateurs ont également un rôle à jouer. Ainsi, une autre composante du travail des Producteurs de poulet du Canada relativement à la réduction des agents pathogènes consiste à accroître les communications aux consommateurs au sujet des pratiques de manipulation sécuritaire des aliments. Les efforts de communication ont donc été bonifiés, principalement en ligne et dans les médias sociaux, afin de faire comprendre à la population canadienne l'importance de manipuler et de cuire le poulet adéquatement pour éviter les risques de maladies d'origine alimentaire.

RÉSISTANCE AUX ANTIMICROBIENS ET UTILISATION DES ANTIMICROBIENS

La résistance aux antimicrobiens (RAM) et l'utilisation des antimicrobiens (UAM) demeurent à l'avant-plan du travail des Producteurs de poulet du Canada. Nous mettons d'ailleurs en œuvre une stratégie sur l'utilisation des antimicrobiens afin de répondre aux attentes des consommateurs, tout en protégeant la santé et le bien-être des oiseaux. De plus, les producteurs de poulet canadiens continuent de faire évoluer leurs pratiques de production en réponse aux préférences des consommateurs. Il s'agit d'un élément clé de nos travaux en cours, qui visent à maintenir la confiance du public et à accroître la valeur et les garanties qu'offre la marque *Élevé par un producteur canadien*.

Dans le cadre de notre stratégie en matière d'UAM, et à titre de deuxième étape majeure des efforts de réduction de l'UAM, l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie II a été éliminée à la fin de 2018. Les résultats de cette initiative ont été évalués tout au long de 2019, et la surveillance de l'UAM à la ferme a révélé que l'élimination s'est déroulée avec

ÉCHÉANCIER DE RÉDUCTION

Étape 1

Élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie I en mai 2014

Étape 2

Élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie II avant la fin de 2018

Étape 3

Élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III



succès. Les fermes ont initialement rapporté certains impacts sur la production, mais beaucoup de leçons ont été tirées et communiquées aux producteurs, ce qui a contribué au succès global de l'initiative.

Cette année, une importante priorité de la stratégie en matière d'UAM a été de réévaluer l'objectif visant à éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie III avant la fin de 2020. L'établissement de cet objectif était important afin d'assurer la transparence auprès de l'industrie et des consommateurs au sujet de l'orientation de la stratégie de réduction, mais aussi afin de donner le temps à l'industrie de mesurer les répercussions potentielles.

La réévaluation a révélé certaines questions en suspens qui doivent être résolues avant que la catégorie III puisse être éliminée de manière responsable et avec succès. En tenant compte d'importants aspects associés au bien-être animal et au développement durable qui demeurent non résolus, les Producteurs de poulet du Canada ont reporté la décision visant à cibler la date à laquelle se produira l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III. La décision sera revisitée lors de la réunion des administrateurs de juin 2020.

La stratégie des Producteurs de poulet du Canada continue d'offrir un moyen durable de répondre aux attentes des consommateurs, tout en protégeant la santé et le bien-être des oiseaux, et en préservant des options de traitement efficaces.

Pour atteindre leurs objectifs, les Producteurs de poulet du Canada basent leur travail sur la stratégie Lutter contre la résistance aux antimicrobiens et optimiser leur utilisation : un cadre d'action pancanadien du gouvernement du Canada.



SOINS AUX ANIMAUX

Le maintien de normes élevées en matière de soins aux animaux est à la base des bonnes pratiques d'élevage de poulet, et dans le marché actuel, les Producteurs de poulet du Canada comprennent qu'il est impératif de démontrer que ces normes sont bel et bien appliquées. Les gens accordent beaucoup d'importance à leurs aliments. Ils veulent en connaître la provenance et savoir comment ils ont été produits. Or, nos producteurs et leur famille ont les mêmes soucis. Le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* confirme notre engagement envers le bien-être des animaux.

Les Producteurs de poulet du Canada mettent en œuvre le Programme de soins aux animaux dans les fermes canadiennes depuis 2009, et celui-ci demeure le seul programme permettant de veiller à ce que des normes élevées soient mises en œuvre et vérifiées dans l'ensemble des 2 800 fermes d'élevage de poulets du Canada.

- Notre programme est basé sur des fondements crédibles puisqu'il se fonde sur le Code de pratiques et qu'il a obtenu la reconnaissance du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE)
- Notre programme assure la responsabilisation de chaque ferme en prévoyant des audits annuels des fermes de même que des audits par un tiers
- Notre programme est obligatoire dans les 10 provinces, ce qui assure la participation et la conformité de tous les producteurs
- Notre programme prévoit des mesures d'application strictes en cas de non-conformité
- Notre programme est examiné régulièrement et s'améliore et évolue sans cesse à mesure que nous apprenons

Voilà donc d'autres exemples de la valeur et des garanties qu'offre la marque *Élevé par un producteur canadien* afin de maintenir la confiance du public.



AMÉLIORATION CONTINUE

Une nouvelle édition du Programme de soins aux animaux a été lancée le 1^{er} janvier de cette année. Ce lancement est le point culminant de plusieurs années de travail qui ont commencé avec la révision du Code de pratiques pour le poulet, un processus dirigé par le CNSAE et auquel ont activement participé les Producteurs de poulet du Canada. Le CNSAE est un chef de file mondial qui regroupe des intervenants aux perspectives variées – producteurs, scientifiques, vétérinaires, transformateurs, associations des secteurs du détail et de la restauration, transporteurs, associations de protection des animaux, et gouvernements fédéral et provinciaux – en vue d'élaborer des codes de pratiques solides.

Après la publication du nouveau Code, les PPC ont suivi le Cadre d'évaluation des soins aux animaux du CNSAE en vue de mettre à jour le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* afin qu'il se conforme au nouveau Code. Notre travail nous a permis d'obtenir la reconnaissance du CNSAE pour notre Programme de soins aux animaux et de veiller à ce que toutes les exigences du Code soient appliquées dans l'ensemble des fermes d'élevage de poulets du Canada. De plus, notre Programme de soins aux animaux pour les fermes d'élevage en parcours libre *Élevé par un producteur canadien* a aussi été mis à jour conformément aux exigences du nouveau Code, puis mis en œuvre en avril de cette année.

Cette année, en plus des efforts déployés dans le cadre de cette importante mise à jour du programme, nous avons poursuivi nos travaux sur les éléments « en coulisse » qui permettent d'améliorer continuellement le Programme de soins aux animaux : l'examen annuel par la direction a été complété avec succès, et tous les éléments du programme ont été évalués; la formation annuelle des auditeurs a eu lieu afin de promouvoir l'uniformité à l'échelle du pays; le personnel a examiné et surveillé les enjeux émergents qui pourraient avoir un impact sur le programme; et les Producteurs de poulet du Canada ont commencé à participer à la révision du Code pour le transport.

AUDIT PAR UN TIERS

Pour la quatrième année consécutive, les évaluations de NSF ont démontré que les Producteurs de poulet du Canada ont mis en œuvre de façon efficace et cohérente le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien*. Ces résultats et la nature obligatoire du programme pour tous les producteurs contribuent à assurer la crédibilité du programme et donnent aux transformateurs, détaillants et restaurateurs la confiance requise pour appuyer une approche nationale unique.

RECHERCHE

La recherche et l'innovation sont les fondements qui permettent de fournir aux producteurs les renseignements et outils dont ils ont besoin pour protéger la santé et le bien-être des oiseaux. Ce sont ces activités qui nous aident à continuellement nous améliorer.

Les Producteurs de poulet du Canada sont un membre fondateur du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC). À ce jour, la chaîne de valeur canadienne de la volaille a investi plus de 4,6 millions de dollars par l'intermédiaire du CRAC, et des fonds de contrepartie de plus de 27 millions de dollars ont été consentis par le gouvernement et d'autres agences. Ces sommes s'ajoutent au financement de l'industrie de 5,78 millions de dollars et aux fonds de contrepartie du gouvernement de plus de 14 millions de dollars pour tous les projets de la Grappe. Près de la moitié de ce financement pour la recherche est consacré à des études portant sur la santé des oiseaux et sur les solutions de rechange aux antibiotiques, et plus de 30 projets ont été financés en vue de se pencher sur le bien-être animal.

