

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

---

---

# RAPPORT ANNUEL

---

~ 2021 ~



CHICKEN  
FARMERS  
OF CANADA

LES PRODUCTEURS  
DE POULET  
DU CANADA



WWW.PRODUCTEURSDEPOULET.CA  
WWW.POULET.CA  
WWW.PARLONSPOULET.CA

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

GRAPHISTE  
Karen Ronayne, LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

# TABLE DES MATIÈRES

|  |    |
|--|----|
| QUI SOMMES-NOUS? .....                                   | 2  |
| COMPTE RENDU DU PRÉSIDENT ET DIRECTEUR EXÉCUTIF .....    | 6  |
| CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS .....                | 10 |
| LE PLAN STRATÉGIQUE .....                                | 14 |
| RELATIONS GOUVERNEMENTALES ET AFFAIRES PUBLIQUES .....   | 16 |
| COLLABORATION .....                                      | 24 |
| ENTENTE OPÉRATIONNELLE ET ALLOCATION .....               | 28 |
| COMMERCE INTERNATIONAL ET IMPORTATIONS .....             | 34 |
| SALUBRITÉ DES ALIMENTS .....                             | 42 |
| SOINS AUX ANIMAUX, DURABILITÉ ET RECHERCHE AVICOLE ..... | 48 |
| IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATIONS .....                  | 56 |
| SURVEILLANCE DU MARCHÉ .....                             | 62 |
| SUIVI ET APPLICATION .....                               | 70 |
| RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ORGANISATION .....           | 74 |
| MISES À JOUR ET CHANGEMENTS DE PERSONNEL .....           | 78 |
| RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS .....          | 82 |

# QUI SOMMES-NOUS?

## QUI SOMMES-NOUS?

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES POULETS A ÉTÉ FONDÉ EN 1978, EN VERTU DE LA LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES, PAR UNE ENTENTE ENTRE LE GOUVERNEMENT FÉDÉRAL, LES MINISTRES DE L'AGRICULTURE PROVINCIAUX AINSI QUE LES PRODUCTEURS DE POULETS DES PROVINCES MEMBRES. PLUS TARD, EN 1997, L'OFFICE DEVIENT LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA. AUJOURD'HUI, L'ORGANISATION CONTINUE D'ÉCRIRE SA PROPRE HISTOIRE DE RÉUSSITE DU SECTEUR DE L'AGRICULTURE CANADIENNE, FRUIT DE TOUTES CES ANNÉES DE TRAVAIL.

## 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 2 823 producteurs produisent la bonne quantité de poulet frais, salubre et de grande qualité pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Le système dynamique de gestion des risques qui encadre nos activités est communément appelé la « gestion de l'offre ».

Ce système permet aux producteurs du pays d'adapter leur production à la demande canadienne. Grâce à ce système, les consommateurs sont assurés de se faire offrir des approvisionnements fiables de poulet frais de grande qualité, et ce, à un prix raisonnable. La gestion de l'offre favorise la santé et la durabilité du secteur, au sein duquel les producteurs peuvent réinvestir avec confiance dans leur communauté et leur entreprise.

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

Grâce à notre programme de relations 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

## 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.*



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.

Les Canadiens veulent du poulet canadien, et c'est pourquoi nous leur offrons un produit frais, élevé localement, exactement comme ils l'aiment. Nos producteurs sont une force stabilisatrice dans les régions rurales du Canada, en réinvestissant en toute confiance dans leur communauté. Mais leur contribution est bien plus vaste. En somme, nous faisons partie de la solution économique du Canada, et ce, sans aide au revenu, deux choses dont nous sommes extrêmement fiers.

Le secteur de la volaille au Canada apporte une précieuse contribution à l'économie des collectivités rurales et urbaines, d'un océan à l'autre. En plus de nos 2 837 producteurs de poulet et de nos 169 transformateurs, le secteur génère des emplois non seulement dans l'élevage et la transformation, mais aussi en soins vétérinaires, en transport, en commerce au détail, en restauration et bien plus encore.

Le secteur en chiffres :



LA POPULATION SE PRÉOCCUPE DES ALIMENTS QU'ELLE CONSOMME, VEUT SAVOIR D'OÙ ILS PROVIENNENT ET EXIGE QUE CE QU'ELLE SERT À SA TABLE SOIT DE LA PLUS HAUTE QUALITÉ : NOS PRODUCTEURS ET LEUR FAMILLE NE SONT PAS DIFFÉRENTS! AINSI, SI NOUS AFFIRMONS AVEC CONVICTON QUE L'INDUSTRIE DU POULET CANADIEN EST BONNE POUR LES CANADIENS, C'EST QUE NOUS SAVONS QUE NOUS ÉLEVONS NOS POULETS SELON LES PLUS HAUTES NORMES : LES VÔTRES.





# COMPTE RENDU DU PRÉSIDENT ET DIRECTEUR EXÉCUTIF



BENOÎT FONTAINE



MICHAEL LALIBERTÉ

TOUT AU LONG DE LA DERNIÈRE ANNÉE, UNE CHOSE EST APPARUE CLAIRE : NOUS DEVONS RACONTER NOTRE HISTOIRE. QUE CE SOIT AUX MEMBRES DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR, AU GOUVERNEMENT OU AUX CONSOMMATEURS, NOUS DEVONS RACONTER NOTRE HISTOIRE. CELA, NOUS LE SAVONS PARCE QUE MÊME SI NOUS N'EN AVONS QUE RACONTÉ QUE QUELQUES PANS, CES BOUTS DE NOTRE HISTOIRE QUE NOUS VIVONS RÉELLEMENT, NOUS AVONS SU BÂTIR LA CONFIANCE AVEC LES CONSOMMATEURS CANADIENS.

## NOS RÉCENTS SONDAGES NOUS RÉVÈLENT QUE :

- » 96 % des Canadiens font confiance aux producteurs canadiens.
- » 93 % des Canadiens préfèrent acheter des aliments canadiens.
- » 96 % des Canadiens font confiance aux normes de qualité des aliments provenant des fermes canadiennes.

Les producteurs de poulet canadiens ont travaillé fort pour gagner la confiance des Canadiens. L'histoire que nous avons racontée a été convaincante, mais nous devons continuer à la faire connaître et à la vivre – de différentes façons – pour rappeler aux gens qu'ils ont raison de nous faire confiance.

Pour la deuxième année consécutive, durant 2021, nous avons dû, en tant qu'exploitants agricoles, offices provinciaux et organisme national, travailler en collaboration plus étroite que jamais, et ce, même s'il a fallu maintenir une distance physique. Le conseil d'administration des PPC a travaillé sans relâche durant les deux dernières années, pour s'adapter rapidement à un environnement toujours changeant, et en se réunissant fréquemment pour déterminer la meilleure façon de composer avec les impacts de la pandémie sur notre système.

Malgré les obstacles auxquels nous avons été confrontés, nous avons continué à respecter nos priorités stratégiques. Malgré la pandémie, nous avons réussi, et dans certains cas nous avons connu le succès à cause de la pandémie.

Lorsque le PTPGP a été signé en 2018, les PPC ont lancé une longue campagne pour obtenir le soutien total et équitable promis par le gouvernement. Enfin, des programmes d'investissement pour les secteurs canadiens de la volaille et des œufs ont été mis en place et, comme vous le savez, nous sommes maintenant déterminés à obtenir le même intérêt pour l'ACEUM, et pressons les représentants du gouvernement d'évaluer de nouveaux programmes de soutien.

À l'heure actuelle, le Programme d'investissement à la ferme pour la volaille et les œufs (PIFVO) fournit 347,3 millions de dollars aux producteurs de poulet sur les 10 prochaines années pour compenser les investissements admissibles effectués dans leurs exploitations. Les producteurs de poulet doivent s'inscrire à ce programme pour accéder à son financement. Nul n'est tenu de demander un financement immédiatement, mais nous devons tous nous inscrire.

Mentionnons aussi la politique d'expansion du marché du dindon et du poulet, qui contribuera à renforcer l'engagement des consommateurs dans ces secteurs et continuera de promouvoir

les produits canadiens auprès de la population canadienne. Le programme favorisera une hausse de la demande intérieure et de la consommation de produits canadiens à base de dindon et de poulet au moyen d'activités promotionnelles dirigées par l'industrie, qui permettront de différencier les produits et les producteurs canadiens et de tirer le meilleur parti de la réputation du Canada en matière de salubrité et de qualité des aliments.

LES PRODUCTEURS DE POULET CANADIENS ONT TRAVAILLÉ FORT POUR GAGNER LA CONFIANCE DES CANADIENS. L'HISTOIRE QUE NOUS AVONS RACONTÉE A ÉTÉ CONVAINCANTE, MAIS NOUS DEVONS CONTINUER À LA FAIRE CONNAÎTRE ET À LA VIVRE – DE DIFFÉRENTES FAÇONS – POUR RAPPELER AUX GENS QU'ILS ONT RAISON DE NOUS FAIRE CONFIANCE.

Les plus belles histoires de réussite au monde sont le fruit d'un travail de génération en génération, chacune y contribuant, se l'appropriant, écrivant ses propres chapitres, en améliorant les choses et en les rendant meilleures pour les générations à venir.

Il en va de même pour la question de l'environnement.

Depuis longtemps, nous tâchons de réduire notre empreinte environnementale. Au cours des 40 dernières années, nous avons réduit notre bilan de carbone de 37 %. Nous avons réduit la



consommation d'eau de 45 %. Et par rapport à l'ensemble de l'Amérique du Nord, l'empreinte environnementale de notre secteur est la plus petite.

Nous célébrons cette réussite... et devons la faire connaître avec plus de conviction encore. Or, il faut aussi penser à l'avenir. L'adage dit que nous n'héritons pas de la terre de nos ancêtres; nous l'empruntons à nos enfants.

Nous devons tenir compte du fait que les protéines d'origine végétale et les enjeux environnementaux qui s'y rattachent résonnent de plus en plus auprès des consommateurs. Nous surpassons ces aliments sur le plan nutritionnel – cela ne fait aucun doute. Mais où nous situons-nous sur le plan de l'environnement? Comment nous distinguerons-nous à l'avenir, alors que la conscience collective du monde passe de la lutte contre le passé à la construction du présent?

Le fait est que nous ne pouvons pas nous reposer sur nos lauriers. Les consommateurs ne lâcheront pas le morceau. Le gouvernement, qui a fait de l'environnement une priorité essentielle pour l'avenir, ne le fera pas non plus. Et cela sera vrai pour tout gouvernement au pouvoir. Le problème est trop important pour l'ignorer.

Une bonne histoire est une histoire empreinte de vivacité. Et la vivacité a été une force du secteur canadien du poulet, particulièrement en ce qui a trait aux allocations.

Tout bien considéré, nous avons bien composé avec l'année 2020. Lorsque la COVID a frappé, tout notre secteur a travaillé d'arrache-pied pour adapter les niveaux de production afin que nous puissions répondre aux fluctuations de notre secteur. En 2021, notre situation s'est considérablement améliorée. Nos allocations ont augmenté, notre production a augmenté, notre demande a augmenté. Nos chiffres de production ont augmenté de 3,6 % par rapport aux chiffres de 2020, mais pour un portrait plus réaliste, ils se situent à environ 1,6 % au-dessus des niveaux de 2019.



BENOÎT FONTAINE  
Président



MICHAEL LALIBERTÉ  
Directeur Exécutif

Comme secteur, nous avons la responsabilité d'établir des allocations qui répondent aux besoins des Canadiens – des allocations que nous sommes en mesure de respecter de façon transparente, qui sont réalistes et qui donnent vraiment des résultats. En matière de production, nous estimons que nous sommes de retour aux niveaux de 2019, le Canadien consommant en moyenne 35 kg par année, ce qui consolide notre position de protéine préférée du Canada.

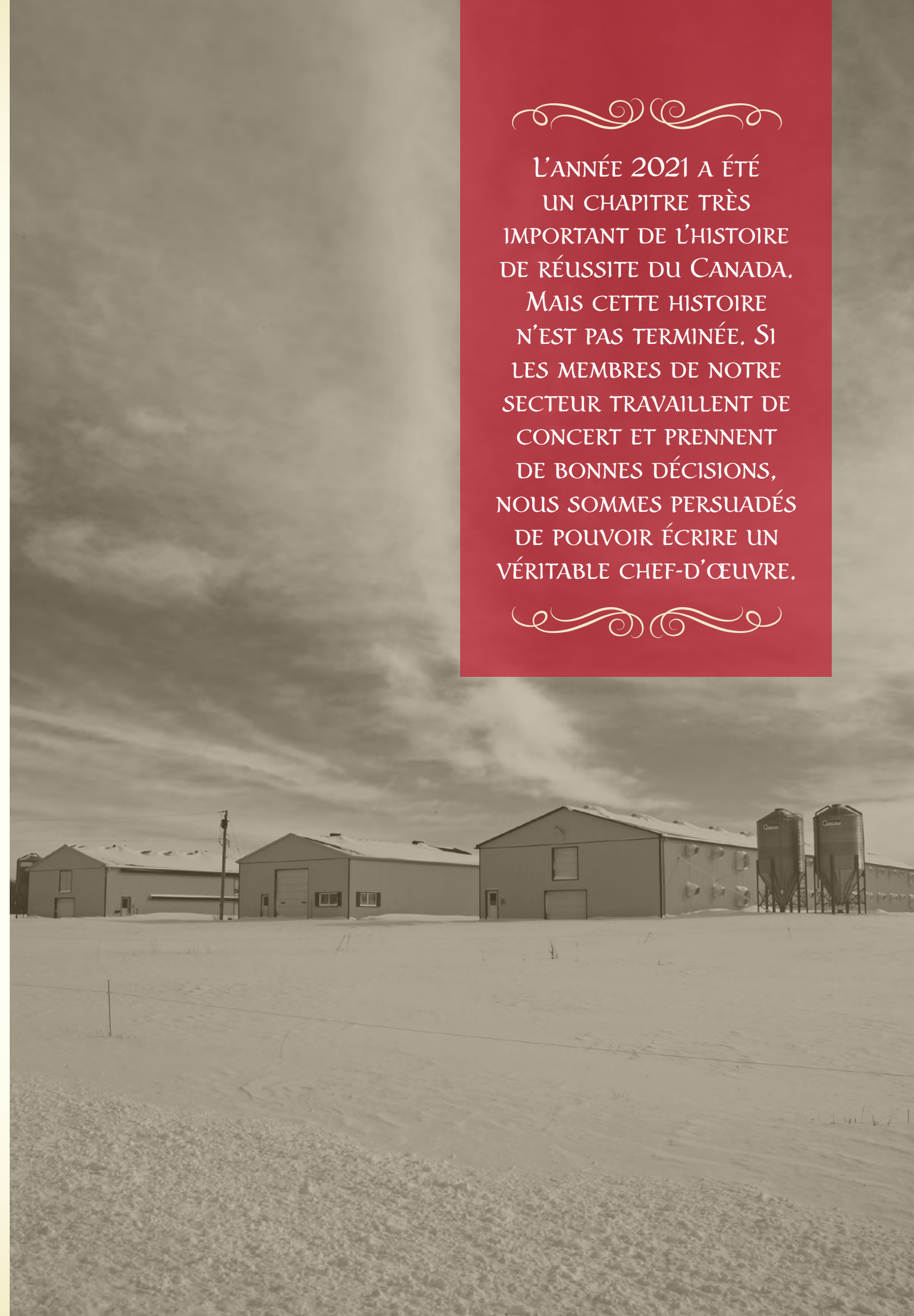
L'année 2021 a été un chapitre très important de l'histoire de réussite du Canada. Mais cette histoire n'est pas terminée. Si les membres de notre secteur travaillent de concert et prennent de bonnes décisions, nous sommes persuadés de pouvoir écrire un véritable chef-d'œuvre.

Nous tenons à remercier la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, Mme. Bibeau, de nous avoir aidés à faire en sorte que les éleveurs de volaille soient reconnus pour leur contribution importante à l'économie canadienne. Nous continuerons de travailler avec les fonctionnaires pour trouver un moyen d'élaborer des politiques qui auront des retombées positives sur les agriculteurs en répondant à leurs besoins particuliers.

Tout au long de 2021, les administrateurs des PPC ont fait preuve de fermeté pour défendre leurs intérêts et ont régulièrement démontré leur engagement envers le secteur canadien du poulet. À maintes reprises, les PPC ont su rajuster le tir grâce à un travail solide effectué par le conseil d'administration, soutenu par les efforts des comités et par notre personnel dévoué. Nous tenons justement à remercier tous les comités des PPC qui appuient le conseil d'administration dans l'exercice de ses responsabilités.