GRAPPE DE RECHERCHE AVICOLE

Le financement pour la troisième Grappe de recherche avicole nationale, administrée par le CRAC, a été annoncé cette année. Ce financement est offert par le programme Agri-science d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), qui s'inscrit dans le Partenariat canadien pour l'agriculture. La Grappe d'AAC constitue une occasion d'optimiser considérablement le financement de l'industrie puisque le gouvernement fédéral appuie les projets à un taux de 70 % et permet un financement provincial additionnel de 15 %. Le budget total de la Grappe est de plus de 12 millions de dollars : 8,24 millions de dollars d'AAC et 3,78 millions de dollars de l'industrie.

La Grappe de recherche avicole nous offre la possibilité de résoudre beaucoup de problèmes actuels auxquels fait face l'industrie avicole, et la coopération unique qu'elle promeut entre les scientifiques, les partenaires de l'industrie et les ministères gouvernementaux de partout au pays créera une synergie qui permettra de refléter les priorités de l'industrie et des consommateurs canadiens.

Le projet, qui repose sur les réussites des deux précédentes grappes de la volaille, devrait permettre l'élaboration de solutions de rechange aux antibiotiques grâce à la recherche sur l'utilisation des produits antimicrobiens et la résistance à ces derniers, ainsi que la mise au point de produits plus sains et plus sûrs. On s'attend également à ce que la recherche mène à l'amélioration de la santé et du bien-être des dindons et des poules pondeuses et au maintien de la viabilité à long terme de la chaîne de valeur de la volaille grâce à la production améliorée de la volaille, à l'analyse comparative des virus, à la mise au point d'outils d'agriculture de précision et au contrôle des effluents des opérations qui ont une incidence sur l'environnement et les gaz à effet de serre.



Ferme Fotheringham Agra Ltd.
à l'Ontario.



La recherche et l'innovation sont les fondements qui permettent de fournir aux producteurs les renseignements et outils dont ils ont besoin pour protéger la santé et le bien-être des oiseaux. Ce sont ces activités qui nous aident à continuellement nous améliorer.

Cette Grappe inclut 19 projets de recherche examinant les thèmes suivants :

- Utilisation des antimicrobiens et résistance aux antimicrobiens
- Salubrité des aliments
- Santé et bien-être de la volaille
- Développement durable

Dans le cadre de la Grappe, le CRAC inclura une initiative de vulgarisation et transfert des connaissances (VTC) pour veiller à ce que les résultats de la recherche soient communiqués aux intervenants de l'industrie. Un nouveau site Web a été créé et est entièrement consacré à la communication des résultats de la recherche issus des divers projets de la Grappe. Cliquez **ici** pour le consulter. Pour de plus amples renseignements sur d'autres projets de recherche et les activités du CRAC, consultez son site Web à <http://cp-rc.ca/fr/>.

DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

L'environnement est important pour les consommateurs canadiens. Ces derniers veulent avoir la certitude que le travail accompli pour produire leurs aliments est durable sur les plans environnemental, économique et social. Or, à cet égard, les producteurs de poulet savent livrer la marchandise.

Pour les producteurs de poulet canadiens, la durabilité signifie protéger le bien-être et la santé des animaux, produire des aliments sains pour la population canadienne, préserver la santé de la terre et des fermes canadiennes, et contribuer à l'économie en offrant des aliments abordables à la population canadienne.

En ce qui a trait à la durabilité environnementale, l'empreinte carbone du poulet canadien est inférieure à celle des autres élevages produits en Amérique du Nord. Et il ne s'agit là que de l'une des conclusions positives issues de l'analyse du cycle de vie complétée en 2018, une analyse qui a fourni une évaluation exhaustive de la performance environnementale et sociale de notre industrie.

La promotion de ces résultats et d'autres résultats clés de l'étude a été l'une de nos priorités en 2019, notre objectif étant de continuer à communiquer aux détaillants, restaurateurs et consommateurs la valeur qu'offre la marque *Élevé par un producteur canadien* et de maintenir la confiance du public. Pour ce faire, des vidéos et éléments infographiques ont été créés et promus dans les médias sociaux, et des publiereportages ont été rédigés pour plusieurs magazines. Par ailleurs, un dépliant infographique a été mis au point pour compléter notre rapport mis à jour sur le développement durable.

L'analyse du cycle de vie a fourni des renseignements utiles pour notre secteur à propos de nos forces et des aspects à améliorer en matière de performance environnementale. Cette année, nous avons consacré du temps à l'évaluation de ces différents aspects et avons examiné les prochaines étapes potentielles pour améliorer et continuer d'évaluer les objectifs environnementaux de notre industrie. Ce travail continuera d'évoluer et de prendre forme au cours des années à venir.



GOVERNANCE

Dans le cadre de leurs efforts d'amélioration continue, les Producteurs de poulet du Canada sont déterminés à améliorer la gouvernance de l'organisation.

En décembre 2018, les administrateurs ont mené une évaluation de l'efficacité du conseil d'administration, laquelle était axée sur sept pratiques :

1. rendement organisationnel des membres du conseil d'administration qui assurent un leadership stratégique
2. aptitude des membres du conseil d'administration à évaluer les risques et à établir des politiques pour protéger les intérêts des PPC
3. attentes et respect des membres du conseil d'administration
4. réflexion sur le rendement du conseil d'administration, vs réaction
5. sélection de leaders pour l'organisation
6. promotion de communications et d'interactions efficaces entre le conseil d'administration et la direction
7. travail d'équipe des membres du conseil d'administration

Les administrateurs ont également complété des auto-évaluations et des évaluations des administrateurs par les pairs, et ont évalué le président en vue de cibler les aspects à améliorer et les possibilités de développement professionnel.

Le Colloque d'orientation annuel pour les nouveaux administrateurs, remplaçants, membres du personnel et intervenants de l'industrie a eu lieu au printemps dans le but d'informer les participants sur les rôles, les priorités et la structure de gouvernance des Producteurs de poulet du Canada.

En décembre 2019, le conseil d'administration a également examiné ses procédures d'élection pour les comités afin d'assurer l'indépendance du processus et de clarifier le processus d'élection pour les présidents des comités et les membres d'organisations externes.

En décembre, les Producteurs de poulet du Canada ont organisé leur premier atelier sur la gouvernance de l'industrie, auquel ils ont convié les administrateurs, les remplaçants, les gérants des offices provinciaux, les présidents des offices provinciaux et des associations de l'industrie, et le Conseil des produits agricoles du Canada. Cette séance, à laquelle beaucoup de gens ont assisté, mettait l'accent sur l'amélioration de la gouvernance dans l'industrie du poulet, sur une meilleure compréhension des Producteurs de poulet du Canada, et sur les rôles et responsabilités des offices provinciaux. Des discussions avaient par ailleurs pour but de déterminer comment l'industrie pourrait collaborer plus efficacement.

Conformément aux lignes directrices du Conseil des produits agricoles du Canada concernant les auditeurs, BDO Canada s.r.l. / LLP a entamé sa 4^e année en tant qu'auditeur nommé par le gouverneur en conseil pour la période couvrant 2016 à 2020.

Les résultats de l'évaluation de l'efficacité du conseil d'administration ont été présentés aux administrateurs en janvier 2019 et indiquent que le conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada offre un bon rendement. Sur la base de ce rapport, les administrateurs peuvent établir des plans d'action pour s'améliorer. La prochaine évaluation de l'efficacité du conseil d'administration sera menée avant la fin de 2020.





RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 5

Consommation

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS 5

Consommation

L'objectif de ce RSC est d'accroître la demande des consommateurs pour du poulet canadien de façon durable. Pour cela, il faudra mieux comprendre les consommateurs, les valeurs qu'ils chérissent et les tendances changeantes qui les concernent. Le RSC s'appuiera sur le succès de la marque *Élevé par un producteur canadien*, permettra à la chaîne de valeur de l'industrie de répondre aux désirs et aux besoins évolutifs des consommateurs et mènera à une croissance durable constante. Le but est que le poulet demeure la protéine de viande préférée au Canada, le premier choix des consommateurs et le choix le plus fiable.

ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN – FAITS SAILLANTS DE LA MARQUE

La marque *Élevé par un producteur canadien* continue de prendre de plus en plus de place dans le cœur et l'esprit des consommateurs canadiens.

En 2019, le logo a atteint son niveau de notoriété le plus élevé à ce jour. Le résultat de cette année (42 %) représente une hausse significative par rapport à 2018 et 2017. En fait, les résultats de chaque année depuis 2015 ont augmenté considérablement par rapport à cette première année.

La cote de sympathie générée par notre présente campagne publicitaire est considérable, atteignant presque 80 %.

Après avoir vu la publicité, les consommateurs ont indiqué qu'ils rechercheront le logo et achèteront du poulet canadien frais, et qu'ils choisiront de manger dans des restaurants dont le menu affiche le logo.

À l'instar des autres années, 87 % des Canadiens qui ont vu l'annonce croient qu'il est important que le poulet canadien soit étiqueté comme tel. Les trois quarts sont d'avis qu'il est important pour eux d'acheter du poulet canadien et que le poulet canadien soit élevé par des producteurs en qui ils peuvent avoir confiance.

Nos initiatives traditionnelles de publicité incluaient quatre phases d'annonces télévisées et numériques qui ont rehaussé le profil de la marque à l'échelle du Canada. Les consommateurs se sont intéressés à la marque par l'entremise de concours, dans les médias sociaux et d'autres plateformes numériques. De plus, le nombre d'abonnés à nos bulletins destinés aux consommateurs a grimpé à plus de 71 000.

Les éléments créatifs de la marque *Élevé par un producteur canadien* ont encore été utilisés en 2019 afin d'en étendre le rayonnement au-delà de notre principal public cible, à savoir les femmes de 25 à 54 ans, et de continuer d'inclure les millénariaux. L'objectif était également de développer une image plus contemporaine et plus distinctive dans le but de favoriser la valorisation constante de la marque. La nouvelle création publicitaire a été diffusée à l'échelle nationale dans trois organes de presse, soit Rogers Media, Québecor Groupe Média (TVA) et Ricardo Media, en misant sur de multiples plateformes intégrées : télé, numérique, marketing par courriel, et médias imprimés.

Voici quelques exemples des publicités de 15 secondes :

<https://youtu.be/WQXnN5iD-jl>
<https://youtu.be/K7m162Xzlew>

Ces publicités, et d'autres, sont aussi disponibles sur la chaîne YouTube des Producteurs de poulet du Canada :

<https://www.youtube.com/user/chickenfarmers1/featured> – cliquez sur les listes de lecture pour les voir par catégorie.

PARTICIPANTS AU PROGRAMME DE MARQUE

À ce jour, nous avons 36 participants à notre programme de marque qui utilisent activement le logo.

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| 3 Brasseurs | Maple Leaf Foods |
| 7-Eleven | Maple Lodge Farms (Halal) |
| Blue Goose Foods | Mary Browns Chicken & Taters |
| Burger King | Mildmay Freshmart |
| Dollar Foods Mfg. | Montana's BBQ & Bar |
| Prime Pubs (Cara Foods) | Nando's |
| Chorizo Fresh Mex | Prairie Pride |
| Eden Valley Poultry | Retail Ready (LiberTerre) RWA |
| Farm Boy | Save-on-Foods |
| Farmway Foods | Sobeys |
| Federated Co-operatives Limited | Sofina Foods (Lilydale) |
| Fiesta Farms | Sunrise Farms |
| Granny's Poultry | Swiss Chalet |
| Tigre Géant | Twin Maple Products Ltd. |
| Harvey's | Vince's Market |
| Imago Restaurants (Duke Pubs) | Walmart Canada |
| KFC | Wild Wings |
| Longo Brothers Fruit Markets | Yorkshire Valley Farms |

Produits de qualité trouvés dans les épiceries avec notre marque, *Élevé par un producteur canadien*.



La marque *Élevé par un producteur canadien* fait régulièrement partie de toutes les initiatives de promotion et de communication chez les Producteurs de poulet du Canada. Elle est incorporée dans toutes les communications publiques et demeure un élément clé de la dénomination et de la promotion des programmes.

La marque est synonyme d'origine et de qualité – mais maintenant, quand les consommateurs choisissent du poulet portant notre logo, ils savent qu'ils obtiennent le meilleur de ce qu'offrent leurs producteurs locaux.

L'emploi de notre logo dans les plateformes des PPC donne également aux producteurs des symboles reconnaissables qu'ils peuvent utiliser pour démontrer l'innovation, la fierté et le dur labeur qui caractérisent chacune de leurs journées de travail, des journées qu'ils emploient à mettre en œuvre des normes figurant parmi les plus élevées en matière de salubrité des aliments et de soins aux animaux. Le logo confirme de plus fièrement leur engagement à appliquer les principes du développement durable dans leur travail, que ce soit sur les plans environnemental, économique ou social.

Les producteurs sont aussi des consommateurs. Ils sont très fiers de pouvoir apporter la protéine de premier choix au Canada sur les tables d'un océan à l'autre, y compris sur leur propre table. Il est logique que la marque *Élevé par un producteur canadien* devienne une partie de ce qu'ils font en tant que producteurs, afin qu'ils puissent montrer aux Canadiens qu'ils sont déterminés à faire tout en leur pouvoir pour garder leur confiance, une confiance qu'ils ont si chèrement acquise.



La marque est synonyme d'origine et de qualité – mais maintenant, quand les consommateurs choisissent du poulet portant notre logo, ils savent qu'ils obtiennent le meilleur de ce qu'offrent leurs producteurs locaux.



ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

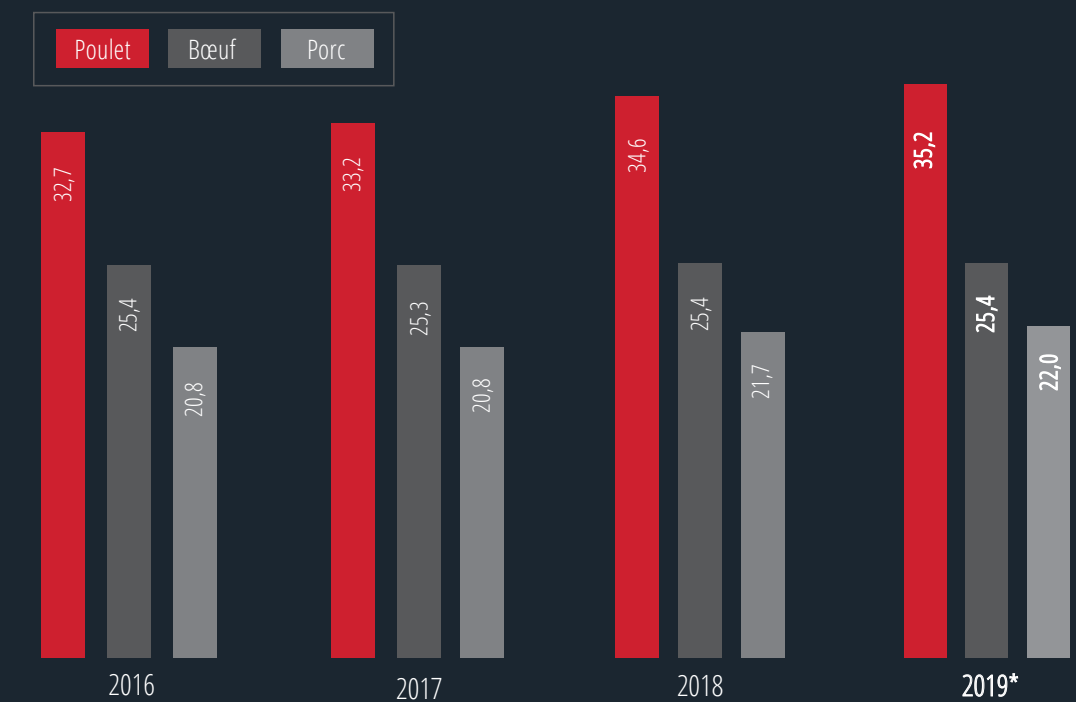
Surveillance du marché

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 298 millions de kg (Mkg) de poulet en 2019, une hausse de 2,5 % par rapport à 2018. Il s'agissait de la dixième année consécutive de croissance pour l'industrie canadienne du poulet.

Les estimations préliminaires montrent qu'en 2019, la consommation de poulet par habitant a été de 35,2 kg, ce qui correspond à une augmentation de 0,6 kg par rapport à l'année précédente. Simultanément, la consommation par habitant estimée était de 25,4 kg pour le bœuf, soit la même qu'en 2018, et de 22,0 kg pour le porc, une hausse de 0,3 kg par rapport à l'année précédente.

En 2019, le prix vif moyen payé aux producteurs canadiens était de 1,588 \$/kg, soit une hausse de 0,035 \$ comparativement à 2018. En date du 1^{er} janvier 2019, les stocks de poulet congelés s'élevaient à 53,1 Mkg, et les stocks de clôture pour l'année se sont établis à 56,2 Mkg. Les volumes de stocks en entrepôt ont montré des tendances saisonnières standards. Ils étaient à leur plus faible niveau entre mai et septembre et ont atteint un sommet au début et à la fin de l'année.