L'industrie canadienne du poulet devrait être fière de pouvoir compter sur des personnes aussi dévouées et désireuses d'appuyer notre secteur.

L'ANNÉE 2021 A ÉTÉ  
UN CHAPITRE TRÈS  
IMPORTANT DE L'HISTOIRE  
DE RÉUSSITE DU CANADA.  
MAIS CETTE HISTOIRE  
N'EST PAS TERMINÉE. SI  
LES MEMBRES DE NOTRE  
SECTEUR TRAVAILLENT DE  
CONCERT ET PRENNENT  
DE BONNES DÉCISIONS,  
NOUS SOMMES PERSUADÉS  
DE POUVOIR ÉCRIRE UN  
VÉRITABLE CHEF-D'ŒUVRE.





# CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE 14 MEMBRES, FORMÉ DE PRODUCTEURS ET D'AUTRES INTERVENANTS DE L'INDUSTRIE DU POULET, QUI ASSURE LE LEADERSHIP STRATÉGIQUE ET LA RÉALISATION DE LA MISSION DES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA A VOTÉ COMME SUIT :

PENDANT PRÈS DE 40 ANS,  
L'INDUSTRIE CANADIENNE  
DU POULET A ATTEINT DES  
NIVEAUX SANS PRÉCÉDENT,  
GRÂCE À SON APPROCHE  
MULTIDIMENSIONNELLE  
CONCERNANT LE  
DÉVELOPPEMENT.

## DE GAUCHE À DROIT :

Kerry Towle (Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) : Transformation primaire du poulet (TPP))  
Don Kilimnik (CCTOV : Secteur des surtransformateurs de volailles)  
Yvan Brodeur (CCTOV : TPP)  
Barry Uyterlinde (Île du Prince-Édouard)  
François Cloutier (Québec)  
Derek Janzen (Colombie-Britannique)  
Dennis Steinwand (Alberta)  
Paul Dunphy (Terre-Neuve-et-Labrador)  
Marc Cormier (Nouveau-Brunswick)  
Tim Klompmaker (Ontario)  
Paolo DiManno (Restaurants Canada)  
Nick Langelaar (Saskatchewan)  
Nick de Graaf (Nouvelle-Écosse)  
Ted Froese (Manitoba)





## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président: Benoît Fontaine (Québec)

Derek Janzen (Colombie-Britannique)

Dennis Steinwand (Alberta)

Nick Langelaar (Saskatchewan)

Ted Froese (Manitoba)

Tim Klompaker (Ontario)

François Cloutier (Québec)

Marc Cormier (Nouveau-Brunswick)

Nick de Graaf (Nouvelle-Écosse)

Barry Uytterlinde (Île du Prince-Édouard)

Paul Dunphy (Terre-Neuve-et-Labrador)

Yvan Brodeur (Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) : Transformation primaire du poulet (TPP))

Kerry Towle (CCTOV : TPP)

Don Kilimnik (CCTOV : Secteur des surtransformateurs de volailles)

Paolo DiManno (Restaurants Canada)

## COMITÉS

### COMITÉ EXÉCUTIF

Président – Benoît Fontaine

Premier vice-président – Nick de Graaf

Deuxième vice-président – Tim Klompaker

Membre de l'exécutif – Derek Janzen

### COMITÉ DES FINANCES

Président – Barry Uytterlinde

Nick Langelaar

Dennis Steinwand

### COMITÉ DES POLITIQUES

Président – Tim Klompaker

Yvan Brodeur

Marc Cormier

François Cloutier

Derek Janzen

### COMITÉ SUR LA GOUVERNANCE

Président – Dennis Steinwand

Don Kilimnik

Tim Klompaker

### COMITÉ DE PRODUCTION

Président – Nick de Graaf

Luce Bélanger (remplaçante, Québec)

Rick Kaptein (remplaçant, Ontario)

Lucy McKee (remplaçante, CCTOV : TPP)

Rob Van Diemen (remplaçant, Alberta)

Marco Volpé (remplaçant, N.-B.)

### COMITÉ DES RELATIONS AVEC LES CONSOMMATEURS

Président – Paolo DiManno

Ted Froese

Ron teStroete (remplaçant, N.-É.)

### REPRÉSENTANTS DES PPC AUX SEINS D'AUTRES ORGANISATIONS

**Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) :**

Nick Langelaar

**Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) :**

Ray Nickel (remplaçant, C.-B.)

**Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE) :** Nick de Graaf

**Conseil national de la santé et du bien-être des animaux d'élevage (CNSBAE) :** Marco Volpé

LES PRODUCTEURS DE  
POULET DU CANADA SONT  
RESPONSABLES D'ASSURER QUE  
LEURS 2 823 PRODUCTEURS  
PRODUISENT LA BONNE  
QUANTITÉ DE POULET FRAIS,  
SAIN ET DE HAUTE QUALITÉ.





# LE PLAN STRATÉGIQUE



## PRIORITÉS ET LIVRABLES 2021



- 1  
CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

---

- 2  
COLLABORATION

---

- 3  
SYSTÈME DE GESTION DE L'OFFRE

---

- 4  
DÉVELOPPEMENT DURABLE

---

- 5  
CONSOMMATION



RELATIONS  
GOUVERNE-  
MENTALES ET  
AFFAIRES  
PUBLIQUES



# RELATIONS GOUVERNEMENTALES ET AFFAIRES PUBLIQUES

## BUDGET FÉDÉRAL 2021

LE 19 AVRIL A ÉTÉ DÉPOSÉ LE BUDGET FÉDÉRAL 2021, LE PREMIER DEPUIS DEUX ANS.

Pour le secteur de l'agriculture, ce budget comporte de nombreux éléments d'intérêt. Non seulement les producteurs assujettis à la gestion de l'offre reçoivent une compensation en vertu de l'Accord économique et commercial global (AECG) et de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), mais le budget contient également le plan du Canada pour les transformateurs de produits laitiers, de volaille et d'œufs, qui prévoit 292,5 millions de dollars en soutien de l'AECG et du PTPGP. De plus, il stipule que le gouvernement du Canada s'engage « à assurer une indemnisation juste et complète à l'égard du nouvel ALENA ».

Le budget 2021 aborde également la résistance aux antimicrobiens (RAM), avec l'octroi de 28,6 millions de dollars sur cinq ans à l'Agence de santé publique du Canada, à Santé Canada et à l'Agence canadienne d'inspection des aliments afin de prévenir l'utilisation inappropriée d'antimicrobiens et d'accroître la surveillance de la RAM au Canada.

Enfin, dans son budget, le gouvernement annonce son intention de restituer une partie du produit du prix de la pollution directement aux agriculteurs des administrations assujetties au filet de sécurité (actuellement l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba et l'Ontario), en plus d'un investissement immédiat de 200 millions de dollars sur deux ans pour l'action climatique à la ferme dans le cadre du programme Solutions agricoles pour le climat, ainsi que 10 millions de dollars sur deux ans du Programme des technologies propres en agriculture visant à alimenter les fermes avec de l'énergie propre.

## JOURNÉES DE LOBBYING PRINTANIÈRES

Les domaines d'intérêt dans le budget fédéral reflètent bien nos messages clés lors de nos rencontres des journées de lobbying. Quelques jours seulement après que le budget ait été présenté, les PPC ont organisé des journées de lobbying printanières, en ligne encore cette année en raison de la pandémie. Ces journées de lobbying se sont déroulées sur deux jours, au cours desquels les administrateurs et le personnel des offices provinciaux ont rencontré des dizaines de décideurs, dont des premiers ministres, des sénateurs et des fonctionnaires. Notre initiative annuelle de lobbying fait partie intégrante de la promotion des PPC, et porte généralement sur des enjeux cruciaux en matière de commerce, de mesures d'atténuation, de sécurité alimentaire et de volaille de réforme.

LE 19 AVRIL A ÉTÉ DÉPOSÉ LE  
BUDGET FÉDÉRAL 2021, LE  
PREMIER DEPUIS DEUX ANS.



## NATATION CANADA

Misant sur leur collaboration avec leur partenaire de longue date, Natation Canada, les PPC ont continué de promouvoir et d'élargir leurs occasions de partenariat, axées particulièrement cette année sur les Jeux olympiques de 2021.

Forts de notre statut de protéine officielle de Natation Canada et de l'équipe canadienne de natation, nous sommes en mesure, en vertu de ce partenariat, non seulement de soutenir directement les nageurs, mais aussi de forger un lien identitaire du consommateur pour le poulet frais canadien comme choix sensé pour un style de vie sain. Après tout, le poulet contribue aux performances des athlètes!

Les nageurs canadiens ont obtenu d'excellents résultats, aussi bien aux Jeux olympiques que paralympiques, avec une récolte de 14 médailles pour ces deux grands rassemblements! Les producteurs de poulet canadien étaient tous derrière les athlètes, en mode virtuel, à l'occasion d'événements de visionnement, de causeries au coin du feu et d'épreuves en direct, et ce, malgré les défis que comportait le décalage horaire. Ces initiatives ont fait connaître trois nouveaux « copains nageurs » pour Tokyo 2021 et inclus la création d'une campagne publicitaire olympique qui a été présentée tout au long des Jeux.

## JEUNES AGRICULTEURS

Le programme des jeunes producteurs (PJP) des PPC encourage et soutient de jeunes producteurs de poulet canadiens en leur donnant les outils et la formation nécessaires pour poursuivre la croissance de l'industrie, dans l'objectif à long terme qu'ils jouent un rôle plus important encore dans la promotion de la production de poulet au Canada.

Les jeunes producteurs de fermes de partout au pays participent au PJP afin d'acquérir une expérience inestimable, qui facilitera leur entrée dans l'industrie du poulet et renforcera les valeurs intemporelles qui définissent les régions rurales du Canada.

En 2021, nous avons dû adapter le programme des jeunes producteurs des PPC une fois de plus et conservé la plupart des activités en mode virtuel. Nos jeunes producteurs ont tout de même pu participer à des tables rondes avec le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, faire connaissance avec le conseil canadien de la jeunesse agricole et rencontrer les premiers ministres et des sénateurs à l'occasion des journées de lobbying. Nous sommes impatients de poursuivre notre travail avec ces jeunes leaders!

LES JEUNES PRODUCTEURS  
DE FERMES DE PARTOUT AU  
PAYS PARTICIPENT AU PJP AFIN  
D'ACQUÉRIR UNE EXPÉRIENCE  
INESTIMABLE, QUI FACILITERA  
LEUR ENTRÉE DANS L'INDUSTRIE  
DU POULET ET RENFORCERA  
LES VALEURS INTEMPORELLES  
QUI DÉFINISSENT LES RÉGIONS  
RURALES DU CANADA.



## ÉLECTION 2021

À l'approche des élections fédérales 2021, les Producteurs de poulet du Canada ont réalisé un sondage auprès des Canadiens afin de connaître leur appui au secteur du poulet canadien ainsi que leurs intentions de vote. À la lumière des résultats de ce sondage, nous avons pu créer des publicités ciblées ainsi qu'une campagne visant à réitérer que les Canadiens veulent des aliments canadiens et à démontrer qu'ils soutiennent les producteurs.

Le sondage a révélé que la population canadienne soutient les producteurs en matière de politiques :

### 82 %

DES CANADIENS SOUHAITENT QUE LE GOUVERNEMENT AGISSE CONTRE LE MAUVAIS ÉTIQUETAGE DES POULETS À GRILLER EN PROVENANCE DES ÉTATS-UNIS.

LA VIANDE DE POULET EST FRAUDULEUSEMENT DÉCLARÉE COMME ÉTANT DE LA VOLAILLE DE RÉFORME DANS LE BUT DE CONTOURNER LES CONTRÔLES À L'IMPORTATION ET EN CE SENS, LE SECTEUR DU POULET COMME LES CONTRIBUABLES SONT CONCERNÉS. CETTE SITUATION NE FAIT PAS QU'ÉLIMINER DES EMPLOIS ET DES REVENUS POUR LES PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS DE POULET CANADIENS, MAIS POSE EN OUTRE UN RISQUE POUR LES CONSOMMATEURS CANADIENS EN RAISON DU BRIS DE LA CHAÎNE DE TRAÇABILITÉ.

### 79 %

DES PERSONNES SONDEES SOUHAITENT QUE LE GOUVERNEMENT SOUTIENNE LES ACTIVITÉS D'ÉLEVAGE DE POULET TOUCHÉES PAR LA PANDÉMIE.

### 72 %

SONT D'ACCORD POUR QUE LE GOUVERNEMENT NE CONCÈDE AUCUN NOUVEL ACCÈS AU MARCHÉ CANADIEN DU POULET DANS LE CADRE DE FUTURS ACCORDS COMMERCIAUX, ET LA MÊME PROPORTION CROIT QUE DES PROGRAMMES DE SOUTIEN OU DES MESURES D'ATTÉNUATION DEVRAIENT ÊTRE OFFERTS AUX PRODUCTEURS LORSQU'UN ACCÈS AU MARCHÉ EST OCTROYÉ.

Les PPC ont passé l'été à préparer du matériel électoral et à collaborer avec des partenaires pour accroître notre visibilité. Le GO4 (les quatre organismes nationaux du domaine de la volaille) a tenu une réunion avec tous les représentants des partis fédéraux afin de présenter ses demandes à inclure dans les plateformes de partis, notamment le soutien à la gestion de l'offre et l'absence de nouvelle concession dans de futurs accords commerciaux.

Les élections fédérales 2021 ont eu lieu le lundi 20 septembre 2021, au terme d'une campagne de 36 jours durant laquelle la distanciation sociale était de rigueur. Les résultats du scrutin sont comparables à ceux de 2019.

## FONDS D'ATTÉNUATION DU PTPGP

Au cours des dernières années, du travail considérable a été abattu pour s'assurer que les mesures promises du PTPGP pour atténuer les impacts du marché soient mises en œuvre. En avril 2021, un total de 691 millions de dollars destinés aux producteurs d'œufs et de volaille devait être remis dans le cadre de deux programmes.

Le premier programme aide directement les producteurs d'œufs et de volaille à apporter des améliorations continues à leurs opérations ainsi qu'à accroître l'efficacité et la viabilité à long terme de leurs fermes. Le Programme d'investissement à la ferme pour la volaille et les œufs stimulera l'activité économique et les investissements dans les collectivités rurales et urbaines du Canada au moment où nos petites entreprises vivent une période difficile et où nos économies locales en ont le plus besoin.

Le deuxième programme, soit la Politique d'expansion du marché du dindon et du poulet, aidera à renforcer l'engagement des consommateurs dans ces secteurs et continuera à promouvoir les produits canadiens auprès de la population canadienne.

Ensemble, ces programmes permettront aux agriculteurs de se préparer pour l'avenir, de participer à la dynamique unique de leurs industries respectives et de contribuer aux objectifs du Canada en matière de croissance du secteur agricole. Les Producteurs d'œufs du Canada, les Producteurs de poulet du Canada, les Éleveurs de dindon du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada remercient l'honorable ministre Bibeau et son équipe d'avoir défendu les intérêts des producteurs de volaille et d'œufs.



## VIDÉOS « UNE JOURNÉE DANS LA VIE »

En 2021, une autre installation a été présentée dans le cadre de ce projet, cette fois, au Nouveau-Brunswick. Le projet « Une journée dans la vie » présente des producteurs de poulet et leur famille provenant des quatre coins du Canada et vise à montrer ces Canadiens sous leur vrai jour. Ces vidéos soulignent le dur labeur que ces producteurs abattent chaque jour et sont une belle occasion de sensibiliser la population canadienne à l'élevage générationnel, à nos programmes sur la ferme et à la gestion de l'offre.

Le projet nécessite une collaboration avec les offices provinciaux pour trouver un producteur à mettre en valeur et coordonner le tournage avec sa famille. Restez à l'affût du nouvel épisode dans lequel sera présentée la famille Budd et qui sera disponible dans notre site Web au début de 2022.



## FÉDÉRATION CANADIENNE DES MUNICIPALITÉS

La Fédération canadienne des municipalités (FCM) est la voix nationale de plus de 2 000 municipalités canadiennes. Le GO4/5 collabore avec la FCM depuis de nombreuses années pour mettre en lumière l'importance des fermes laitières, avicoles et de production d'œufs ainsi que de la gestion de l'offre pour les communautés urbaines et rurales du pays.