CONSOMMATION PAR HABITANT (KG)



* Estimation

PRODUCTION PROVINCIALE

Il y a eu sept périodes en 2019, allant de la période A-154 (23 décembre 2018 au 16 février 2019) à la période A-160 (24 novembre 2019 au 18 janvier 2020). Les allocations nationales vs les allocations de base ont varié de 1,5 % à 3,5 % au-dessus de la base. Il s'agit de hausses plus modestes que lors des années précédentes, mais qui indiquent encore une croissance saine sur 12 mois. Les hausses ont été de 1,5 % durant les mois d'été, et de 2 % à 3,5 % pendant les périodes correspondant au début et à la fin de l'année.

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 297,6 Mkg de poulet en 2019. Cela représente une augmentation de 2,5 % (32,2 Mkg) par rapport à l'année précédente. La production en vertu de la Politique d'expansion du marché des Producteurs de poulet du Canada a été estimée à 40,5 Mkg, ce qui représente une hausse de 3,1 Mkg comparativement à 2018. Par ailleurs, 9,3 Mkg de poulet ont été produits dans le cadre du Programme de spécialité, une hausse de 0,6 Mkg par rapport à l'année précédente. Bien qu'elle représente encore seulement une petite portion de la production totale, la production associée au Programme de spécialité connaît une hausse constante depuis la mise en œuvre du programme en 2014.

Les augmentations de production ont été réparties également tout au long de l'année en 2019. Avril a été le seul mois où il y a eu une diminution de la production comparativement à l'an dernier en raison de la date de la fête de Pâques. Comparativement à l'année passée, la production a augmenté de 2,6 % pendant la première moitié de 2019 et de 2,4 % dans la deuxième. La production mensuelle a atteint son niveau le plus élevé de tous les temps en mai 2019 avec 112,4 Mkg, soit une hausse de 4,8 % par rapport à l'an dernier. De plus, la production en janvier, juin, août, octobre et novembre a dépassé les 110 Mkg.

PRIX À LA PRODUCTION

En 2019, la moyenne pondérée du prix vif qu'ont reçu les producteurs a été de 1,588 \$ par kilogramme, ce qui représente une hausse de 0,035 \$ par rapport à 2018. Au niveau national, c'est pendant la deuxième moitié de l'année que les prix vifs ont été les plus élevés, atteignant un sommet à 1,627 \$ durant la période A-159 (29 septembre 2019 au 23 novembre 2019). En revanche, c'est pendant les quatre premières périodes de 2019 que les prix vifs ont été les plus faibles, la période A-154 ayant affiché le plus faible prix à 1,556 \$.

Le prix de la moulée fait partie des principaux coûts des intrants associés à la production de poulet, et les fluctuations dans les prix du maïs, du soya et des autres grains se sont traduites par des changements au prix à la production. La saison de croissance a été difficile pratiquement partout en Amérique du Nord, ce qui a fait augmenter le prix des céréales fourragères et du soya et entraîné une hausse du prix à la production.

PRIX DE GROS

Express Markets Inc. (EMI), une compagnie de recherche des prix, fournit un indice des prix de gros pour quatre principales catégories de coupes de poulet : poitrines, ailes, cuisses et poulets entiers, ainsi qu'un indice composite du marché. En moyenne, l'indice composite du marché s'est établi à 3,60 \$/kg en 2019, baissant de 0,04 \$ par rapport à 2018. Tous les indices, à l'exception de l'indice cuisses, ont diminué en 2019. C'est l'indice poitrines qui a connu la baisse la plus considérable (0,22 \$), pour atteindre 5,48 \$/kg, tandis que les indices ailes et poulets entiers ont respectivement diminué de 0,13 \$ et de 0,01 \$ par rapport à l'année précédente. L'indice ailes et l'indice poulets entiers ont respectivement été en moyenne de 4,90 \$/kg et de 3,74 \$/kg en 2019. L'indice poitrines était très faible au début de l'année, mais a montré une amélioration considérable au printemps et s'est stabilisé plus tôt qu'à l'habitude, pour terminer l'année à environ 4,50 \$/kg. L'indice cuisses était 0,03 \$ plus élevé qu'en 2018 et s'est établi en moyenne à 2,49 \$/kg en 2019.

PRODUCTION PROVINCIALE DE POULET (000 KG ÉVISCÉRÉS)

PROVINCE	2019	2018	% VARIATION
Colombie-Britannique	187 140	186 058	0,6 %
Alberta	127 197	122 563	3,8 %
Saskatchewan	47 212	45 980	2,7 %
Manitoba	52 911	51 510	2,7 %
Ouest	414 460	406 111	2,1 %
Ontario	438 725	426 471	2,9 %
Québec	347 347	335 765	3,4 %
Centre	786 072	762 236	3,1 %
Nouveau-Brunswick	33 247	33 586	-1,0 %
Nouvelle-Écosse	42 726	42 563	0,4 %
Île-du-Prince-Édouard	4 428	4 505	-1,7 %
Terre-Neuve-et-Labrador	16 693	16 413	1,7 %
Atlantique	97 093	97 066	0,0 %
CANADA	1 297 625	1 265 414	2,5 %

CROISSANCE DE L'ALLOCATION AU-DESSUS DE LA BASE*

PROVINCE	ALLOCATION DE BASE (MKG)	ALLOCATION NATIONALE (MKG)	% DE CROISSANCE AU-DESSUS DE LA BASE
Colombie-Britannique	179,4	183,0	2,0 %
Alberta	128,0	131,8	3,0 %
Saskatchewan	45,3	46,0	1,6 %
Manitoba	52,5	53,4	1,8 %
Ontario	440,9	453,5	2,9 %
Québec	343,8	351,3	2,2 %
Nouveau-Brunswick	35,2	35,9	1,9 %
Nouvelle-Écosse	44,1	45,0	1,9 %
Île-du-Prince-Édouard	4,7	4,8	2,3 %
Terre-Neuve-et-Labrador	17,4	17,7	1,8 %
CANADA	1 291,4	1 322,6	2,4 %

* Périodes A-154 à A-160

PRIX DE DÉTAIL

Selon Statistique Canada, le prix de détail moyen du poulet en 2019 était de 7,44 \$/kg, soit 0,05 \$ de plus (+0,7 %) que le prix rapporté en 2018. Les prix ont diminué durant les trois premiers mois de l'année, mais ont connu une augmentation stable au printemps et à l'été. Ils ont ensuite connu des baisses significatives vers la fin de l'année.

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 a été de 11,97 \$/kg, soit 0,16 \$ (1,3 %) de moins qu'en 2018. Simultanément, 500 grammes de bacon ont coûté un impressionnant 7,12 \$ aux consommateurs canadiens, ce qui représente une hausse de 0,23 \$ (3,4 %) vs 2018.

Les prix au détail du bœuf ont généralement affiché une hausse pour les coupes haut de gamme comme le bifteck de surlonge et la côte, mais ont diminué pour les coupes moins chères comme le bifteck de ronde, la palette et le bœuf haché. La côte, soit la coupe la plus chère parmi celles faisant l'objet d'une surveillance par Statistique Canada, a coûté en moyenne 32,65 \$/kg en 2019, soit 2,04 \$ (6,7 %) de plus qu'en 2018. Le bœuf haché, qui est la coupe de bœuf la plus abordable parmi celles rapportées, s'est vendu 11,41 \$/kg, c'est-à-dire 0,62 \$ (5,2 %) moins cher que l'année précédente.

En 2019, l'indice des prix à la consommation (IPC) pour le poulet frais et congelé a été en moyenne de 164,5, une hausse de 4,8 points par rapport à 2018. L'IPC de toutes les viandes, à l'exception du porc, a connu une hausse significative en 2019. L'IPC du bœuf a augmenté de 6,3 points et celui du porc, de 0,9 point, portant l'indice moyen annuel à 184,3 et 142,3, respectivement.

IMPORTATIONS

Administré par Affaires mondiales Canada (AMC), le contingent tarifaire (CT) pour 2019 a été établi à 94,6 Mkg, avec une retenue de 0,6 Mkg, donnant un volume total de 94,0 Mkg. En 2019, le volume réel des importations en vertu du CT a atteint 91,7 Mkg.