Au lieu de sa conférence annuelle 2021, la FCM a organisé un événement virtuel, une série de webinaires intitulée Collectif. L'événement tenu en ligne visait à donner aux participants l'occasion d'entendre les dernières réflexions concernant certains des plus grands défis qui se posent dans la vie rurale canadienne. Les PPC ainsi que nos partenaires des organismes nationaux du domaine de la volaille avons participé à titre de coanimateurs d'un webinaire avec un groupe de spécialistes. Les trois sujets de discussion étaient : (1) l'innovation et la persévérance, (2) la croissance économique et (3) le climat et l'environnement naturel. L'objectif principal consistait à rappeler aux participants les avantages de la gestion de l'offre et qu'au lieu de se tourner vers l'étranger pour nos aliments, il serait possible, grâce à vitalité d'un secteur agricole canadien fort, de fournir ce que les Canadiens souhaitent et aiment, tout en renforçant la sécurité alimentaire de nos communautés.

La FCM a offert l'occasion au GO4 de faire entendre aux participants des groupes composés d'experts qui ont tous partagé une perspective distincte sur les moyens que prennent les communautés rurales du Canada pour prospérer.

Le groupe d'experts visait en outre :

- » À augmenter et à maintenir le soutien des dirigeants municipaux pour la gestion de l'offre
- » À positionner la gestion de l'offre comme une manière moderne, innovatrice et durable, qui aide les Canadiens des régions urbaines et rurales
- » À mieux faire connaître le GO4 comme source d'information nationale crédible

En plus du groupe de discussion, des délégués de la FCM ont été invités à faire la visite virtuelle d'une ferme (organisées par la productrice saskatchewanaise, Tiffany Martinka), commandités conjointement avec les autres organismes nationaux du domaine de la volaille.

## COMPTE RENDU DE LA FCA

L'assemblée générale annuelle (AGA) de la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) a été tenue en mode virtuel cette année, du 24 au 26 février. Elle a rassemblé des chefs de file du secteur agricole de partout au pays, ainsi que des intervenants de l'industrie et des représentants gouvernementaux, afin d'établir les priorités pour l'agriculture canadienne au cours de la prochaine année. Nick Langelaar, de la Saskatchewan, est le représentant des PPC à la FCA.

Cette année, le thème de l'AGA de la FCA était « Libérer le potentiel de l'agriculture ». Ce fut l'occasion de mieux comprendre pourquoi l'agriculture canadienne est un outil puissant pour la reprise économique canadienne et une alliée de taille dans la lutte contre les changements climatiques.

Au cours de l'AGA, les participants ont eu l'occasion d'entendre des allocutions d'orateurs politiques, notamment :

- » **Marie-Claude Bibeau**, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire
- » **Erin O'Toole**, chef du Parti conservateur du Canada
- » **Yves-François Blanchet**, chef du Bloc Québécois
- » **Yves Perron**, porte-parole en agriculture du Bloc Québécois
- » **Alistair MacGregor**, porte-parole en agriculture du Nouveau parti démocratique

L'ÉVÉNEMENT TENU EN  
LIGNE VISAIT À DONNER AUX  
PARTICIPANTS L'OCCASION  
D'ENTENDRE LES DERNIÈRES  
RÉFLEXIONS CONCERNANT  
CERTAINS DES PLUS GRANDS  
DÉFIS QUI SE POSENT DANS  
LA VIE RURALE CANADIENNE.





La FCA a tenu sa réunion annuelle estivale en mode virtuel les 15 et 16 juillet. L'ordre du jour bien rempli incluait des mises à jour du personnel de la FCA concernant les activités de communication, la révision de la Loi sur les grains du Canada, le projet Femmes en agriculture, ainsi que des informations concernant le Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture, le Conseil des Doyens et The Co-Operators. Parmi les autres sujets d'intérêt, notons les activités de sensibilisation en prévision des élections fédérales, la réunion des ministres de l'Agriculture des gouvernements FPT de septembre ainsi que le sommet des Nations Unies sur les systèmes alimentaires.

La FCA a mis en œuvre une stratégie d'élection robuste tout au long de la campagne fédérale et a défendu les intérêts de ses membres et de l'agriculture canadienne.

Elle a encouragé les administrateurs à rencontrer les candidats locaux et à leur présenter les priorités de sa plateforme électorale. Comme cela a été le cas au cours des campagnes précédentes, la FCA a organisé le débat des dirigeants agricoles auquel ont participé les représentants de chaque parti pour promouvoir ou défendre leurs positions sur les sujets liés à l'agriculture, comme le changement climatique, la gestion des risques de l'entreprise, la gestion de l'offre et le prochain cadre stratégique.

Le débat était animé par le fondateur de RealAgriculture, Shaun Haney, ainsi que Martin Ménard, de La Terre de Chez Nous. Les participants au débat comprenaient les personnes suivantes :

**NDP** – candidat sortant, député Alistair MacGregor, Colombie-Britannique

**Bloc Québécois** – candidat sortant, député Yves Perron, Québec

**Parti conservateur** – candidat sortant, député Dave Epp, Ontario

**Parti libéral** – L'honorable Marie-Claude Bibeau, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire

Pour regarder le débat enregistré, veuillez vous rendre à :

<https://www.youtube.com/watch?v=cE14gD9DExk> (débat en anglais)

<https://www.youtube.com/watch?v=EEfeEeSs74c> (débat en français)

## FPT ET PROCHAIN CADRE STRATÉGIQUE

Les ministres de l'Agriculture des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux se sont réunis au début de novembre afin de discuter prioritairement de la voie à suivre pour le prochain cadre stratégique. Ce cadre sur cinq ans établit les principes, les objectifs et les priorités en agriculture au pays, tout comme les moyens à prendre pour aider le secteur à s'adapter à la volatilité actuelle, aux risques et aux préférences changeantes des consommateurs canadiens.

Lors de cette rencontre, le comité exécutif de la FCA s'est entretenu avec les ministres, dans un échange au terme duquel le gouvernement et l'industrie ont convenu de l'importance d'établir un programme de biens et services écologiques, de miser sur la collaboration et la science pour atteindre les cibles environnementales, de viser une durabilité à triple résultat et de bâtir un solide programme de gestion des risques pour soutenir le secteur.

# COLLABORATION



# COLLABORATION

LES PPC TRAVAILLENT ACTIVEMENT AVEC LES DIFFÉRENTS INTERVENANTS POUR ASSURER LA SOLIDITÉ, LA STABILITÉ ET LA DURABILITÉ DU SECTEUR DU POULET AU PAYS. LA BASE DE CET ENGAGEMENT REPOSE SUR UNE COLLABORATION SIGNIFICATIVE ET RASSEMBLE DIVERS INTERVENANTS AFIN D'HARMONISER L'ACTION SUR DES QUESTIONS PRIMORDIALES DE L'INDUSTRIE IMPORTANTES POUR TOUS.

**D**epuis le début de l'épidémie de COVID, il est apparu encore plus important de continuer à développer nos relations de collaboration avec nos offices provinciaux et les autres partenaires du secteur, y compris le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) et le Conseil des produits agricoles du Canada (CCPA). Des efforts renouvelés ont été déployés pour maintenir et consolider notre étroite collaboration entre notre secteur et nos partenaires, les organisations et les institutions du gouvernement afin que chacun puisse jouer son rôle pour remettre l'industrie canadienne du poulet sur les rails de la réussite.

En 2021, lorsque la levée des restrictions sanitaires a permis la reprise de certains voyages, les PPC ont rencontré chacun des offices provinciaux pour établir les priorités nationales actuelles et en apprendre davantage sur les priorités provinciales. Ils ont également discuté des enjeux auxquels sont confrontés les PPC (allocation, bien-être des animaux, RAM/UAM, etc.) ainsi que des priorités des principales parties prenantes. Dans la mesure du possible, les réunions se sont tenues en personne.

De plus, les PPC se sont fixé comme objectif de rencontrer annuellement les divers intervenants de l'industrie, y compris le CCTOV, l'ACSV, Restaurants Canada et le CPAC afin de présenter les priorités stratégiques annuelles de l'organisation. D'autres parties prenantes telles que des agences gouvernementales et d'autres groupes nationaux de gestion de l'approvisionnement ont été rencontrés

au besoin. La plupart de ces rencontres se sont tenues virtuellement en 2021. Les sujets abordés lors des réunions d'intervenants comprenaient l'allocation, le bien-être des animaux et les priorités stratégiques susmentionnées.

Il est également nécessaire d'harmoniser les activités des PPC et des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC), afin de bien planifier les réunions semestrielles et s'assurer ainsi que des représentants des PPC (élus et membres du personnel) puissent assister aux réunions du POIC.

## CHAÎNE DE VALEUR DE L'INDUSTRIE DU POULET

Nous nous sommes toujours efforcés de trouver un équilibre entre agir de manière volontaire et maintenir une flexibilité dans notre mise en œuvre. Cela témoigne de l'esprit de collaboration dans lequel nous avons déployé énormément d'efforts au cours de la dernière année.

Cet engagement à collaborer est la raison pour laquelle nous avons pu, malgré la pandémie, tenir plusieurs réunions en personne avec les offices provinciaux au cours de la dernière année. Vous nous avez dit que vous aviez besoin de plus de temps : nous nous engageons à vous le donner. Il est important pour nous d'avoir une collaboration significative avec nos offices provinciaux et nos partenaires tout au long de la chaîne de valeur, de manière à harmoniser notre action sur les questions qui comptent pour nous.





Nous croyons que « personne n’y arrivera à moins que tout le monde n’y arrive », et qu’« aucun d’entre nous n’est plus fûté que la somme de nos cerveaux ». Cela nous a permis de faire preuve de flexibilité et d’agilité dans l’établissement des allocations.

## PLAN STRATÉGIQUE À PLUS COURT TERME

Les PPC ont pour vision de produire la protéine préférée et digne de confiance des consommateurs. Nous voulons 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.

Ces valeurs sont inscrites dans notre plan stratégique actuel. Or, à l’heure actuelle, notre progression s’accélère et nous sommes confrontés à de nouveaux enjeux, à des priorités concurrentes et à une liste de préoccupations en constante évolution; il devient évident que nous devons accélérer le pas pour suivre la parade.

C’est pourquoi les PPC passent d’un plan stratégique quinquennal à un plan triennal. Nous estimons que cinq ans, c’est trop long. Nous devons continuer à être agiles si nous voulons répondre aux attentes des consommateurs et du secteur.

Au cours de 2022, les PPC élaboreront un nouveau plan stratégique triennal solide, qui présentera où nous en sommes et où nous souhaitons nous rendre. Nous sommes impatients de tracer la voie à suivre pour le secteur canadien du poulet.

NOUS CROYONS QUE  
« PERSONNE N’Y  
ARRIVERA À MOINS  
QUE TOUT LE MONDE  
N’Y ARRIVE », ET  
QU’« AUCUN D’ENTRE  
NOUS N’EST PLUS  
FUTÉ QUE LA SOMME  
DE NOS CERVEAUX  
». CELA NOUS A  
PERMIS DE FAIRE  
PREUVE DE FLEXIBILITÉ  
ET D’AGILITÉ DANS  
L’ÉTABLISSEMENT DES  
ALLOCATIONS.



# ENTENTE OPÉRATIONNELLE ET ALLOCATION



# ENTENTE OPÉRATIONNELLE ET ALLOCATION

LES PPC ONT ÉTABLI SEPT PÉRIODES D'ALLOCATIONS EN 2021 (A-168 À A-175). LA PANDÉMIE DE COVID ET SES RÉPERCUSSIONS DANS TOUS LES ASPECTS DU MARCHÉ DOMINENT TOUJOURS LES DISCUSSIONS ENTOURANT L'ÉTABLISSEMENT DE VOLUMES DE PRODUCTION APPROPRIÉS. LES ALLOCATIONS ONT ÉTÉ ÉTABLIES UNE À LA FOIS. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION A CONVENU DE MAINTENIR CETTE FAÇON DE FAIRE POUR LA MAJORITÉ DE L'ANNÉE 2022 ET, À L'AUTOMNE, DE RÉÉVALUER SI LES MARCHÉS SE SONT SUFFISAMMENT STABILISÉS POUR ÉTABLIR LES ALLOCATIONS DE DEUX PÉRIODES LORS D'UNE MÊME RENCONTRE.

Dans la première semaine de janvier, le conseil d'administration a réduit de l'allocation de la période A-168 (14 février au 10 avril 2021) qui avait été établie en décembre 2020 à 2,5 % sous la base à 3,5 %, en raison d'un grand nombre de cas de COVID, du taux élevé d'absentéisme dans les usines, ce qui se répercutait sur les activités, ainsi que des conditions du marché. Une semaine plus tard, le conseil a appuyé une demande de l'Ontario visant à réduire encore davantage son allocation pour la période, soit à 8 % sous la base, faisant passer l'allocation nationale à 5,2 % inférieure à la production intérieure au cours des mêmes semaines de l'année précédente.

L'allocation pour la période suivante (A-169, 11 avril au 5 juin 2021) a été établie quelques semaines plus tard à 2 % sous la base ou de 2,8 % inférieure à la production du pays au cours des mêmes semaines de l'année 2020. L'évolution positive entourant la COVID dans les mois suivants a permis une réouverture prudente du secteur de la restauration, une situation laissant présager des allocations optimistes pour le reste de l'année 2021.

Le 24 mars, l'allocation pour la période A-170 (6 juin au 31 juillet 2021) a été établie à 1,75 % au-dessus de la base nationale, ce qui représentait une augmentation de 14,5 % de la production intérieure comparativement aux mêmes semaines en 2020, alors que la production était significativement réduite lors des premiers mois de la pandémie, et 3,6 % plus élevée que la production intérieure par rapport à la période correspondante de 2019.

Au début de mai, l'allocation pour la période suivante (A-171, 1er août au 25 septembre 2021) a été établie à 3 % au-dessus de la base nationale, soit 10,2 % et 3,5 % supérieure aux semaines correspondantes de l'année 2020 et 2019 respectivement. La réouverture graduelle des services alimentaires au Canada, le déploiement de la vaccination et la forte demande pour toutes les protéines de viande ont constitué les principaux facteurs d'optimisme à la table du conseil d'administration.

Les conditions de marché au cours des semaines suivantes ont continué de s'améliorer, ce qui s'est traduit par des prix de gros sans précédent, une baisse des stocks en entrepôt, une utilisation





accélérée des contingents tarifaires (CT) d'importation, ce qui, le 16 juin, a poussé le conseil à augmenter l'allocation de la période A-171 à 4,5 % au-dessus de la base nationale.

Les administrateurs se sont réunis une semaine plus tard pour discuter de l'allocation de la période A-172 (26 septembre au 20 novembre 2021). Puisque les conditions du marché restaient

L'OBJECTIF DE CE GROUPE EST D'APPUYER LE MANDAT DU PLAN STRATÉGIQUE DES PPC, SOIT D'AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DU SYSTÈME D'ALLOCATION EN DISCUTANT ET EN ANALYSANT PLUS EN PROFONDEUR ENCORE L'ÉTABLISSEMENT DES ALLOCATIONS PÉRIODIQUES EN SE FONDANT SUR DES INDICATEURS DE MARCHÉS CONVENUS.

inchangées par rapport à la semaine précédente, les administrateurs ont déterminé l'allocation à 6,5 % supérieure à la base nationale, ce qui a nécessité des approches créatives entourant le taux de croissance anticipé et les paramètres d'allocation de l'entente opérationnelle. Cette allocation représentait une augmentation prévue de 6,1 % et de 3,8 % comparativement à l'allocation des semaines correspondantes en 2020 et en 2019 respectivement. Une demande de réexamen et d'augmentation de l'allocation reçue en juillet n'a pas reçu l'appui nécessaire pour être acceptée.

Le 10 août, les administrateurs ont établi l'allocation de la période A-173 (21 novembre 2021 au 15 janvier 2022) à 5 % au-dessus de la base nationale, ce qui représentait une hausse de 3,8 % et de 3,9 % par rapport à la production intérieure pour les mêmes semaines en 2020-2021 et 2019-2020. Deux semaines

plus tard, l'allocation était réduite à 4 % au-dessus de la base nationale, à la suite de l'examen des données du CT qui indiquaient une utilisation moindre et une disponibilité plus élevée que ce qu'avait prévu le conseil pour le reste de l'année 2021 au moment de sa décision d'allocation.

Vers la fin de septembre, l'allocation pour la période A-174, soit la première de 2022 (16 janvier au 12 mars 2022) était établie à 4,5 % au-dessus de la base, ce qui se traduisait alors par un volume de 2,3 % et de 1,6 % plus élevé que la production intérieure pour la même période, un an et deux ans auparavant respectivement.

Le conseil a établi les allocations de base pour le bloc de périodes A-175 à A-180 en novembre, puis déterminé la cible de croissance à moyen terme pour le même bloc à +2,5 % par rapport à l'allocation de base pour ces périodes.

Lors de l'avant-dernière réunion de l'année, tenue au début de décembre en format hybride, à laquelle la plupart des administrateurs ont assisté en personne alors que certains autres directeurs et la plupart des observateurs y participaient en ligne,

les administrateurs ont établi l'allocation pour la période A-175 (13 mars au 7 mai 2022) à 2,5 % au-dessus de la base, soit 8,5 % et 2,8 % plus élevée qu'aux semaines correspondantes un an et deux ans auparavant respectivement.

Une réunion d'urgence a été convoquée le 28 décembre afin de discuter de la demande du CCTOV visant à réexaminer l'allocation pour la période A-174, en réaction au nombre croissant de cas de COVID causés par le variant extrêmement contagieux Omicron et pour prévenir les répercussions possibles sur la disponibilité de la main-d'œuvre et la capacité de transformation au cours des semaines suivantes, particulièrement dans le centre du Canada. Après une discussion approfondie, le conseil d'administration a décidé de ne pas appuyer le réexamen de l'allocation.

À la suite d'échanges entre les PPC, le CCTOV et le CPAC, les PPC ont accepté la mise sur pied d'un groupe de travail de l'information sur le marché (GTIM). L'objectif de ce groupe est d'appuyer le mandat du plan stratégique des PPC, soit d'améliorer l'efficacité du système d'allocation en discutant et en analysant plus en profondeur encore l'établissement des allocations périodiques en se fondant sur des indicateurs de marchés convenus. Vers la fin de 2021, les administrateurs ont accepté le mandat du groupe de travail. Les travaux devraient commencer au début de 2022.

Toutes les provinces du Canada atlantique, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard, ont continué de recevoir des kilogrammes en vertu des dispositions de l'Entente relative aux mesures de sauvegarde au Canada atlantique (EMSA) pour la plupart des allocations de 2021 qui étaient fixées au-dessus de la base. Le dernier représentant a signé l'annexe de l'EMSA, ce qui a conclu le processus d'inclusion de cette dernière dans l'entente opérationnelle qui était entrée en vigueur en 2018.

En 2020, le conseil d'administration a convenu d'un cadre de relance qui permettrait aux provinces du centre et de l'est du Canada de produire les kilogrammes qui ne leur avaient pas été alloués en raison de l'approche d'allocation régionale dans les périodes A-163 et A-164 lorsque les marchés seraient rétablis. Le cadre de relance a été affiné au cours de l'année et parachevé en septembre 2021. La récupération d'un total de 5,3 Mkg devrait se dérouler sur un minimum de 18 périodes d'allocation à compter de la période A-174.

La grande volatilité des marchés au cours de 2020 et 2021 ainsi que les ajustements de dernière minute des allocations ont entraîné une sous-production et une surproduction plus élevées qu'à la normale, et la décision a été prise d'exclure les périodes d'audit correspondantes des calculs d'utilisation des contingents dans la formule de l'allocation. Le conseil d'administration a décidé de suspendre temporairement le composant d'utilisation des contingents jusqu'à ce qu'un nouvel ensemble de données récentes de six périodes d'audit soit disponible.

Le conseil a convenu de lignes directrices relatives à la création de comptes rendus cohérents concernant la production de poulet destinée aux dons à des banques alimentaires ou à des projets de recherche.

L'élaboration d'une politique pour les producteurs à petite échelle devait reprendre en 2021, mais a été mise sur pause puisque les problèmes d'allocations ont été traités en priorité. Les travaux devraient reprendre en 2022.

À la fin de décembre 2020, le CCTOV, l'Association of Ontario Chicken Processors (AOCP), le Conseil québécois de la transformation de la volaille (CQTV) ainsi que de nombreux transformateurs ont soumis une demande de révision judiciaire de la décision du Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) prise le 19 novembre 2020 d'approuver des modifications au Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets proposés par les PPC pour la période A-167. Les PPC se sont joints à titre d'intimés et d'autres provinces ont participé comme intervenantes dans cette affaire.

Presque un an plus tard, le CPAC et le CCTOV ont conclu un règlement à l'amiable et le CCTOV a déposé un avis de désistement à la Cour. Dans le cadre de ce règlement, le CPAC a convenu qu'il pourrait tenir compte d'un certain nombre de facteurs pertinents aux conditions du marché lors de l'examen d'une ordonnance d'allocation de contingent et des justifications à l'appui. Le CPAC s'est aussi engagé à fournir des justifications écrites additionnelles d'une décision prise relativement à une allocation de contingent, à la suite d'une demande faite par un intervenant directement touché par la décision du CPAC.

Comme dans les années précédentes, les PPC ont participé à trois réunions du comité consultatif des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC). Ces réunions ont eu lieu en mars, juillet et novembre. Le mandat du comité est de conseiller le conseil d'administration des POIC relativement à la demande prévue en poulet au cours des 12 à 24 mois suivants, ainsi que sur la production requise pour répondre à la demande, afin d'aider les POIC à produire le bon nombre d'œufs d'incubation pour le marché canadien. Le comité a recommandé une augmentation de l'allocation pour 2021 comparativement à la production réduite de 2020, ainsi qu'une autre hausse en 2022.





COMMERCE  
INTERNATIONAL  
ET IMPORTATIONS



# COMMERCE INTERNATIONAL ET IMPORTATIONS

## ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC)

Sous la gouverne de sa nouvelle directrice générale, Mme Ngozi Okonjo-Iweala, l'OMC a été littéralement revigorée. Cependant, elle a été contrainte de reporter sa douzième conférence ministérielle (CM12) qui devait se tenir à la fin du mois de novembre 2021 en raison du variant Omicron qui commençait à affecter le transport aérien, ce qui aurait empêché plusieurs pays d'envoyer leurs délégués. C'était le deuxième report de la douzième conférence, qui devait à l'origine se tenir au Kazakhstan en juin 2020. Généralement, les réunions ministérielles de l'OMC se tiennent tous les deux ans, mais aucune n'a eu lieu depuis 2017 en raison de la pandémie de COVID.

Le Comité de l'agriculture de l'OMC s'est à nouveau mobilisé avec vigueur cette année. Un nouveau projet de texte distribué le 29 juillet par la présidente du Comité, l'ambassadrice Gloria Abraham Peralta, devait être un document de travail que les membres de l'OMC finaliseraient avant la fin de la Conférence ministérielle. Un projet de texte révisé a été diffusé le 23 novembre pour servir de base au programme de travail qui guidera les négociations visant à obtenir des résultats devant être pris en compte lors de la treizième Conférence ministérielle.

Le projet de texte de l'ambassadrice Peralta vise à refléter les efforts honnêtes déployés pour identifier les terrains d'entente à envisager sur les questions agricoles clés, notamment l'accès aux marchés, le soutien interne, le mécanisme de sauvegarde spéciale et la concurrence à l'exportation. Tous ces enjeux revêtent de l'importance pour les secteurs canadiens sous gestion de l'offre; les propositions présentées dans la section sur l'accès aux marchés, dans laquelle la présidente rappelle aux États membres de l'OMC que ces négociations ont pour but de réduire le niveau de protection que les États

accordent à certains secteurs intérieurs tout en augmentant les occasions d'accès aux marchés aux fins d'exportation, sont des plus préoccupantes.

L'agriculture n'est qu'un pilier des négociations de l'OMC et la progression globale de l'organisation sera également mesurée par ses réalisations dans d'autres domaines, notamment l'accès aux marchés non agricoles, les pêches et la propriété intellectuelle, ainsi que la résolution du blocage de longue date de son mécanisme de règlement des litiges. Néanmoins, l'impact des propositions présentées dans le texte de la présidente des négociations sur l'agriculture pourrait s'avérer substantiel sur les secteurs assujettis à la gestion de l'offre.

Le personnel des PPC collabore avec ses homologues pour s'assurer que les préoccupations du secteur sont clairement communiquées aux représentants commerciaux canadiens du secteur du commerce des produits agricoles qui participent aux discussions se tenant à Genève, et que ces représentants ont reçu toute l'information ainsi que les conseils stratégiques pour leur permettre de veiller à ce que les contingents tarifaires et les taux de droit hors contingent du Canada soient maintenus à leurs niveaux actuels.

## MISE À JOUR CONCERNANT LE MERCOSUR

En raison de la pandémie, les négociations commerciales officielles entre le Canada et le Mercosur ont été majoritairement suspendues depuis que la dernière réunion prévue (la huitième ronde qui devait se tenir à Brasilia en mars 2020) a été annulée. Les engagements techniques n'ont lieu que sur des questions non litigieuses jusqu'à ce que les réunions en personne puissent reprendre. Les PPC continuent d'accorder une attention particulière à ces pourparlers commerciaux, car le Mercosur comprend le Brésil, le plus grand exportateur de poulet au monde.

En 2021, le Brésil représentait près d'un tiers des exportations mondiales (4,055 milliards de kg [G de kg] d'exportations du Brésil sur les 12,996 G de kg se trouvant sur le marché international). Le Brésil continue d'être le plus grand exportateur de poulet au monde, les États-Unis arrivant 2e (3,421 G de kg), l'Union européenne, 3e (1,775 G de kg) et la Thaïlande, 4e (990 M de kg). En outre, l'Argentine, autre pays du Mercosur, a accéléré sa production et ses exportations de poulet. Les exportations argentines de viande de poulet devraient augmenter de 20 % en 2022 pour atteindre 180 M de kg.

## ACCORD CANADA-ÉTATS-UNIS-MEXIQUE (ACEUM)

Les négociations avec le gouvernement fédéral sur les programmes d'atténuation de l'ACEUM étaient prioritaires en 2021 et devraient reprendre au début de 2022. Nous sommes ravis de l'annonce d'un fonds d'atténuation pour pallier les pertes du marché de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) et nous sommes impatients de travailler avec les responsables pour évaluer les mesures de soutien de l'ACEUM.

## NÉGOCIATIONS COMMERCIALES EN COURS

Le gouvernement du Canada a entamé quelques négociations commerciales nouvelles et en a poursuivi d'autres avec divers partenaires commerciaux.

Un nouvel accord bilatéral est en cours de discussion avec le Royaume-Uni pour remplacer

l'accord de l'an dernier sur la continuité des échanges entre le Canada et le Royaume-Uni, soit l'accord commercial transitoire qui a été mis en place après le départ du Royaume-Uni de l'Union européenne (UE) et, par le fait même, l'Accord économique et commercial global (AECG), qui est l'accord de libre-échange entre le Canada et l'UE. Les négociations bilatérales officielles avec le Royaume-Uni comprenaient un processus de consultation du public et de l'industrie.

LE PERSONNEL DES PPC  
COLLABORE AVEC SES  
HOMOLOGUES POUR S'ASSURER  
QUE LES PRÉOCCUPATIONS DU  
SECTEUR SONT CLAIREMENT  
COMMUNIQUÉES AUX  
REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX  
CANADIENS DU SECTEUR DU  
COMMERCE DES PRODUITS  
AGRICILES QUI PARTICIPENT  
AUX DISCUSSIONS SE TENANT  
À GENÈVE.

Lancées le 16 novembre 2021, les négociations en cours sur l'Accord de libre-échange (ALE) entre le Canada et l'ANASE visent à faire progresser l'économie de la région indopacifique au-delà de la liste des pays visés par le PTPGP. Les membres de l'ANASE (Brunéi Darussalam, Cambodge, Indonésie, République démocratique populaire lao, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam) comprennent plusieurs pays qui ont déjà accédé au marché canadien en étant membres du PTPGP. Néanmoins, les principales préoccupations des PPC concernent la Thaïlande, qui est le quatrième exportateur de poulet au monde.

Cette année, le Canada a également entrepris la négociation d'un accord de partenariat économique global (APEG) avec l'Indonésie et relancé ses lents pourparlers commerciaux avec l'Inde.





Les PPC ne s'opposent pas à ce que le Canada s'engage dans des négociations commerciales tant qu'il maintient son contingent tarifaire et ses tarifs douaniers hors contingents à leur niveau actuel, car ceux-ci sont essentiels pour maintenir l'intégrité du contrôle des importations de la gestion de l'offre.

## POUR PARLER D'ADHÉSION À L'ACCORD DE PARTENARIAT TRANSPACIFIQUE GLOBAL ET PROGRESSISTE

Lorsque l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) a été négocié, les pourparlers ont notamment inclus un éventuel élargissement de sa composition. Même s'il n'est qu'à sa quatrième année d'existence, l'Accord a déjà suscité l'intérêt d'une multitude de nouveaux membres potentiels, dont certains seraient plus facilement admissibles que d'autres.

En février de cette année, le Royaume-Uni a soumis une demande officielle d'adhésion au PTPGP. Les négociations officielles concernant l'éventuelle adhésion du Royaume-Uni au pacte commercial ont commencé à la fin de septembre et les observateurs commerciaux prévoient qu'un accord sur les modalités d'adhésion du pays pourrait être conclu au plus tôt à la fin de 2022.

Le 16 et 22 septembre derniers respectivement, la Chine et Taïwan ont présenté leur demande officielle de rejoindre le partenariat. Non seulement cette situation amène l'enjeu controversé du statut de Taïwan en tant que nation indépendante de la Chine à la table du PTPGP, mais elle alimente également les spéculations sur la question de savoir si la candidature de la Chine incitera les États-Unis à reconsidérer la décision prise sous l'administration Trump de quitter l'Accord. Même si les membres du PTPGP n'ont pas encore répondu officiellement à la demande d'adhésion de la Chine et de Taïwan, tout indique que le niveau d'intérêt est très faible.

La Thaïlande, les Philippines, la Corée du Sud et l'Indonésie ont aussi déclaré leur intérêt à rejoindre le PTPGP, mais aucun de ces pays n'a encore déposé de demande officielle d'adhésion. Des onze membres d'origine de l'Accord, le Brunei, la Malaisie et le Chili n'ont toujours pas conclu leur processus de ratification. Le Chili, qui présente un intérêt particulier en raison de sa capacité d'exportation

de poulet, est actuellement engagé dans la réécriture de sa constitution. Cette nouvelle constitution devrait être soumise à un référendum en 2022.

Les PPC ne s'opposent pas à l'arrivée de nouveaux pays au PTPGP. Toutefois, il est impératif que le Canada ne concède aucun accès supplémentaire ni ne réduise les tarifs douaniers hors contingents dans les négociations de nouvelles adhésions potentielles. Les nouveaux membres du PTPGP doivent accepter de partager l'accès avec tous les membres existants et futurs nouveaux membres.

## PROGRAMMES D'ATTÉNUATION DES PERTES COMMERCIALES DU PTPGP

Les inscriptions au Programme d'investissement à la ferme pour la volaille et les œufs (PIFVO) d'Agriculture et Agroalimentaire Canada ont commencé. Ce programme a été mis en place pour aider les producteurs de poulet et d'œufs canadiens à composer avec les pertes d'accès au marché subies dans le cadre des négociations de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

LES PPC NE S'OPPOSENT PAS À CE QUE LE CANADA S'ENGAGE DANS DES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES TANT QU'IL MAINTIENNE SON CONTINGENT TARIFAIRE ET SES TARIFS DOUANIERS HORS CONTINGENTS À LEUR NIVEAU ACTUEL, CAR CEUX-CI SONT ESSENTIELS POUR MAINTENIR L'INTÉGRITÉ DU CONTRÔLE DES IMPORTATIONS DE LA GESTION DE L'OFFRE.



Sur dix ans, le PIFVO remettra 347,3 millions de dollars aux producteurs de poulet pour compenser les investissements admissibles qu'ils ont dû effectuer dans leurs opérations. Les producteurs admissibles reçoivent une part de financement du programme en fonction de leur contingent provincial ou de leur production en date du 1<sup>er</sup> janvier 2021, comme indiqué par leurs offices de commercialisation provinciaux respectifs. Les demandeurs peuvent connaître leur financement maximum en s'inscrivant au système en ligne du PIFVO, le **SLPIFVO**.

Les investissements à la ferme admissibles doivent viser à accroître l'efficacité ou la productivité, à améliorer la salubrité des aliments et la biosécurité à la ferme, à améliorer la durabilité environnementale ou à répondre aux préférences des consommateurs, par exemple, améliorer le bien-être des animaux, adopter de nouveaux systèmes de logement et passer à la production biologique.

Chaque demandeur peut lui-même déterminer comment il utilisera son financement individuel au cours des dix années du programme, à condition que toutes les demandes de projet soient soumises avant le 31 mars 2030 et que toutes les activités du projet soient terminées avant le 31 mars 2031.