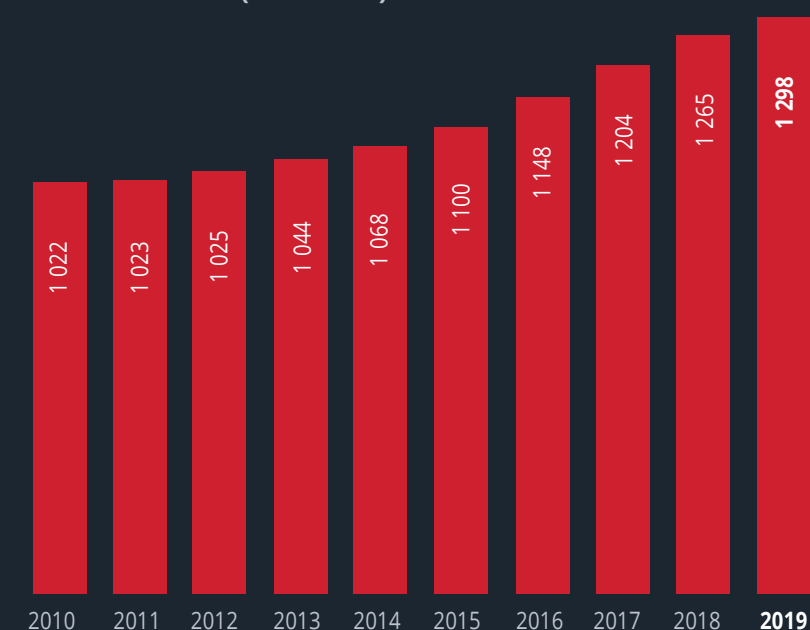
Les morceaux de poulet désossé représentaient 43 % du volume total importé en 2019, tandis que les morceaux de poulet non désossé représentaient 36 %. Pour sa part, le poulet transformé comptait pour 21 % du volume total, tandis que le poulet vif et le poulet entier éviscéré représentaient des volumes marginaux.

Comme par les années passées, les importations de poulet des États-Unis (53,1 Mkg) représentaient la majeure partie (58 %) des importations visées par les CT, bien que leur part des importations ait été plus faible qu'auparavant. Le Brésil est le deuxième exportateur de poulet en importance pour le Canada, suivi de la Thaïlande; ces deux pays ont respectivement exporté 17,2 Mkg et 11,8 Mkg au Canada. Les importations en provenance de l'Europe ont augmenté au cours des dernières années. En 2019, les importations issues de la Hongrie, de l'Allemagne et de la Grande-Bretagne se sont élevées à 4,9 Mkg, 2,8 Mkg et 1,1 Mkg, respectivement, représentant globalement 10 % des importations totales. Le Canada a également importé de petites quantités du Chili, d'Israël et de l'Argentine.

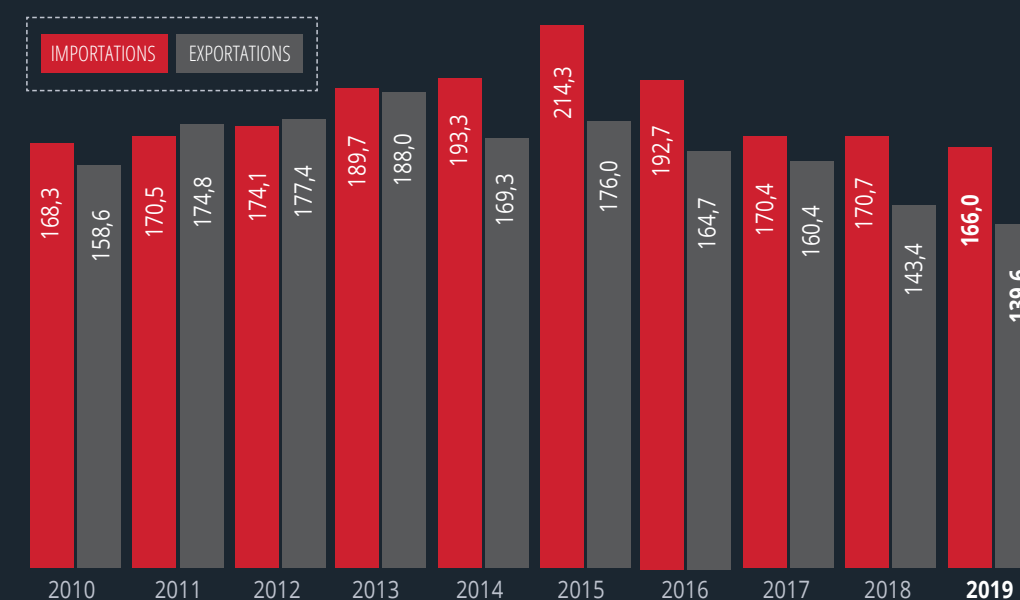
AMC a pour mandat d'administrer et de surveiller le Programme d'importation pour réexportation (PIR). Ce programme permet à l'industrie de la surtransformation d'importer du poulet en franchise de droits pourvu que ce dernier soit surtransformé et que le produit soit ensuite exporté. En 2019, 19,6 Mkg de poulet ont été importés en vertu du PIR, ce qui représente une faible diminution par rapport à 2018.

L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) 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. Les volumes importés en vertu du PED ont atteint leur sommet en 2015 avec 96,3 Mkg. Depuis, ils diminuent de manière constante. En 2019, les volumes associés au PED ont été de 25,2 Mkg, une baisse de 16,7 Mkg (40 %) comparativement à 2018, et de 71,1 Mkg (74 %) par rapport à 2015.

PRODUCTION ANNUELLE (MKG ÉVIS.)



IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS DE POULET CANADIEN (MKG, AAC)



Les importations de poule de réforme ont atteint 88,3 Mkg en 2019, une hausse de 5,5 Mkg (6,6 %) par rapport à 2018. Les importations d'oiseaux entiers ont augmenté considérablement, passant de 0,2 Mkg en 2018 à 2,9 Mkg en 2019, et les importations de morceaux de poulet non désossé (devants) se sont accrues de 6,1 Mkg, passant à 30,3 Mkg. Les importations de poitrines désossées ont connu une faible baisse de 0,3 Mkg pour s'établir à 17,9 Mkg, et les importations de produits surtransformés ont chuté de 1 Mkg pour atteindre 2,5 Mkg.

EXPORTATIONS

Les données d'Agriculture et Agroalimentaire Canada montrent que 139,6 Mkg de poulet a été exporté en 2019, ce qui représente une baisse de 3,7 Mkg (-2,6 %) par rapport à 2017. La plus grande baisse de volume a été observée pour les morceaux désossés exportés en vertu du Chapitre 16, avec 5,2 Mkg (15,4 %) de moins qu'en 2018. Les exportations de morceaux de poulet frais et congelés ont augmenté en 2019, les cuisses et les quarts de cuisse ayant connu une augmentation de 2,2 Mkg (9,4 %), et les poitrines désossées, une croissance de 2,2 Mkg (40,3 %). Les États-Unis sont demeurés la plus importante destination pour les exportations en 2019, mais le Canada expédie également du poulet aux Philippines, à Taiwan, à Hong Kong, à Cuba, en Jamaïque, au Congo, au Ghana, en Afrique du Sud, au Bénin, au Gabon et dans plusieurs autres pays.