## SOMMET DES NATIONS UNIES SUR LES SYSTÈMES ALIMENTAIRES

Après 18 mois de préparation et des milliers de consultations à plusieurs niveaux, le Sommet des Nations Unies sur le système alimentaire a finalement eu lieu à New York les 23 et 24 septembre derniers. Le sommet d'une journée et demie a servi de plate-forme aux États membres de l'ONU et à des organisations de la société civile pour commenter et présenter leurs engagements visant à faire en sorte que les systèmes alimentaires fonctionnent adéquatement pour les personnes, la planète et assurent la prospérité.

Ce sommet était non seulement axé sur l'engagement mondial à atteindre les objectifs de développement durable (ODD) d'ici 2030, mais également sur la pandémie actuelle de COVID, qui a fait ressortir les vulnérabilités des systèmes alimentaires mondiaux, régionaux et locaux et précipité des milliers de personnes dans la pauvreté et la famine. Durant ce sommet, les participants se sont efforcés de trouver des moyens de contrebalancer la production alimentaire avec

l'atténuation des effets du changement climatique, l'accessibilité à des aliments à prix abordable autorisant la pratique de régimes alimentaires sains et la stabilité des offres en aliments locaux dans le cadre d'échanges commerciaux justes et fondés sur les règles. Les uns après les autres, les conférenciers ont reconnu que des systèmes alimentaires équitables, résilients et respectueux de l'environnement sont indispensables pour combattre la pauvreté et la famine, car ils créent de bons emplois, améliorent l'accès à l'alimentation et appuient la santé des communautés.

Les représentants du gouvernement canadien ont annoncé l'engagement du Canada pour un commerce fondé sur les règles et la science, ainsi qu'un partenariat avec les jeunes, les femmes et les groupes autochtones en vue de remédier aux inégalités relatives à l'insécurité alimentaire au Canada. Son Excellence Alexandra Bugailiskis, représentante Canadienne permanente de la FAO, du PAM et du FIDA, a fièrement expliqué comment les producteurs canadiens d'animaux d'élevage, qui sont déjà des chefs de file mondiaux dans la production durable et à faibles émissions de gaz à effet de serre de protéines, se sont engagés à réduire encore plus leur empreinte écologique et à renforcer leur contribution sociale et économique dans le cadre de leurs programmes de développement durable.

Le Canada et ses collègues membres de l'ONU travaillent actuellement à la mémoire de leurs « plans internes » qui refléteront non seulement leur engagement à agir, mais également les mesures qu'ils comptent prendre pour atteindre les objectifs qu'ils ont énoncés. Ces plans internes serviront de documents clés de référence et d'orientation pour les réunions sur le dénombrement des stocks mondiaux qui se tiendront désormais tous les deux ans en vue de responsabiliser les intervenants et de s'assurer que des progrès sont accomplis en regard des ODD d'ici 2030.

## ALLOCATION DU CONTINGENT TARIFAIRE

### ALLOCATION DU CONTINGENT TARIFAIRE (CT) POUR 2021

Les importations de l'OMC représentaient un total de 41,2 M de kg, ce qui dépassait l'engagement du Canada de 1,3 M de kg en raison de l'octroi d'importations supplémentaires pour la concurrence. Du contingent tarifaire global, 2,1 M de kg n'ont pas été utilisés, mais 3,4 M de kg en allocations d'importations supplémentaires pour la concurrence ont été délivrés pour faire en sorte que les importations dépassent le contingent tarifaire.





L'on espère que la nouvelle méthode d'allocation des contingents tarifaires tiendra compte de l'octroi d'importations supplémentaires, qui limitent notre contribution à l'économie canadienne.

Dans le cadre du CT de l'ACEUM, 48,3 Mkg ont été importés sous un CT de 49 Mkg en 2021. Enfin, malgré le nombre très limité de membres du PTPGP en mesure d'exporter du poulet au Canada, 0,5 M de kg du CT de 15,7 M de kg a été importé du Mexique.

En raison des perturbations causées par la COVID, Affaires mondiales Canada (AMC) a décidé de renoncer à nouveau aux pénalités pour sous-utilisation en 2021. AMC a également reporté la mise en œuvre d'une nouvelle méthode d'allocation jusqu'en 2023 et la méthode provisoire est prolongée jusqu'en 2022 pour répartir le CT pour le poulet entre différents groupes de détenteurs de contingents d'importation.

## PROGRAMME D'EXONÉRATION DES DROITS

Le Programme d'exonération des droits (PED) de l'Agence des services frontaliers du Canada permet aux entreprises canadiennes d'importer des marchandises sans avoir à payer les tarifs douaniers applicables. Ce programme vise le secteur manufacturier et ne fournit pas de garanties suffisantes contre les fuites potentielles sur le marché intérieur lorsque le poulet est importé au Canada pour une transformation secondaire et une réexportation ultérieure. Plus précisément, la possibilité de mariner, de substituer et de retenir les importations pendant quatre ans avant de les réexporter peut entraîner des situations préjudiciables sur le marché intérieur.

Comme le programme s'applique au poulet comme aux autres produits soumis à la gestion de l'offre, les PPC préconisent des modifications au PED qui feraient écho aux règlements du Programme d'importation pour réexportation (PIR) administré par Affaires mondiales Canada. Ce programme interdit la marinade et la substitution, et la réexportation doit avoir lieu dans les trois mois suivant l'importation.

## VOLAILLE DE RÉFORME

En janvier 2021, l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) a publié ses priorités de vérification pour 2021. Les importations de volaille de réforme occupaient la première place de cette liste, l'Agence reconnaissant que certaines importations sont classées à tort comme volaille de réforme au lieu d'être correctement classées dans la catégorie de la viande de poulet.

En 2017, l'ASFC a pris des mesures à ce sujet pour la première fois et, en novembre 2019, elle a signalé que sa première série de vérifications avait révélé un taux de non-conformité important de 44 %, ce qui équivalait à environ 178 millions de dollars en droits impayés auparavant. Les vérifications de l'ASFC coïncidaient avec une diminution des importations de volaille de réforme, ce qui pourrait indiquer que ses efforts ont réussi à dissuader les activités frauduleuses. Cependant, depuis la conclusion de cette première série de vérifications, une augmentation importante des importations de volaille de réforme a été observée, soit 88 et 85 millions de kilogrammes importés en 2019 et 2020 respectivement, en hausse par rapport aux 81 millions de kilogrammes importés en 2017. Le volume d'importation a diminué à 72 millions de kilogrammes en 2021, en raison d'une pénurie des poules de réforme sur le marché américain attribuable à la pandémie.

Une deuxième série de vérifications des importations de volaille de réforme a été lancée en mai 2020, au cours de laquelle l'ASFC a ciblé 53 importateurs de volaille de réforme. Les résultats de cette série de vérifications sont à venir.

# SALUBRITÉ DES ALIMENTS



# SALUBRITÉ DES ALIMENTS

LE PROGRAMME DE LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS À LA FERME *ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN* EST FONDÉ SUR LE MODÈLE HACCP ET A ÉTÉ MIS SUR PIED NON SEULEMENT POUR RESPECTER, MAIS BIEN SURPASSER LES NORMES DE L'AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS (ACIA) ET LES GOUVERNEMENTS FÉDÉRAL, PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX (FPT). « HACCP » EST L'ABRÉVIATION DE « HAZARD ANALYSIS CRITICAL CONTROL POINTS » (ANALYSES DES RISQUES ET MAÎTRISE DES POINTS CRITIQUES) ET CONSTITUE UNE APPROCHE INTERNATIONALEMENT RECONNUE POUR IDENTIFIER ET CONTRÔLER LES RISQUES POUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS PENDANT LA PRODUCTION.

L'amélioration continue obligatoire fait partie intégrante du programme de la salubrité des aliments à la ferme (PSAF) *Élevé par un producteur canadien* et c'est pourquoi le programme de salubrité des aliments en est à sa 6<sup>e</sup> édition.

Le PSAF *Élevé par un producteur canadien* est un élément crucial de la marque. En fait, le PSAF est un outil essentiel pour les agriculteurs afin de stimuler la confiance aux consommateurs dans la façon dont leurs aliments ont été produits, renforçant ainsi le succès de la marque.

La marque donne aux agriculteurs et à nos partenaires de l'industrie les moyens de montrer leur innovation, la fierté et le travail acharné qu'ils consacrent chaque jour à la mise en œuvre de certaines des normes les plus élevées en matière de salubrité des aliments (et de soins aux animaux), et confirme leur fier engagement à maintenir la durabilité de leur travail sur les plans environnemental, économique et social.

Pour continuer de maintenir des normes élevées dans l'industrie, une nouvelle version du manuel du PSAF a été publiée en 2021. Le nouveau manuel est le résultat de plusieurs années de consultation de l'industrie et de recherche sur les pratiques exemplaires. Maintenir la reconnaissance gouvernementale nécessite une surveillance et des audits réguliers pour assurer la conformité aux normes FPT. Par conséquent, comme dernière étape

avant la mise en œuvre du nouveau manuel du PSAF, l'ACIA a examiné toutes les modifications apportées et s'est assuré qu'elles répondent aux exigences de reconnaissance gouvernementale.

Dans cette nouvelle version, les modifications visent à harmoniser le tout avec la réglementation actuelle, à clarifier les exigences existantes, à offrir une plus grande flexibilité pour le lavage, la désinfection et le vide sanitaire, et à réduire le chevauchement des tâches. Les principaux changements sont présentés dans ce **bulletin d'information des PPC**. Vous trouverez également une **vidéo** détaillant les modifications apportées.

Le nouveau manuel et les formulaires de données connexes sont fournis aux agriculteurs par l'entremise de leur office provincial. De plus, des liens vers tous les documents sont inclus **ici** pour référence rapide et simple. Tous ces documents ont été affichés et distribués à temps pour la date de mise en œuvre du 1er janvier 2022.

## INITIATIVE DE RÉDUCTION DES AGENTS PATHOGÈNES

Le PSAF demeure la pierre angulaire de la stratégie de réduction des agents pathogènes des producteurs de poulet et tous les membres de la chaîne d'approvisionnement du poulet au Canada se sont penchés sur cette question importante. L'Agence de





la santé publique du Canada a présenté des résultats encourageants en 2021, indiquant une réduction de 59 % du nombre de maladies humaines dues à la bactérie *Salmonella enteritidis* par rapport aux chiffres de référence de 2017.

Les PPC prennent des mesures supplémentaires pour s'attaquer à ce problème important et l'un des grands chantiers de travail de 2021 a été la réalisation d'une enquête de référence sur la prévalence de la bactérie *Salmonella enteritidis* (SE) dans les fermes du Canada.

Le principal objectif de cette enquête de référence était de déterminer les besoins continus en matière de surveillance et d'atténuation et appropriés pour les élevages canadiens de poulets dans l'avenir. Grâce aux efforts concertés de tous les offices provinciaux, des échantillons ont été prélevés dans toutes les provinces. Malgré les retards dus à la pandémie de COVID, le projet de surveillance a pu être clôturé à l'automne 2021.

En raison de la faible prévalence de *Salmonella enteritidis* (SE) observée (6 %), il a été déterminé que les mesures de contrôle spécifiques au sérotype ne sont pas appropriées. Une approche multidimensionnelle de la lutte contre la salmonelle est nécessaire et les PPC continueront de collaborer avec leurs partenaires gouvernementaux et industriels pour trouver des moyens de s'attaquer à cet enjeu crucial.

Un autre volet important de l'initiative de réduction des agents pathogènes est la promotion de matériel et de ressources éducatifs auprès des agriculteurs, ainsi que la diffusion de messages sur la salubrité des aliments auprès des consommateurs. À cette fin, les PPC continuent d'ajouter du contenu dans son **Portail de ressources pour les producteurs**

et d'en faire la promotion. Le portail se trouve dans le site Web producteursdepoulet.ca. Grâce au portail, les agriculteurs ont un meilleur accès à de l'information et à des ressources qui s'appliquent non seulement à la réduction de l'utilisation d'antimicrobiens, mais aussi à la diminution globale des agents pathogènes. Ces ressources sont destinées aux agriculteurs d'un océan à l'autre, mais peuvent être adaptées en fonction de la situation de chaque exploitation.

Dans le cadre du plan d'action des relations avec les consommateurs, le thème de la salubrité des aliments a été inclus tout au long de l'année dans nos publicités dans les médias sociaux, dans les messages de nos ambassadeurs de la marque, dans le bulletin des consommateurs distribué chaque mois à plus de 130 000 abonnés et dans chacune des recettes présentées sur poulet.ca.

## STRATÉGIE D'UTILISATION DES ANTIMICROBIENS (UAM)

Bien que les PPC appuient l'utilisation responsable des antimicrobiens (également appelés antibiotiques) en médecine animale et humaine, nous recherchons des moyens de contrôler, de surveiller et de réduire leur utilisation à la ferme grâce à notre stratégie d'utilisation des antimicrobiens (UAM). Les éleveurs de poulet canadiens continuent de faire évoluer leurs pratiques de production en réponse aux préférences des consommateurs, et ils sont clairs : les Canadiens veulent savoir d'où vient leur nourriture, comment les animaux sont élevés et ce que leurs aliments contiennent.

Parmi les sujets entourant la composition des aliments est la question de l'utilisation des médicaments à la ferme. Les PPC ont mis en œuvre une approche graduelle pour éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens d'importance humaine (catégories I à III) en réponse à la menace que représente la résistance aux antimicrobiens (RAM). Dans leur stratégie, les PPC reconnaissent l'importance de l'utilisation responsable des antimicrobiens en agriculture animale et cherchent principalement à éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens d'importance pour la santé humaine. Dans le cadre de la stratégie, l'utilisation d'antimicrobiens pour le traitement, l'utilisation préventive d'ionophores et l'usage de coccidiostatiques chimiques sont maintenus.

Le succès de la stratégie en matière d'UAM des PPC à ce jour peut être mesuré par la réduction de la résistance aux antimicrobiens après l'élimination de l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégories I et II. La réussite de la stratégie a été soulignée par le Programme intégré canadien de surveillance de la résistance aux antimicrobiens (PICSRA) de l'Agence de la santé publique du Canada, révélant que les efforts de réduction de l'industrie ont eu un impact positif en abaissant le niveau de résistance aux agents antimicrobiens (RAM) pour les bactéries ciblées.

L'un des principaux objectifs de la stratégie en matière d'UAM en 2021 était la diffusion d'information et de ressources aux agriculteurs sur la façon d'élever avec succès des oiseaux dans un environnement à antimicrobiens réduits. À cette fin, Les PPC ont fréquemment ajouté du contenu au Portail de ressources pour les producteurs et en ont fait la promotion tout au long de 2021.

Le portail fait office de centre d'information pour implanter des stratégies pratiques de gestion des troupeaux à la ferme. Le portail comprend des mises à jour sur la stratégie en matière d'UAM des PPC, l'élevage des poussins, la gestion des aliments et de l'eau, l'entérite nécrotique et la coccidiose, la surveillance des troupeaux et du milieu de vie ainsi que la réduction des agents pathogènes. L'on compte actuellement 60 articles répartis dans ces six catégories; dans ce contenu, notons des vidéos, des balados, des études de cas, des articles classiques, des liens vers divers autres sites Web et ressources, ainsi que des exemples de messages concernant l'UAM et la réduction des agents pathogènes que les PPC diffusent aux consommateurs.

Tout au long de 2021, les PPC ont également poursuivi leur évaluation de la prochaine étape de sa stratégie de réduction de l'UAM, c'est-à-dire l'élimination progressive de l'utilisation

préventive des antimicrobiens de catégorie III. Le succès de cette stratégie se basait sur une approche responsable visant à assurer le bien-être des animaux et des pratiques durables et pour le moment, ce but n'est toujours pas atteint.

Bien que la stratégie demeure une priorité essentielle pour le secteur canadien du poulet, la réalité de la pandémie a entraîné le report de réunions importantes entre des partenaires clés. La reprise de ces rencontres représente une priorité pour 2022. La réalisation de l'objectif d'élimination de l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie III exige une collaboration et une planification solides, qui feront l'objet de consultations plus poussées avec l'industrie.

Pour que la stratégie continue de connaître du succès, les PPC ont collaboré avec différents ministères du gouvernement fédéral afin de s'assurer que les producteurs canadiens aient le même accès aux vaccins, aux additifs alimentaires et aux produits de l'eau, et ce, avec le même étiquetage que les marchés internationaux. Cette initiative se poursuit en collaboration avec d'autres associations commerciales nationales pour permettre aux producteurs canadiens de demeurer concurrentiels et d'utiliser une diversité de produits pour atteindre les objectifs de la stratégie en matière d'UAM.



LES PPC PRENNENT DES MESURES SUPPLÉMENTAIRES POUR S'ATTAQUER À CE PROBLÈME IMPORTANT ET L'UN DES GRANDS CHANTIERS DE TRAVAIL DE 2021 A ÉTÉ LA RÉALISATION D'UNE ENQUÊTE DE RÉFÉRENCE SUR LA PRÉVALENCE DE LA BACTÉRIE SALMONELLA ENTERITIDIS (SE) DANS LES FERMES DU CANADA.





SOINS AUX  
ANIMAUX,  
DURABILITÉ  
ET RECHERCHE  
AVICOLE



# SOINS AUX ANIMAUX, DURABILITÉ ET RECHERCHE AVICOLE

LE PROGRAMME DE SOINS AUX ANIMAUX ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN EST EN PLACE DEPUIS 2009. LA DERNIÈRE VERSION DU PROGRAMME (2019) CONTINUE D'ÊTRE MISE EN ŒUVRE DANS L'ENSEMBLE DES 2 823 ÉLEVAGES DE POULETS AU PAYS. CE PROGRAMME EST LE SEUL AYANT CETTE PORTÉE.

**L**es gens se soucient profondément de leur nourriture qu'ils mettent sur leur table. Ils veulent savoir d'où elle vient et comment elle a été élevée, et nos agriculteurs et leur famille ne font pas exception. Le programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* démontre clairement notre engagement à l'égard des soins aux animaux.

## AUDITS PAR UNE TIERCE PARTIE

Chaque année, des audits sont effectués par de tierces parties de NSF International au bureau national, dans trois ou quatre offices provinciaux, sur un échantillon d'élevages de chaque province et sur les auditeurs à la ferme des PPC. Ces audits de témoins à la ferme ont continué de poser problème en 2021 et une autre méthode d'évaluation des installations par des tiers a été mise à l'essai et évaluée. Un projet pilote a été mis sur pied avec NSF l'an dernier dans le but de tester son système EyeSucceed®, un casque sans fil intégrant une caméra et un son bidirectionnel, permettant de réaliser un audit virtuel à la ferme. Malheureusement, en raison de la nature des audits à la ferme, cette technologie ne convenait pas pour remplacer les audits effectués par des tiers en personne sur la ferme. Le retour aux audits de témoins à la ferme est une priorité absolue pour 2022.

LES BASES DE NOTRE PROGRAMME SONT CRÉDIBLES : IL EST FONDÉ SUR LE CODE DE PRATIQUES ET A ÉTÉ RECONNU PAR LE CONSEIL NATIONAL POUR LES SOINS AUX ANIMAUX D'ÉLEVAGE (CNSAE).

NOTRE PROGRAMME ASSURE LA REDDITION DE COMPTES SUR CHAQUE FERME, NOTAMMENT PAR DES AUDITS ANNUELS DES INSTALLATIONS AINSI QUE DES AUDITS EFFECTUÉS PAR DES TIERS.

NOTRE PROGRAMME EST OBLIGATOIRE DANS LES 10 PROVINCES, ASSURANT LA PARTICIPATION ET LA CONFORMITÉ DE TOUS LES AGRICULTEURS,

ET COMPORTE DES MESURES D'APPLICATION STRICTES EN CAS DE NON-CONFORMITÉ.

IL EST RÉVISÉ RÉGULIÈREMENT; IL S'AMÉLIORE ET ÉVOLUE CONTINUELLEMENT, AU FIL DE NOS APPRENTISSAGES.

Malgré ces défis, une surveillance efficace du programme s'est poursuivie grâce à des audits de bureaux de quatre offices provinciaux (Î.-P.-É., T.-N.-L., C.-B., N.-É.) ainsi que des PPC. Le compte rendu définitif de NSF indique :

*« L'engagement et la conformité du bureau national et de l'office provincial étaient manifestes. À la lumière des audits du bureau national et des offices provinciaux, qui comprennent une évaluation de la gestion de la mise en œuvre du programme national de la salubrité des aliments à la ferme (PSAF) et du programme de soins aux animaux (PSA) du PPC, on peut conclure que les programmes à la ferme sont mis en œuvre efficacement et maintenus de façon continue. »*

Pour la cinquième année consécutive, les évaluations du programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* ont démontré la crédibilité du programme et la confiance dont ont besoin les transformateurs, les détaillants et les restaurants pour appuyer une approche nationale.

## CNSAE

Le programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* repose sur une base solide, crédible et scientifique, en ce sens qu'il est fondé sur le Code des pratiques élaboré par le Conseil national de soins aux animaux d'élevage (CNSAE). Le CNSAE est un chef de file mondial qui rassemble des intervenants d'horizons divers – agriculteurs, scientifiques, vétérinaires, transformateurs, associations de détaillants, associations de restaurants, transporteurs, associations du bien-être des animaux des animaux et gouvernements provinciaux et fédéraux – dans le but d'élaborer des codes de pratiques solides et sensés.

*« Le système actuellement en place pour les soins aux animaux d'élevage au Canada fondé sur les codes de pratiques élaborés par le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage fait l'envie des pays du monde entier. Aucun autre pays n'est doté d'un tel modèle de prise de décision qui réunit un éventail complet d'experts et d'intervenants (y compris les groupes agricoles, les transformateurs, les clients, les chercheurs, les vétérinaires, le gouvernement et les organisations du bien-être des animaux des animaux) pour établir des normes du bien-être des animaux des animaux. »*

– Robin Horel, président du Conseil international du secteur avicole

Le Programme de soins aux animaux a été mis à jour dans le cadre du processus d'évaluation des soins aux animaux du CNSAE, qui garantit le respect de toutes les exigences du Code.

Les PPC sont membres du CNSAE depuis 2006, et Nick de Graaf, le responsable de la Nouvelle-Écosse, est le représentant des PPC au conseil d'administration du CNSAE.

POUR LA CINQUIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE, LES ÉVALUATIONS DU PROGRAMME DE SOINS AUX ANIMAUX ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN ONT DÉMONTRÉ LA CRÉDIBILITÉ DU PROGRAMME ET LA CONFIANCE DONT ONT BESOIN LES TRANSFORMATEURS, LES DÉTAILLANTS ET LES RESTAURANTS POUR APPUYER UNE APPROCHE NATIONALE.

Le processus de révision du Code de pratiques pour le transport du bétail et de la volaille est demeuré une initiative majeure pour le CNSAE en 2021. Les PPC ont participé activement à deux groupes de travail : Le Groupe de travail sur la capture et le transport de la volaille et le Groupe de travail sur le transport des couvoirs. De plus, Nick de Graaf est le représentant du secteur de la volaille au comité d'élaboration du code des transports, soit le comité décisionnel.

Un autre domaine d'intérêt cette année pour les PPC a été de soutenir activement le CNSAE dans son examen de gouvernance visant à renforcer les processus en place.



## GROUPE DE TRAVAIL MIXTE SUR LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

L'amélioration continue est la pierre angulaire des programmes à la ferme des PPC. À cet égard, les PPC et le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) ont mis sur pied le Groupe de travail mixte sur le bien-être des animaux, qui vise à appuyer la surveillance permanente des pratiques, des processus et des procédures du secteur canadien de la volaille en matière de bien-être des animaux.

Ce Groupe de travail axé sur le consensus, composé de quatre éleveurs de volaille canadiens et de quatre représentants du secteur de la transformation primaire, complètera le processus existant d'élaboration et de promotion des normes nationales en matière de soins aux animaux, en examinant les preuves scientifiques les plus récentes sur le bien-être des animaux, et en les rapprochant des normes actuelles, en plus d'évaluer la mise en œuvre et les audits du programme.

Le groupe s'est réuni en mode virtuel pour la première fois en octobre et poursuivra ses travaux tout au long de l'année 2022.

Les PPC et les CCTOV pensent que ce nouveau Groupe de travail améliorera la capacité du secteur de la volaille à s'adapter aux attentes des consommateurs et à contribuer au succès permanent des futurs programmes et pratiques exemplaires en matière de bien-être des animaux.

## CONSEIL NATIONAL DE LA SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX D'ÉLEVAGE

Le Conseil national de la santé et du bien-être des animaux d'élevage (le Conseil) fait appel à des experts pour aborder des sujets importants comme le bien-être des animaux, les maladies émergentes, la surveillance de la santé des animaux, l'utilisation des antimicrobiens et la résistance à ces derniers, ainsi que l'émergence du concept « Un seul bien-être ». En collaboration avec ses différentes divisions, le Conseil dirige le lancement de projets visant à répondre aux besoins des intervenants en matière de santé et de bien-être des animaux au Canada.

LE RÔLE DU CONSEIL CONTINUE D'ÉVOLUER POUR ACCROÎTRE ENCORE SA GESTION DE PROJETS ET DE PROGRAMMES, TOUT EN CONTINUANT DE FOURNIR DES CONSEILS ET DES RECOMMANDATIONS SCIENTIFIQUES, STRATÉGIQUES ET SUR LES POLITIQUES EN SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX AUX SECTEURS PUBLIC ET PRIVÉ.



Les PPC sont membres du Conseil depuis sa création en 2010. Marco Volpé a été le représentant des PPC au Conseil de 2017 à 2021 et, à l'automne 2021, Luce Bélanger, du Québec, a pris la relève pour représenter PPC au Conseil.

Cette année, le Conseil a accueilli une nouvelle directrice générale, Melanie Barham, qui poursuit les travaux visant à faire passer le Conseil à un nouveau modèle de gouvernance sous Santé animale Canada. Ce travail de transition a été l'un des principaux objectifs du Conseil en 2021, l'équipe de Santé animale Canada ayant consacré des ressources importantes à l'élaboration de ce nouveau modèle. Santé animale Canada vise une collaboration pancanadienne entre les secteurs public et privé, afin d'offrir des programmes qui respectent des normes élevées en matière de protection de la santé des animaux et d'atténuation des risques économiques, conformément aux





objectifs et aux principes directeurs de la Stratégie sur la santé des végétaux et des animaux.

Le Conseil soutient maintenant plusieurs divisions et projets : CNSAE, le Système canadien de surveillance de la santé animale (SCSSA), le projet de gestion des urgences en santé animale (GUSA), le projet de lutte contre la peste porcine africaine (PPA) et le programme du Transport canadien d'animaux d'élevage (TCAE).

Le personnel des PPC participe à de nombreux comités du Conseil : bien-être des animaux, UAM/RAM, gouvernance de Santé animale Canada et communications. Par l'entremise du groupe de travail sur le bien-être des animaux du Conseil, les PPC ont milité pour que le gouvernement reconnaisse les programmes de soins aux animaux, tout comme l'ACIA le fait pour les programmes de salubrité des aliments. Le comité a accepté de se charger de cette initiative pour la faire progresser en 2022.

## INDICE NATIONAL SUR LE RENDEMENT AGROALIMENTAIRE DU CANADA

En 2021, les PPC ont poursuivi leur collaboration avec une coalition toujours croissante de partenaires (plus de 80) des secteurs privé et public qui travaillent de concert en mode préconcurrentiel pour dresser un portrait intégré de la durabilité du secteur agroalimentaire canadien. Au début de 2021, la coalition a publié une feuille de route permettant au Canada de s'appuyer sur ses indicateurs existants pour dresser un tableau plus intégré de sa durabilité et de ses titres de compétence, de la ferme au commerce de détail.

La création de l'indice national du rendement agroalimentaire se fondera sur des mesures scientifiques et s'articulera autour de quatre priorités en matière de durabilité : l'environnement, l'économie, la santé et la salubrité des aliments, et le bien-être de la société.

Présenter des références en matière de durabilité représente une excellente occasion économique pour le secteur pour faire progresser les visées alimentaires du pays. Les consommateurs, les clients, les investisseurs et les organismes réglementaires de partout dans le monde, s'attendent de plus en plus à ce que la production et l'approvisionnement alimentaires

soient durables et responsables. Grâce à cet indice, le Canada peut démontrer de façon crédible ses antécédents, son leadership et marquer des progrès par les améliorations apportées dans le futur.

L'indice est destiné à être utilisé par l'ensemble du secteur agroalimentaire canadien. Tous les acteurs, de la production au commerce de détail (y compris la restauration, les épiceries, les services alimentaires), peuvent utiliser l'indice sur le marché et comparer la performance de leur segment en matière de durabilité. L'indice ne vise

GRÂCE À CET INDICE, LE CANADA PEUT DÉMONTRER DE FAÇON CRÉDIBLE SES ANTÉCÉDENTS, SON LEADERSHIP ET MARQUER DES PROGRÈS PAR LES AMÉLIORATIONS APPORTÉES DANS LE FUTUR.

pas à mesurer les performances individuelles des exploitations agroalimentaires ou des entreprises, mais s'appuiera sur des statistiques nationales existantes pour établir des points de référence nationaux. Le projet est aussi l'occasion de déterminer la meilleure façon de synthétiser les statistiques recueillies par les initiatives sectorielles, et les PPC en tiendront compte au fur et à mesure que les initiatives de durabilité et la recherche se poursuivront dans notre industrie.

En accélérant le développement de l'indice en 2021-2022, le projet pilote « Indice 1.0 » doit être lancé plus tard en 2022. Les partenaires cherchent à obtenir un financement à plus long terme en 2023, afin de mettre sur pied le Centre de l'analyse comparative du secteur agroalimentaire proposé pour gérer et améliorer l'indice.

La coalition est en ligne à [agrifoodindex.ca](http://agrifoodindex.ca).



## PROMOTION DES PROGRAMMES À LA FERME DES PPC

Vers la fin de 2021, une campagne a été lancée pour promouvoir les programmes à la ferme des PPC et la marque Élevé par un producteur canadien. L'objectif était de faire connaître aux participants potentiels des services alimentaires et de l'hôtellerie les avantages de s'associer à la marque et à ce qu'elle représente.

Les restaurateurs exigent de plus en plus de transparence sur la provenance de leurs aliments et la façon dont ils sont produits. L'on crée des menus contenant des légendes ou marques de certification attirant l'attention sur de précieuses caractéristiques à valeur ajoutée et des outils efficaces sont mis à disposition pour rassurer et informer les clients de tous les segments.

Cependant, il est important de veiller à ce que ces symboles soient assis sur une solide base, pour éviter qu'ils ne deviennent des outils de marketing vides de sens; en fait, il s'agit de garantir aux partenaires que le programme Élevé par un producteur canadien est fondé sur du concret.

Plusieurs tactiques ont été utilisées pour promouvoir nos programmes à la ferme tout au long de 2021. Par exemple, les magazines *Western Restaurant News* et *Foodservice & Hospitality* ont été choisis pour rejoindre cette population précise. La campagne comprenait des publicités imprimées, des courriels de masse, du contenu mis en vedette et des publicités numériques. Les copies papier de *Western Restaurant News* ont été distribuées à 15 000 initiés de l'industrie et *Foodservice & Hospitality* a rejoint 19 000 autres lecteurs. Parmi eux l'on compte plus de 2 000 chefs cuisiniers. La campagne numérique a touché plus de 33 000 personnes.

## RECHERCHE AVICOLE

Les Producteurs de poulet du Canada sont membres fondateurs du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC). Le CRAC appuie la recherche avicole au Canada et la formation de personnel hautement qualifiées pour le secteur avicole du Canada. Les PPC sont représentés au conseil d'administration du CRAC par Ray Nickel, de la Colombie-Britannique.

Chaque année, le CRAC lance un appel de lettres d'intention, qui demeure ouvert pendant environ six semaines. Dès l'annonce de l'appel, une liste des priorités de recherche est établie pour l'année en question.

Avec la participation du milieu universitaire, du gouvernement et de l'industrie, le CRAC révisé continuellement sa liste de priorités de recherche et, au besoin, l'adapte pour tenir compte des enjeux existants et émergents qui revêtent de l'importance pour ses membres. Pour autant qu'ils demeurent d'une grande importance, les domaines prioritaires individuels feront l'objet d'appels futurs à intervalles réguliers afin de promouvoir la continuité des programmes de recherche existants.

En janvier 2021, le CRAC a lancé un appel de propositions pour trois catégories de recherche :

- 1) SALUBRITÉ DES ALIMENTS
- 2) SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DE LA VOLAILLE
- 3) PRODUCTIVITÉ ET DURABILITÉ

Ces catégories ont été choisies sur la base des priorités de la *Stratégie nationale de recherche pour le secteur avicole du Canada*. Les sujets de recherche des PPC ont été inclus dans cet appel.

Le conseil d'administration du CRAC s'est réuni le 6 décembre 2021 pour examiner les 12 lettres



d'intention qui ont été envoyées aux fins d'examen par les pairs (23 lettres d'intention ont été reçues au total). Après examen, le CRAC a approuvé le financement de six projets de recherche.