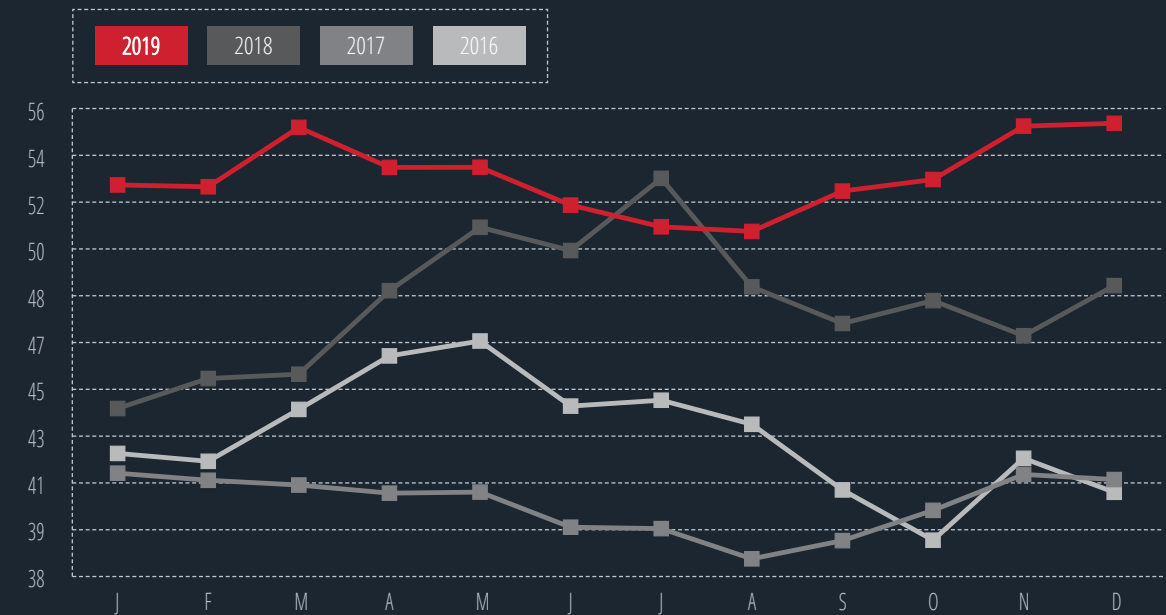
STOCKS EN ENTREPÔT

Les volumes de stocks de produits congelés totaux en entrepôt étaient de 53,1 Mkg au début de 2019. Ils ont terminé l'année 3,2 Mkg plus bas, à 56,2 Mkg. La majorité de la hausse est attribuable à la catégorie « morceaux », où des hausses de 2,8 Mkg et de 1,2 Mkg dans les sous-catégories « poitrines » et « ailes » ont été en partie compensées par des diminutions dans les sous-catégories « cuisses » et « autres » (-0,6 Mkg et -1,0 Mkg). Les stocks de la catégorie « divers » ont augmenté de 0,9 Mkg, tandis que ceux de produits de poulet surtransformés sont demeurés stables. D'un point de vue provincial, la majorité de l'augmentation a été observée en Ontario, qui a enregistré une hausse de 2,6 Mkg des stocks en décembre 2019 par rapport à 2018, mais la Colombie-Britannique et l'Alberta ont également connu une augmentation des stocks de produits gelés. Les stocks ont diminué dans toutes les autres provinces.

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 2019 s'est élevé à 99,7 Mkg (en poids vif), soit à 5,5 Mkg plus de qu'en 2018. La majorité des MIP se font vers le Nouveau-Brunswick, qui a enregistré un volume de 67,1 Mkg, c'est-à-dire 67 % de tous les MIP au Canada. Une grande portion des MIP est également attribuable au Québec, avec 22,6 Mkg qui sont entrés dans la province en 2019, soit 23 % des MIP totaux.

STOCKS EN ENTREPÔT (MKG)



APERÇU DE L'INDUSTRIE

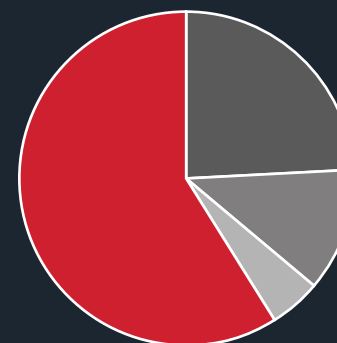
	C.-B.	AB	SK	MB	ON	QC	N.-B.	N.-É.	Î.-P.-É.	T.-N.-L.	TOTAL
Nombre de producteurs	308	253	68	122	1274	655	38	89	8	6	2 821
Taille moyenne de l'exploitation (000 kg poids vif)	827	682	945	590	465	720	1 190	653	753	3 785	624
Usines inspectées par le gouvernement fédéral	9	4	2	2	12	7	2	1	0	1	40
Usines inspectées par le gouvernement provincial	17	62	1	3	33	5	1	9	6	5	142
Prix moyen à la production (\$/kg poids vif)	1,666	1,627	1,610	1,620	1,550	1,558	1,642	1,646	-	-	1,588

MOUVEMENT INTERPROVINCIAL DES POULETS VIVANT (EN KG POIDS VIFS)

À

	N.-B.	N.-É.	ON	QC	MB	SK	TOTAL
N.-É.	18 644 394	-	-	-	-	-	18 644 394
Î.-P.-É.	1 055 842	4 931 398	-	-	-	-	5 987 240
QC	47 397 923	-	3 957 204	-	-	-	51 355 127
ON	-	-	-	22 619 477	-	-	22 619 477
SK	-	-	-	-	2 005	-	2 005
AB	-	-	-	-	-	1 118 331	1 118 331
TOTAL DE	67 098 159	4 931 398	3 957 204	22 619 477	2 005	1 118 331	99 726 574

ESTIMATION DU NIVEAU DE CONSOMMATION DE POULET POUR LES DIVERS SECTEURS DU MARCHÉ (2018)



Détail 59 %
Restauration rapide 24 %
Restauration service complet 12 %
Hôtels et établissements 5 %

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

SUIVI ET APPLICATION

Suivi et application

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) sont chargés d'appliquer une politique nationale efficace de suivi et d'application pour veiller à ce que les activités de commercialisation du poulet se fassent de manière ordonnée.

AUDIT 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 2019, le personnel et les auditeurs externes des Producteurs de poulet du Canada ont mené des audits auprès des offices provinciaux de commercialisation du poulet afin d'établir leur conformité aux politiques et règlements pour les périodes A-150 à A-153, qui vont du 13 mai au 22 décembre 2018, et ont procédé à l'audit des périodes A-154 à A-159, couvrant la période du 23 décembre 2018 au 3 août 2019, audits qui seront complétés en février 2020.

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-150 à A-159.

Le rapport d'audit pour les périodes A-150 à A-153 a été présenté au conseil d'administration en juin 2019 alors que celui des périodes A-154 à A-159 devrait être présenté aux administrateurs en mars 2020.

IMPOSITION DE REDEVANCES EN RAISON D'UNE COMMERCIALISATION À OUTRANCE

Les impositions suivantes ont été présentées et approuvées par le conseil d'administration en 2019 :

PÉRIODE D'AUDIT	OFFICE PROVINCIAL	REDEVANCES IMPOSÉES
A-152/A-153	Alberta	66 003 \$
A-152/A-153	Ontario	133 113 \$
A-152/A-153	Nouvelle-Écosse	72 062 \$
A-152/A-153	Colombie-Britannique	204 519 \$

Les montants ci-dessus ont été réglés en totalité.

EXPANSION DU MARCHÉ

Les redevances suivantes d'expansion du marché ont été imposées à trois transformateurs primaires pour la commercialisation de produits reçus autrement que conformément à la Politique d'expansion du marché et aux conditions du permis qu'ils détiennent :

PÉRIODE DE CONTINGENT	REDEVANCES IMPOSÉES	ÉQUIVALENCE EN KG DE POIDS VIF	IMPOSITION
A-143	73 072 \$	73 072	Mars 2019
A-151	63 177 \$	63 177	Mai 2019
A-153	175 000 \$	175 000	Juin 2019

Les montants de redevances ci-dessus pour les périodes A-143 et A-151 ont été payés en totalité. En août 2019, les administrateurs des Producteurs de poulet du Canada ont convenu qu'un transformateur primaire réglerait ses redevances d'expansion du marché totalisant 175 000 \$ pour la période A-153 sur une période de trois ans avec intérêt.

PRODUCTION DE SPÉCIALITÉ

Aucune redevance n'a été imposée en 2019.

TRANSFERTS INTERPÉRIODIQUES DE CONTINGENTS

Aucun transfert interpériodique de contingents n'a eu lieu en 2019.



Les PPC sont chargés d'appliquer une politique nationale efficace de suivi et d'application pour veiller à ce que les activités de commercialisation du poulet se fassent de manière ordonnée.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ORGANISATION

Responsabilité sociale de l'organisation

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 d'une valeur de 50 000 \$ à la Banque d'alimentation d'Ottawa. Il s'agissait de la dixième année de ce programme couronné de succès, dans le cadre duquel des dons sont sollicités afin qu'un transformateur canadien offre des produits de poulet à la banque d'alimentation.

De plus, 5 600 \$ 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 55 600 \$ qui ont été remis en 2019. Ainsi, notre contribution totale à la Banque d'alimentation, depuis que nous sommes devenus partenaires et donateurs, a été à ce jour de plus de 600 000 \$!