Dans le cadre de l'appel de propositions normal du CRAC qui a lieu chaque année, les PPC octroient des fonds supplémentaires pour des sujets particuliers aux besoins de recherche de notre secteur. En 2021, deux projets ont reçu une somme de 60 000 \$ :

1. Deborah Adewole, Université de Dalhousie  
– Végétal fonctionnel pour stimuler la santé gastro-intestinale, l'anti-oxydation et l'immunité des poulets à griller
2. Christine Szymanski, directrice générale, VaxAlta Inc. – Vaccin oral ciblant le *Campylobacter jejuni* et le *Clostridium perfringens* pour combattre la maladie d'origine alimentaire et l'entérite nécrotique

En 2021, le CRAC a aussi entrepris un examen de sa gouvernance. Les résultats de cet examen seront discutés et diffusés en 2022.

## COMPTE RENDU DE FINANCEMENT

Jusqu'à la fin de 2021, les membres du CRAC ont engagé plus de 5,1 millions de dollars dans le cadre de nos programmes de financement réguliers à l'appui de 112 projets de recherche dans des universités et des laboratoires du gouvernement fédéral partout au Canada. Bien que la contribution du CRAC soit importante, elle ne représente qu'une fraction de l'appui global à ces projets; les fonds provenant d'autres sources portent le total du programme de recherche à plus de 30 millions de dollars.

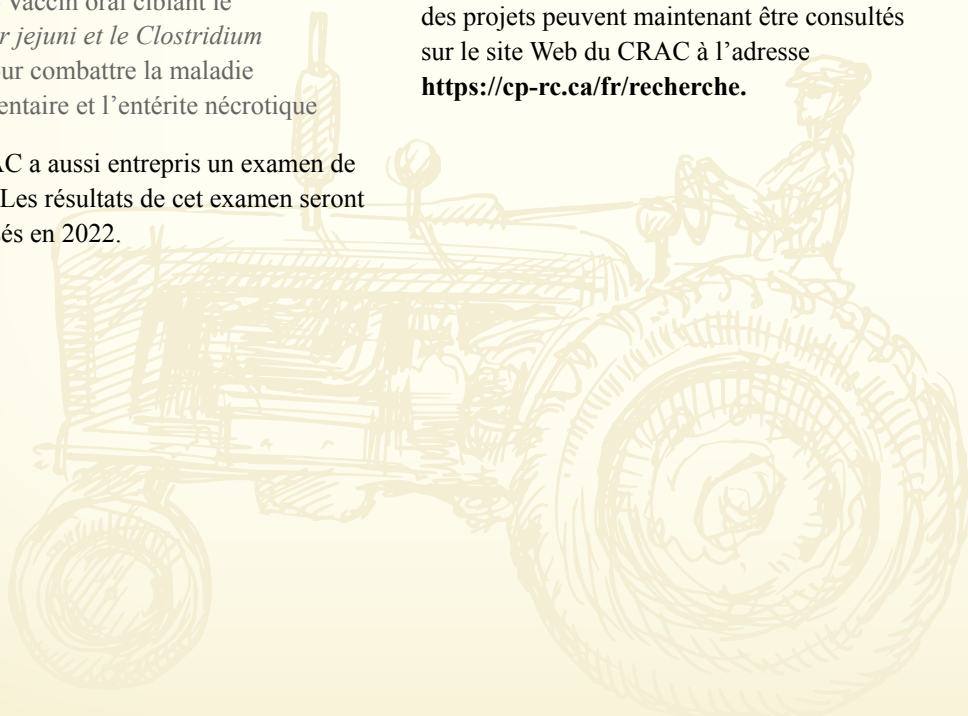
## TROISIÈME GRAPPE AVICOLE

Le secteur avicole canadien a investi 12 millions de dollars dans des projets de recherche dans le cadre du financement de la troisième grappe, cofinancée par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Des projets sont en cours dans 12 universités canadiennes et deux stations de recherche d'AAC, et comptent plus de 55 chercheurs. Les projets de ce programme quinquennal (2018–2023) sont axés sur :

- » Intendance des antimicrobiens
- » Salubrité des aliments
- » Santé de la volaille
- » Bien-être de la volaille
- » Durabilité

Le CRAC a consacré des fonds au transfert de connaissances et de technologies (TCT) pour toutes les recherches découlant du projet de grappes. Les faits saillants de la recherche et les résumés des projets peuvent maintenant être consultés sur le site Web du CRAC à l'adresse <https://cp-rc.ca/fr/recherche>.

# IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATIONS





# IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATIONS

LE SUCCÈS DE LA MARQUE *ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN* S'EST POURSUIVI EN 2021, MALGRÉ LA PANDÉMIE.

**N**ous avons maintenu nos taux de sensibilisation actuels et les avons augmentés, notamment avec les millénariaux. Nos publicités télévisées et numériques actuelles ont également maintenu leur taux de sympathie au-dessus de 80 %, et nous renouvelons actuellement nos publicités pour l'année 2022.

En 2021, la marque *Élevé par un producteur canadien* était en vedette :

## À LA TÉLÉVISION

DANS LES VIDÉOS À LA DEMANDE

EN PRÉVIDÉOS

SUR LES TÉLÉVISIONS CONNECTÉES

DANS LA CAMPAGNE DE PUBLIPOST-AGE ÉLECTRONIQUE DE CHÂTELAINE

DANS LA CAMPAGNE DE PUBLIPOST-AGE ÉLECTRONIQUE DE TODAY'S PARENT

SUR LA PAGE D'ACCUEIL DE MSN (F)

DANS LE BULLETIN ÉLECTRONIQUE DE RICARDO (F)

SUR LE SITE WEB DES PPC

DANS TOUS LES MÉDIAS SOCIAUX (LES NÔTRES ET CEUX DE NOS AM-BASSADEURS DE LA MARQUE)

EN LIGNE – SUR NOTRE PROPRE SITE WEB ET PAR LA PUBLICITÉ EN LIGNE

CHEZ NOS MARQUES PARTENAIRES, SUR LES EMBALLAGES, DANS LES MAGASINS, DANS LEURS SITES WEB ET LEURS RÉSEAUX SOCIAUX



Le conseil d'administration a convenu d'augmenter les dépenses consacrées à la marque dans le but d'élargir notre public pour inclure tous les adultes, notamment les millénariaux. Après avoir mené de nombreuses

recherches auprès de la population canadienne, le conseil a également convenu de modifier le message général de la marque pour se concentrer à la fois sur la santé et la polyvalence, en promouvant notamment le fait que les Canadiens peuvent manger du poulet plusieurs fois par semaine, et ne jamais devoir manger le même plat deux fois.

À la fin de 2021, une recherche a été réalisée pour trouver une agence qui serait chargée de créer les nouvelles publicités de 2022. Une série de concepts publicitaires portés par la nouvelle orientation du message a été développée et testée auprès des consommateurs. Ces publicités seront filmées et affinées en 2022, dans le but de les diffuser à partir de l'automne.

Notre nouveau site Web poulet.ca a été lancé au début de 2021 et a reçu de la rétroaction très positive. Notre engagement dépasse celui des années précédentes, tant sur les réseaux sociaux ou dans le site Web lui-même que sur notre chaîne YouTube.

Nous avons renforcé nos partenariats avec Wild Wing, Chalet Suisse et Turtle Jacks en 2021, et nous sommes actuellement en négociation avec plusieurs autres marques. Actuellement, nous avons actuellement des ententes avec plus de 30 entreprises.

## CRÉATION DE RECETTES ET DE VIDÉOS

Cette année, nous avons créé 20 nouvelles recettes inspirées de différentes cultures du monde. Parmi celles-ci :

1. Poulet frit à la mode de Nashville – à la friteuse à air chaud
2. Nachos au poulet Buffalo
3. Rouleaux de feuilles de riz au poulet et aux légumes
4. Bol de salade de chou frisé et de quinoa avec poulet grillé
5. Pilaf au poulet au beurre noisette et à la sauge
6. Poulet parmesan classique
7. Poulet Wellington aux champignons
8. Gnocchis au poulet rôti sur la plaque
9. Bol de quinoa et de poulet Shawarma
10. Burrito de poulet effiloché au barbecue en bol

Nous avons également créé 10 vidéos explicatives pour les consommateurs, et en faisons la promotion sur nos réseaux sociaux.



En 2022, nous nous inspirerons encore davantage des pays et cultures du monde, tous plus diversifiés les uns que les autres.

## MOIS NATIONAL DU POULET

Cette année, au lieu d'embaucher du personnel à l'extérieur pour promouvoir le mois national du poulet, nous avons décidé de nous en occuper à l'interne.

On a demandé aux offices provinciaux de solliciter des vidéos de consommateurs dans leur cercle, mettant en vedette un plat de poulet de leur culture. Nous avons également tiré parti de notre nouveau partenariat avec la Fédération culinaire canadienne pour amener les chefs à présenter des plats mettant en vedette un plat de poulet de leur culture. Les chefs pouvaient gagner des prix en argent, avec des dons de contrepartie à une banque alimentaire de leur choix. Plus de 40 chefs ont accepté de relever le défi et préparé des plats tout aussi

magnifiques qu'alléchants, provenant de multiples nationalités et pays.

Nous avons renforcé ces messages, tant sur Facebook que sur Instagram. Les participants et les consommateurs qui ont regardé les vidéos ont fortement réagi.

Les prix en argent des trois premières positions de ce défi étaient accompagnés d'un don équivalent à une banque alimentaire choisie par les gagnants.

**1<sup>RE</sup> POSITION**  
5 000 \$ EN PRIX  
5 000 \$ EN DON  
GAGNANTE : CHEF FROILAN OFIAZA  
BANQUE ALIMENTAIRE : HARVEST MANITOBA

**2<sup>E</sup> POSITION**  
2 000 \$ EN PRIX  
2 000 \$ EN DON  
GAGNANTE : CHEF CORALIE VAN DE BRUINHORST  
BANQUE ALIMENTAIRE : INTERFAITH FOOD BANK SOCIETY OF LETHBRIDGE

**3<sup>E</sup> POSITION**  
1 000 \$ EN PRIX  
1 000 \$ EN DON  
GAGNANTE : CHEF ERIKA ARAUJO  
BANQUE ALIMENTAIRE : DAILY BREAD FOOD BANK

## MÉDIAS SOCIAUX

Nous avons très bien réussi à créer des relations avec nos consommateurs et à trouver de nouvelles façons de les rejoindre. Cela a un effet absolument positif sur notre crédibilité. Ils constatent qu'il y a des gens derrière la marque et ils peuvent s'identifier à ces derniers. Nous avons également commencé à expérimenter de nouvelles plateformes, en particulier TikTok.

## RECHERCHE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

En 2021, nous avons mené plusieurs recherches auprès des consommateurs axées sur différents enjeux.

Nous avons mené une étude sur la notoriété de la marque, qui a montré que nous avons un taux de notoriété de la marque de 40 %, et que nous avons réussi à le faire passer à 42 % chez les millénariaux. Nous avons aussi appris que les Canadiens veulent encore que leur poulet soit canadien, qu'ils aiment notre logo et qu'ils font confiance à nos agriculteurs.



Nous avons mené un vaste sondage qualitatif de cinq jours auprès des consommateurs au sujet de notre marketing et de notre publicité, ainsi que de nos messages sur les produits d'origine végétale et la durabilité. Les résultats nous ont aidés à créer un nouvel énoncé de marque axé sur la polyvalence du poulet, et nous avons beaucoup appris sur les perspectives concernant divers aspects de nos efforts de marketing. Cela contribuera grandement à créer de nouvelles possibilités de transmettre des messages intéressants pour la marque, ainsi que sur les protéines simulées d'origine végétale et la durabilité.

Nous menons actuellement un sondage auprès des Canadiens pour connaître leur opinion sur l'activisme en faveur des droits des animaux et mettons des concepts publicitaires à l'essai auprès des consommateurs pour la campagne 2022. Nous avons aussi acheté des études sur les changements survenus chez les consommateurs depuis le début de la pandémie. Cela contribuera à orienter les messages de marketing à l'avenir.

LES RÉSULTATS NOUS ONT AIDÉS À CRÉER UN NOUVEL ÉNONCÉ DE MARQUE AXÉ SUR LA POLYVALENCE DU POULET, ET NOUS AVONS BEAUCOUP APPRIS SUR LES PERSPECTIVES CONCERNANT DIVERS ASPECTS DE NOS EFFORTS DE MARKETING.

En 2022, nous entamerons notre étude sur les usages et attitudes auprès des consommateurs, en vue d'une présentation au conseil d'administration au milieu de l'année. Réalisée pour la première fois en 1995, cette étude est menée tous les trois ans depuis. Il s'agit d'une étude en continu sur les comportements et les attitudes des consommateurs envers le poulet canadien. L'information contenue dans cette étude permettra aux PPC et à ses divers

intervenants de surveiller les tendances actuelles et nouvelles et de cerner les problèmes qui nécessitent une attention ou une action.

## CAMPAGNE RÉCONFORT D'ICI

Cette campagne était la seconde édition du concept GO5 (producteurs laitiers, d'œufs et de volaille du Canada) visant à promouvoir le mouvement « Achetez canadien ». Elle s'est déroulée du 9 au 31 août dans les médias sociaux. Cette campagne a contribué à améliorer toutes les perceptions majeures entourant le soutien aux agriculteurs locaux et l'importance d'acheter des aliments produits au Canada avec des gains importants par rapport à 2020.

Plus des trois quarts des personnes ayant été rejointes par le programme ont cherché des articles connexes, et plus de la moitié (54 %) ont fait un achat. Le recours à des influenceurs s'est traduit par une adhésion de plus en plus forte et des retombées plus positives chez l'ensemble des répondants. Les PPC ont également appuyé la campagne par l'entremise de leurs propres réseaux sociaux.

## SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS - SANTÉ

Dans le cadre de notre stratégie de prise de contact avec les consommateurs, nous avons mis en vedette l'un de nos principaux influenceurs, Phil McKenzie de LeanSquad, qui a collaboré avec nous dans de nombreuses initiatives. Il a participé à deux segments en ondes sur Global TV, dont les messages s'articulaient autour de la nature saine du poulet (et quelques mentions de l'avantage du poulet par rapport aux produits d'origine végétale).

Dans La Presse, nous avons diffusé une publicité numérique plein écran et une double publicité grand format pendant une semaine.

## STRATÉGIE RELATIVE À L'ACTIVISME VÉGÉTALIEN

En 2021, nous avons participé aux foires commerciales suivantes, où nous avons pris la parole lors de séances, tenu des kiosques virtuels et participé à des activités portant sur les soins aux animaux et des messages selon lesquels les stratégies activistes ne tiennent pas compte de la réalité canadienne.





1. Restaurants Canada – kiosque, présentation des conférenciers, séances, visite virtuelle d’une ferme et séance de questions et réponses avec un agriculteur, les PPC et le CCTOV
2. Canadian Grocer – webinaire avec visite virtuelle d’une ferme d’élevage de poulets et séance de questions et réponses avec un producteur, les PPC et le CCTOV
3. Conférence sur les innovations en alimentation – kiosque, présentation des conférenciers, messages, matériel
4. Canadian Restaurant Investment & Leadership Summit – kiosque, présentation de conférenciers, séances d’information, visite virtuelle d’une ferme et séance de questions et réponses avec un agriculteur, les PPC et le CCTOV

Nous avons également tenu plusieurs réunions avec des détaillants et des restaurants, dont plusieurs subissent de fortes pressions de la part d’organisations militantes. Ces rencontres ont pour but d’expliquer la réalité canadienne des soins aux animaux et d’inciter ces entreprises à ne signer aucun engagement en matière de soins aux animaux sans au moins nous en parler au préalable.

Autres initiatives :

- » National Post — Deux pages sur les soins aux animaux, les protéines animales (par rapport à celles d’origine végétale), la durabilité et la marque Élevé par un producteur canadien.
- » Innovation Canada – quatre documents en ligne axés sur ce qui précède.
- » Restaurants Canada Menu Magazine – Article et publicité sur les soins aux animaux.
- » Formation des agriculteurs – nous avons tenu deux séances avec les agriculteurs pour les former à l’activisme, à leur rôle d’ambassadeur, et plus encore.
- » Unité des communications travaillant au Groupe de travail commun sur le bien-être des animaux.
- » Avons dirigé deux interventions interespèces pour contrer des tactiques militantes contre la restauration.
- » Travail continu avec le Centre canadien pour l’intégrité des aliments.
- » Nous avons créé une infographie décrivant les répercussions environnementales de la transformation du secteur vers la production de poulet à croissance plus lente. Nous en avons fait la promotion active.
- » Nous avons également retenu les services d’un expert-conseil pour nous aider à travailler et à communiquer avec les détaillants et les services alimentaires dans le cadre de notre programme

de soins aux animaux et nous avons organisé un appel pour nous assurer que les entreprises communiquent directement avec les PPC et le CCTOV si elles font face à des tactiques d’activisme. Ceci comprenait :

- » La coordination des webinaires et des conférences.
- » La coordination de toutes les possibilités publicitaires, imprimées et numériques entre les PPC et Canadian Grocer, ainsi qu’avec Restaurants Canada.