Le personnel des Producteurs de poulet du Canada a également formé une équipe pour participer au 7^e « Défi annuel de tri d'aliments » de la Banque d'alimentation d'Ottawa. Cette compétition tenue en mai et qui permet de promouvoir le travail d'équipe oppose 56 équipes de 10 personnes dont les objectifs sont de pouvoir se vanter d'être les meilleurs trieurs et de recueillir des fonds pour la banque d'alimentation.

AUTRES CAUSES

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

10 000 \$ pour commanditer la Table pancanadienne de la relève agricole

5 500 \$ pour commanditer le congrès Advancing Women pour les femmes en agriculture

5 000 \$ pour commanditer la skieuse alpine canadienne Valérie Grenier

3 000 \$ pour l'événement « Lawn Summer Nights » pour la fibrose kystique

1 000 \$ pour le tournoi de golf au profit de Centraide



L'équipe au « Défi annuel de tri d'aliments » des Producteurs de poulet du Canada.



L'ÉQUIPE VERTE 2019

En 2019, l'Équipe verte des Producteurs de poulet du Canada a continué de remplir son mandat, qui consiste à minimiser l'impact environnemental du bureau, tout en mettant les membres du personnel au défi de s'engager activement à réduire leur propre empreinte environnementale.

L'Équipe verte a présenté le film *A Plastic Ocean* pendant deux pauses du midi consécutives, ce qui a mené à de nombreuses discussions et a même incité certains membres du personnel à changer leurs habitudes de vie. Parmi les changements visant à réduire les déchets, mentionnons le passage systématique à des ustensiles réutilisables. Des efforts ont également été déployés pour réduire la consommation de papier. Par exemple, les membres des comités du conseil d'administration ont été encouragés à utiliser la version électronique des cartables de réunions. De plus, le personnel reçoit maintenant des bulletins de paye électroniques.

Le personnel des Producteurs de poulet du Canada a participé à l'initiative Le Grand ménage de la capitale de la ville d'Ottawa, ramassant des déchets près du parc Bronson, situé le long de la rivière des Outaouais. De plus, malgré le froid, la pluie et les inondations en mai, les membres du personnel ont participé au mois Vélo boulot, réalisant collectivement près de deux mille kilomètres (1 954,62 km pour être exact) et empêchant ainsi la production de 566,83 kg de CO₂. Ils se sont fixé ce défi pour se rendre au travail, mais aussi simplement pour profiter des joies du cyclisme, et ce faisant, ils ont établi un nouveau record d'équipe.

L'Équipe verte aimerait remercier la direction des Producteurs de poulet du Canada pour son appui continu et souligner que si tous ces succès sont possibles, c'est grâce au profond engagement de nos collègues. L'Équipe est impatiente de continuer d'aider les Producteurs de poulet du Canada à poursuivre leur engagement envers la durabilité de l'environnement en 2020.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA PERSONNEL

Rencontrez l'équipe



L'ÉQUIPE DES PPC
DE GAUCHE À DROITE

DERNIER RANG

- Yves Ruel
- Lisa Riopelle
- Elyse Ferland
- Siobhan Morgulis
- Lisa Bishop-Spencer
- Nicole Faubert
- Jae Yung Chung
- Jessica Heyerhoff
- Jennifer Gardner
- Aline Porrior
- Kavita Walia
- Bibiane Rietveld
- Tara Molloy

PREMIER RANG

- Jan Rus
- Steve Leech
- Karen Ronayne
- Denis Nadeau
- Erin Callary
- Lauren Kennedy
- Marty Brett
- Christine Power
- Jolyn Laszczyk
- Michael Laliberté

Absents de la photo : Lori Piche, Maria Elena Baisas, Jeff Graham

ORGANIGRAMME DU PERSONNEL



En tant que voix nationale de tous les producteurs de poulet, les employés des Producteurs de poulet du Canada travaillent dans un milieu professionnel et amical pour offrir à nos 2 800 producteurs, et en leur nom, une variété de services à l'échelle du pays.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

CHANGEMENTS ET MISES À JOUR CONCERNANT LE PERSONNEL

♦
Nouvelles du bureau

DU NOUVEAU AU POULAILLER

En 2019, les personnes suivantes se sont jointes aux Producteurs de poulet du Canada aux titres suivants :

Judith Cormier

Coordonnatrice de la traduction
et du bureau
Le 30 janvier

Shaun Malley

Concepteur principal du contenu créatif
Le 18 mars

Kavita Walia

Agente de la salubrité des aliments et
auditrice interne
Le 22 juillet

Siobhan Morgulis

Coordonnatrice de la traduction
et du bureau (temporaire)
Le 27 août

Cavan Duncan

Analyste des marchés
Le 7 octobre

Jeff Graham

Agent principal du contenu créatif
Le 29 octobre

LES DÉPARTS DU POULAILLER

Les personnes suivantes ont quitté les Producteurs de poulet du Canada en 2019 :

Caroline Wilson

Agente de la salubrité des aliments et
auditrice interne
Le 1^{er} février

Kyle Deslauriers

Analyste des marchés
Le 12 juillet

Shaun Malley

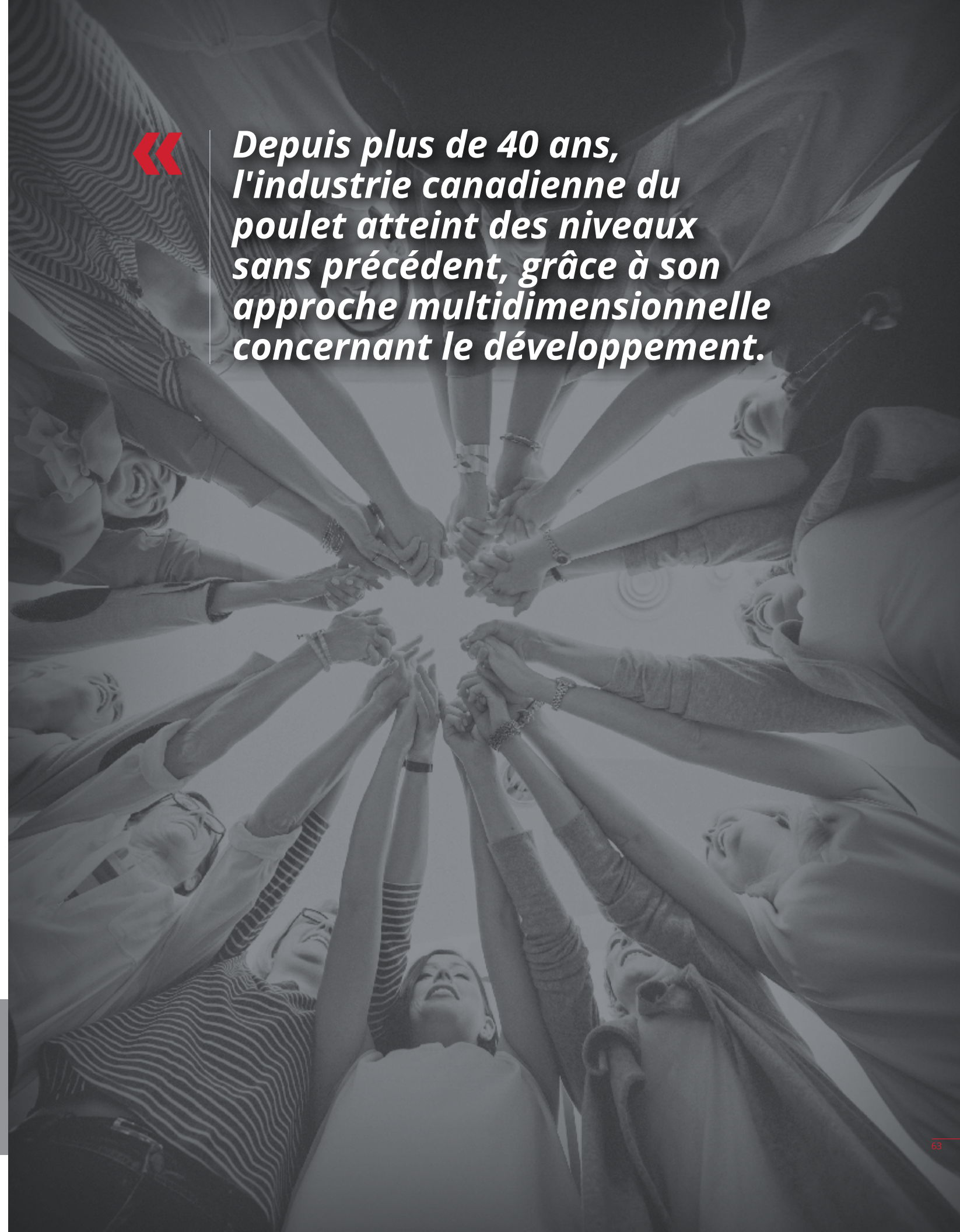
Concepteur principal du contenu créatif
Le 12 juillet

Cavan Duncan

Analyste des marchés
Le 27 décembre



Depuis plus de 40 ans,
l'industrie canadienne du
poulet atteint des niveaux
sans précédent, grâce à son
approche multidimensionnelle
concernant le développement.



RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

AUX

MINISTRE D'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA

CONSEIL DES PRODUITS AGRICOLES DU CANADA

MEMBRES DES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

OPINION

Nous avons effectué l'audit des états financiers des Producteurs de poulet du Canada (PPC), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2019, 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 2019, ainsi que des 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 28 février 2020

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2019

	2019	2018
ACTIFS		
COURT TERME		
Encaisse	2 300 584 \$	2 125 610 \$
Placements à court terme (Note 2)	1 134 551	1 200 000
Débiteurs	1 850 119	1 544 148
Frais payés d'avance	114 609	113 005
	5 399 863	4 982 763
Placements à long terme (Note 2)	11 424 603	11 392 969
Immobilisations corporelles (Note 3)	310 503	196 205
	17 134 969 \$	16 571 937 \$
PASSIF ET SOLDES DES FONDS		
COURT TERME		
Créditeurs et frais courus	498 375 \$	383 051 \$
Portion à court terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4)	7 322	14 909
	505 697	397 960
Portion à long terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4)	-	6 487
	505 697	404 447
ENGAGEMENTS CONTRACTUELS (NOTE 5)		
SOLDES DES FONDS		
Affectation d'origine interne - Fonds de promotion	-	-
Affectation d'origine interne - Fonds de recherche	4 447 757	4 844 637
Non affecté - Fonds de fonctionnement	12 181 515	11 322 853
	16 629 272	16 167 490
	17 134 969 \$	16 571 937 \$

Au nom du conseil d'administration :

Barry Uytendaele,
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 2019

	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	2019	2018
Solde, début de l'exercice	- \$	4 844 637 \$	11 322 853 \$	16 167 490 \$	15 128 067 \$
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	(1 250 955)	(396 880)	2 109 617	461 782	1 039 423
Virement interfonds (Note 6)	1 250 955	-	(1 250 955)	-	-
Solde, fin de l'exercice	- \$	4 447 757 \$	12 181 515 \$	16 629 272 \$	16 167 490 \$

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION
DES SOLDES DES RÉSULTATS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2019

	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	2019	2018
PRODUITS					
Redevances et frais de service	- \$	- \$	9 535 403 \$	9 535 403 \$	9 109 424 \$
Intérêts	2 604	101 065	222 297	325 966	292 585
Redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés	786 946	-	-	786 946	714 534
Autres produits	-	-	6 762	6 762	6 380
	789 550	101 065	9 764 462	10 655 077	10 122 923
CHARGES					
Amortissement des immobilisations corporelles	-	-	72 388	72 388	65 430
Conseil de recherches avicoles du Canada	-	490 354	-	490 354	95 318
Comités	-	-	302 588	302 588	271 346
Communications	-	-	562 585	562 585	364 920
Responsibilités sociale de l'organisation	-	-	54 524	54 524	56 750
Administrateurs et représentants	-	-	1 422 751	1 422 751	1 356 693
Technologie de l'information	-	-	68 768	68 768	67 528
Perte sur disposition d'immobilisations corporelles	-	-	969	969	613
Cotisations	-	-	226 632	226 632	219 899
Frais de bureau	-	-	419 395	419 395	422 174
Frais professionnels	-	-	476 122	476 122	437 559
Activités de promotion	1 677 407	-	-	1 677 407	1 392 630
Salaires, avantages sociaux et déplacements	-	-	3 288 830	3 288 830	3 013 173
Études spéciales	363 098	45 000	640 105	1 048 203	1 021 975
Commerce	-	-	70 540	70 540	167 220
Traduction	-	-	151 103	151 103	123 884
	2 040 505	535 354	7 757 300	10 333 159	9 077 112
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges tirés des opérations	(1 250 955)	(434 289)	2 007 162	321 918	1 045 811
Augmentation (diminution) nette de la valeur des placements	-	37 409	102 455	139 864	(6 388)
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	(1 250 955) \$	(396 880) \$	2 109 617 \$	461 782 \$	1 039 423 \$

ÉTAT DES FLUX
DE TRÉSORERIE

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2019

	2019	2018
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement		
Excédent des produits sur les charges	461 782 \$	1 039 423 \$
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Amortissement des primes nettes liées aux placements	73 678	76 936
Amortissement des immobilisations corporelles	72 388	65 430
Amortissement des incitatifs reportés liés à des baux	(14 074)	(29 531)
Perte sur disposition d'immobilisations corporelles	969	613
Perte (gain) non réalisé sur placements	(139 864)	6 388
	454 879	1 159 259
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Débiteurs	(304 310)	70 769
Frais payés d'avance	(1 604)	(9 107)
Créditeurs et frais courus	113 663	(356 857)
	262 628	864 064
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement :		
Acquisitions de placements	(1 100 000)	(2 703 357)
Ventes de placements	1 200 000	3 017 000
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(187 654)	(53 005)
	(87 654)	260 638
Augmentation nette de la trésorerie	174 974	1 124 702
Encaisse, début de l'exercice	2 125 610	1 000 908
Encaisse, fin de l'exercice	2 300 584 \$	2 125 610 \$

NOTES COMPLÉMENTAIRES
AUX ÉTATS FINANCIERS

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019

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

	2019	2018
PLACEMENTS À COURT TERME		
Certificats de placements garantis (CPG)	200 000 \$	1 200 000 \$
Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation	934 551	-
	1 134 551 \$	1 200 000 \$
PLACEMENTS À LONG TERME		
Certificats de placements garantis (CPG)	2 117 000 \$	1 217 000 \$
Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation	9 307 603	10 175 969
	11 424 603 \$	11 392 969 \$

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 CPG seront réalisés à leur valeur nominale et les échéances s'échelonnent au cours des cinq prochaines années (2018 - six années). Les taux d'intérêt pour ces valeurs s'échelonnent de 1,7 % à 3,8 % (2018 - 1,7 % à 3,8 %).

3. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	2019		2018	
	Coût	Amortissement cumulé	Coût	Amortissement cumulé
Matériel de bureau	334 115 \$	294 823 \$	335 562 \$	284 593 \$
Équipement informatique	231 482	148 227	294 598	215 836
Améliorations locatives	590 382	402 426	436 319	369 845
	1 155 979 \$	845 476 \$	1 066 479 \$	870 274 \$
Valeur comptable nette		310 503 \$		196 205 \$

Au cours de l'année, les PPC ont capitalisé 154 063 \$ en améliorations locatives liées au nouveau bail commençant en juillet 2020. Ces améliorations ne seront amorties qu'au début du bail.

4. INCITATIFS REPORTÉS LIÉS À DES BAUX

Les PPC se sont engagés en 2010 dans un bail prenant 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.

	2019	2018
Solde au début de l'exercice	21 396 \$	50 927 \$
Montant imputé aux charges au cours de l'exercice	(14 074)	(29 531)
Solde à la fin de l'exercice	7 322	21 396
Portion à court terme	7 322	14 909
Portion à long terme	- \$	6 487 \$

5. ENGAGEMENTS CONTRACTUELS

Les PPC louent des locaux en vertu de baux venant à échéance en juin 2020 et juin 2035. 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 5 131 109 \$ et comprennent les versements suivants pour les cinq prochains exercices :

2020.....	1 263 546 \$
2021.....	385 460 \$
2022.....	764 022 \$
2023.....	1 152 504 \$
2024.....	1 565 576 \$

Engagements contractuels liés aux futures ententes hôtelières

Les PPC ont conclu plusieurs ententes hôtelières pour 2020 et 2021 pour lesquelles l'organisation serait assujettie à des frais d'annulation totalisant 288 124 \$.

6. VIREMENT INTERFONDS

Le conseil d'administration des PPC a approuvé un transfert de 1 250 955 \$ (2018 - 901 039 \$) 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 2019 s'élève à 146 637 \$ (2018 - 146 806 \$).