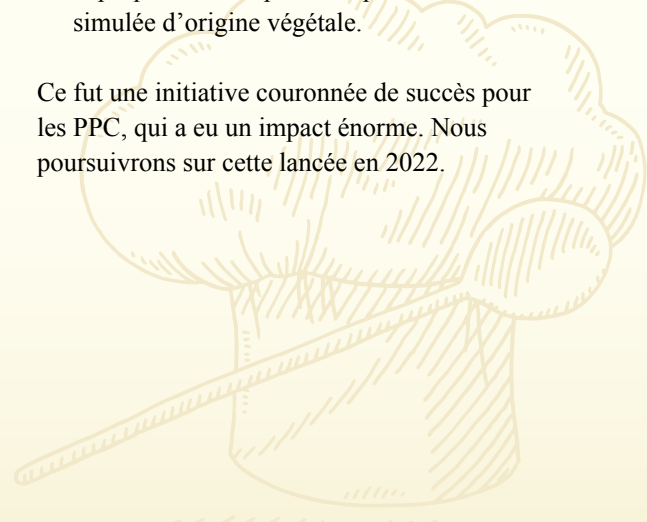
## STRATÉGIE RELATIVE AUX VIANDES SIMULÉES D’ORIGINE VÉGÉTALE

Le Conseil d’administration a approuvé une stratégie visant à utiliser des tactiques pour contrer la perception selon laquelle les viandes simulées d’origine végétale sont plus saines que le poulet. Les publics cibles étaient les étudiants universitaires et les parents d’enfants jeunes et adolescents.

Les tactiques étaient les suivantes :

- » Travailler avec des professionnels de la santé respectés sur différentes plateformes, y compris TikTok et Instagram.
- » Collaborer avec Natation Canada pour produire et distribuer du contenu axé sur l’importance des protéines pour la santé, à l’aide de plateformes populaires chez les jeunes comme les médias sociaux, blogTO, MTLblog et d’autres.
- » Créer du contenu pour Narcity – un site très populaire auprès de jeunes publics.
- » Créer du contenu dans un contexte national de relations avec les médias.
- » Diffuser des communiqués de presse audio qui expliquent et comparent le poulet et la viande simulée d’origine végétale.

Ce fut une initiative couronnée de succès pour les PPC, qui a eu un impact énorme. Nous poursuivons sur cette lancée en 2022.



# SURVEILLANCE DU MARCHÉ



# SURVEILLANCE DU MARCHÉ

LES ÉLEVEURS DE POULET DU CANADA ONT PRODUIT 1 318 MILLIONS DE KG (M DE KG) EN 2021. APRÈS AVOIR SUBI UNE RÉDUCTION DE LA PRODUCTION EN 2020 EN RAISON DE LA PANDÉMIE DE COVID, LA PRODUCTION S'EST REDRESSÉE ATTEIGNANT 3,6 % DE PLUS EN 2021. LE VOLUME PRODUIT EN 2021 REPRÉSENTE ÉGALEMENT UNE AUGMENTATION DE 1,6 % PAR RAPPORT À 2019.

Les estimations préliminaires montrent que la consommation de poulet par habitant en 2021 (CPH) était de 35\$,0 kg, soit une augmentation de 0,6 kg par rapport à l'année précédente et presque de retour à son niveau de 2019. Le poulet est demeuré la protéine la plus populaire auprès des Canadiens. Par ailleurs, le CPH de bœuf en 2020 est estimé à 24,2 kg, soit 1,4 kg de moins qu'en 2020, et le CPH de porc était estimé à 21,4 kg, soit 2,6 kg de plus qu'en 2020.

Le prix moyen du poulet vivant payé aux agriculteurs canadiens en 2021 était de 1,831 \$ par kg de poids vif, ce qui représente une augmentation de 0,216 \$ par rapport à 2020. Au début de 2021, les stocks de poulet congelé étaient de 58,9 M de kg, puis ont chuté au niveau le plus bas de l'année au troisième trimestre en raison des tendances saisonnières habituelles, qui sont plus prononcées cette année en raison d'une importante sous-production au cours de cette période pour terminer l'année à 58,6 M de kg.

## PRODUCTION PAR PROVINCE

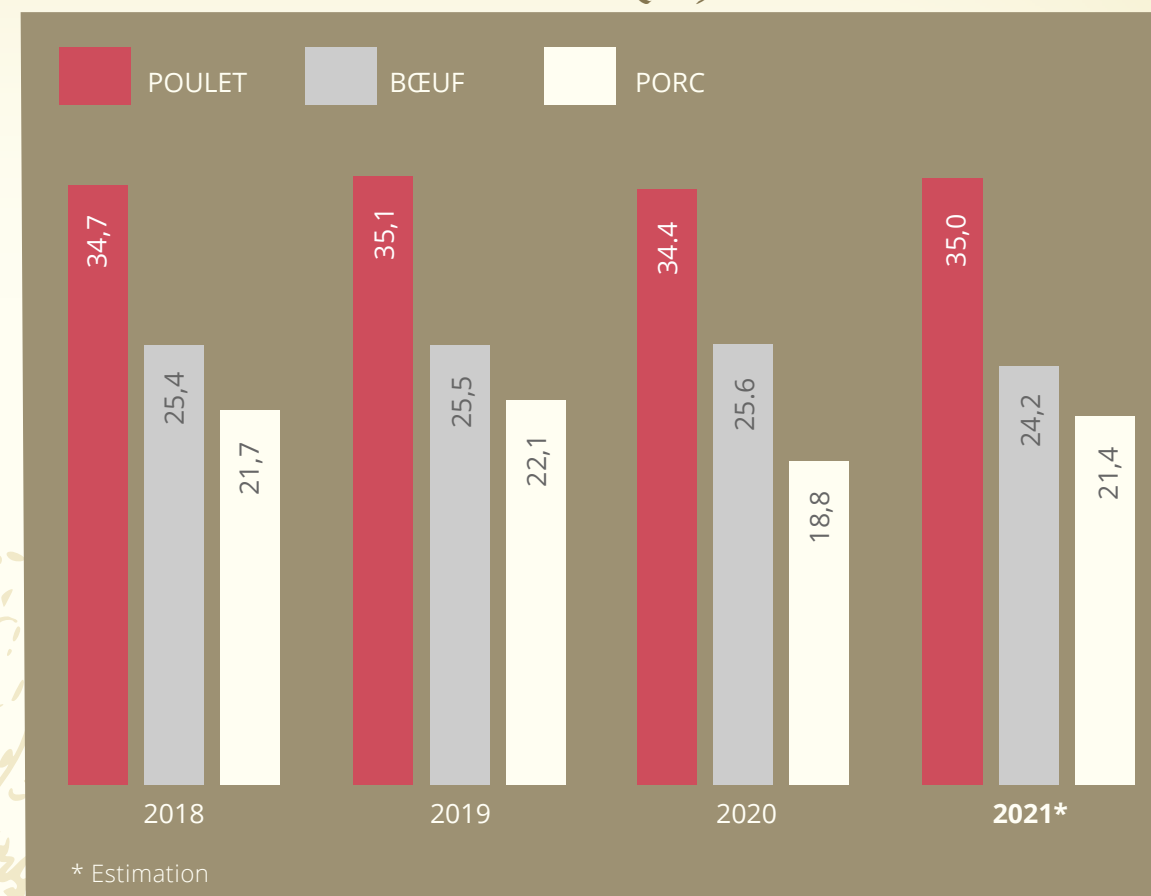
L'année 2021 a couvert sept périodes de production, de A-167 (20 décembre 2020 au 13 février 2021) à A-173 (21 novembre 2021 au 15 janvier 2022). Les allocations nationales par rapport aux allocations de base sont passées de 5 % au-dessous de la base pour la période A-168 (14 février 2021 au 10 avril 2021) à 6,5 % au-dessus de la base pour la période

A-172 (26 septembre 2021 au 20 novembre 2021). La situation de la COVID a continué d'avoir un impact sur l'offre et la demande de poulet en 2021, et les allocations ont été établies et parfois rajustées en conséquence. Avec le déploiement accéléré de la vaccination et la réouverture progressive du secteur de la restauration, les allocations pour le second semestre ont été fixées au-dessus de la base pour répondre à la demande croissante.

La production canadienne de poulet a atteint 1 318 M de kg en 2021. Cela représente 3,6 % (45,9 M de kg) de plus qu'en 2020 et 1,6 % (20,2 M de kg) de plus qu'avant la pandémie de 2019. La production dans le cadre de la politique d'expansion du marché des PPC était estimée à 41,5 M de kg, ce qui représente une augmentation de 3,2 M de kg par rapport à 2020. La production spécialisée est passée de 9,2 M de kg en 2020 à 10,2 M de kg en 2021.

En raison des allocations prudentes pour les premières périodes de 2021, la production au premier semestre de 2021 a été inférieure de 1,3 % à celle des mêmes mois de 2020. La deuxième moitié de 2021 a connu une augmentation de la production de 8,7 % par rapport à la même période de l'année dernière, alors que la production s'était trouvée réduite en réaction à la baisse de la demande du secteur de la restauration en raison de la pandémie. La production au cours des six derniers mois de 2021 a été considérablement inférieure au volume alloué en raison de problèmes d'approvisionnement en poussins en Ontario, d'une grève de plusieurs semaines dans une importante usine de transformation au Québec et de vagues de chaleur en Colombie-Britannique.

## CONSOMMATION PAR HABITANT (KG)



## PRIX À LA PRODUCTION

Le prix moyen pondéré à la production pour 2021 était de 1,831 \$ le kilogramme, ce qui représente une augmentation de 21,6 % (13,4 %) par rapport à 2020. Le prix réel à la production a démarré à 1,692 \$ le kilogramme à la période A-167 et s'est terminé à 1,860 \$ le kilogramme à la période A-173, pour culminer à 1,903 \$ le kilogramme à la A-171.

Le prix des aliments du bétail représente un coût élevé des intrants dans la production de poulet. Le prix du maïs et du soja ont subi une forte hausse au dernier trimestre de 2020 en raison de la demande exceptionnelle à l'exportation des produits alimentaires du bétail des États-Unis et sont demeurés élevés tout au long de 2021.

## PRIX DE GROS

Express Markets Inc. (EMI), une entreprise de recherche de prix, fournit des prix de gros complexes pour quatre grandes catégories de coupes de poulet : les poitrines, les ailes, les cuisses, les poulets entiers, ainsi qu'un indice composite de marché. L'indice composite du marché était en moyenne de 3,91 \$/kg en 2021, soit 36 cents de plus qu'en 2020. L'indice ailes (6,23 \$/kg) et poitrine (5,77 \$/kg) ont connu les augmentations les plus importantes, soit 106 cents et 60 cents respectivement par rapport à 2020. L'indice des poulets entiers (4 \$/kg) et l'indice des cuisses (2,78 \$/kg) ont également augmenté de façon significative par rapport à 2020.

Les prix de gros ont commencé l'année à des niveaux similaires à ceux des années précédentes, mais ont augmenté rapidement à la fin de l'hiver et au début du printemps. Les indices de poitrine et de cuisse ont culminé vers le milieu de l'année, tandis que les prix des ailes et des poulets entiers sont restés très élevés tout au long de 2021. La demande pour les ailes était très forte et l'indice moyen de cette découpe a dépassé celui des poitrines de 45 cents en 2021.



## PRODUCTION PROVINCIALE DE POULET (000 KG ÉVISCÉRÉS)

| Province                | 2021      | 2020      | % variation |
|-------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Colombie-Britannique    | 188 712   | 186 986   | 0,92%       |
| Alberta                 | 131 064   | 127 284   | 2,97%       |
| Saskatchewan            | 48 463    | 47 975    | 1,02%       |
| Manitoba                | 52 703    | 52 184    | 1,00%       |
| Ouest                   | 420 943   | 414 428   | 1,57%       |
| Ontario                 | 449 004   | 428 864   | 4,70%       |
| Québec                  | 348 255   | 333 431   | 4,45%       |
| Centre                  | 797 259   | 762 295   | 4,59%       |
| Nouveau-Brunswick       | 34 867    | 33 964    | 2,66%       |
| Nouvelle-Écosse         | 43 627    | 41 065    | 6,24%       |
| Île-du-Prince-Édouard   | 4 663     | 4 498     | 3,68%       |
| Terre-Neuve-et-Labrador | 16 593    | 15 823    | 4,87%       |
| Atlantique              | 99 751    | 95 349    | 4,62%       |
| CANADA                  | 1 317 953 | 1 272 073 | 3,61%       |

## 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    | 185,0                    | 187,3                      | 1,28%                                |
| Alberta                 | 133,0                    | 136,3                      | 2,41%                                |
| Saskatchewan            | 46,2                     | 46,6                       | 0,88%                                |
| Manitoba                | 54,0                     | 54,5                       | 0,93%                                |
| Ontario                 | 458,2                    | 464,3                      | 1,34%                                |
| Québec                  | 355,4                    | 360,7                      | 1,50%                                |
| Nouveau-Brunswick       | 36,2                     | 36,7                       | 1,46%                                |
| Nouvelle-Écosse         | 45,5                     | 46,1                       | 1,27%                                |
| Île-du-Prince-Édouard   | 4,9                      | 5,0                        | 1,78%                                |
| Terre-Neuve-et-Labrador | 17,8                     | 18,1                       | 1,16%                                |
| CANADA                  | 1 336,2                  | 1 355,5                    | 1,45%                                |

\* Periods : A167-A173

## PRIX AU DÉTAIL

Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement liées au COVID et la demande refoulée ont déclenché l'inflation au Canada et dans le monde en 2021. Le taux d'inflation a atteint des niveaux sans précédent depuis 2003 et l'indice des prix à la consommation (IPC) global s'est établi en moyenne à 141,6 en 2021, soit une hausse de 3,4 % par rapport à 2020.

L'IPC pour le poulet frais et congelé était en moyenne de 179,2 en 2021, en hausse de 9,4 points (5,5 %) par rapport à 2020. Toutes les viandes ont vu leur IPC augmenter significativement l'an dernier, en particulier la dinde, qui a affiché une augmentation de 12,6 points (9,5 %). L'IPC de la viande bovine a augmenté de 6 points (3,1 %) et celui de la viande porcine de 4,3 points (2,9 %), ce qui porte leur indice annuel moyen à 202,4 et 153,5, respectivement.

Les prix de la viande au détail ont connu des hausses et des baisses au premier semestre 2021. Les données de Statistique Canada montrent que le prix de détail moyen du poulet était de 7,87 \$ le kg en 2021, soit 44 % (5,9 %) de plus qu'en 2020. De mai à octobre 2021, les prix du poulet ont augmenté de 75 cents (10 %), pour culminer en octobre à 8,51 \$ le kg.

Pour le porc, Statistique Canada fait rapport sur les prix de détail du bacon et des côtelettes de porc. Un kilogramme de côtelettes de porc coûte en moyenne 12,08 \$, soit neuf cents (0,8 %) de plus qu'en 2020. En outre, 500 grammes de bacon ont coûté 7,95 \$ aux consommateurs canadiens, en hausse de 79 cents (11,1 %) par rapport à 2020.

Les prix de toutes les coupes de bœuf, à l'exception du bœuf haché le plus abordable, ont fortement augmenté en 2021; il s'agit de la deuxième année où les prix sont en nette hausse. En 2020, les prix du bœuf ont augmenté au cours des mois de juin et juillet, lorsque plusieurs usines de transformation du bœuf ont dû fermer temporairement ou réduire leur production en raison d'éclousions de COVID. En 2021, le rôti de côtes, l'une des coupes de bœuf haut de gamme, a coûté aux consommateurs 4,24 \$ de plus par kilogramme (11,9 %) par rapport à l'année précédente, tandis que le bifteck de surlonge (1,39 \$ de plus par kilogramme), le rôti de palette semi-désossée (82 cents de plus par kilogramme), le bœuf à ragoût et le bifteck de ronde (tous deux 60 cents de plus par kilogramme) ont affiché des hausses de prix moindres, mais tout de même significatives.

## IMPORTATIONS

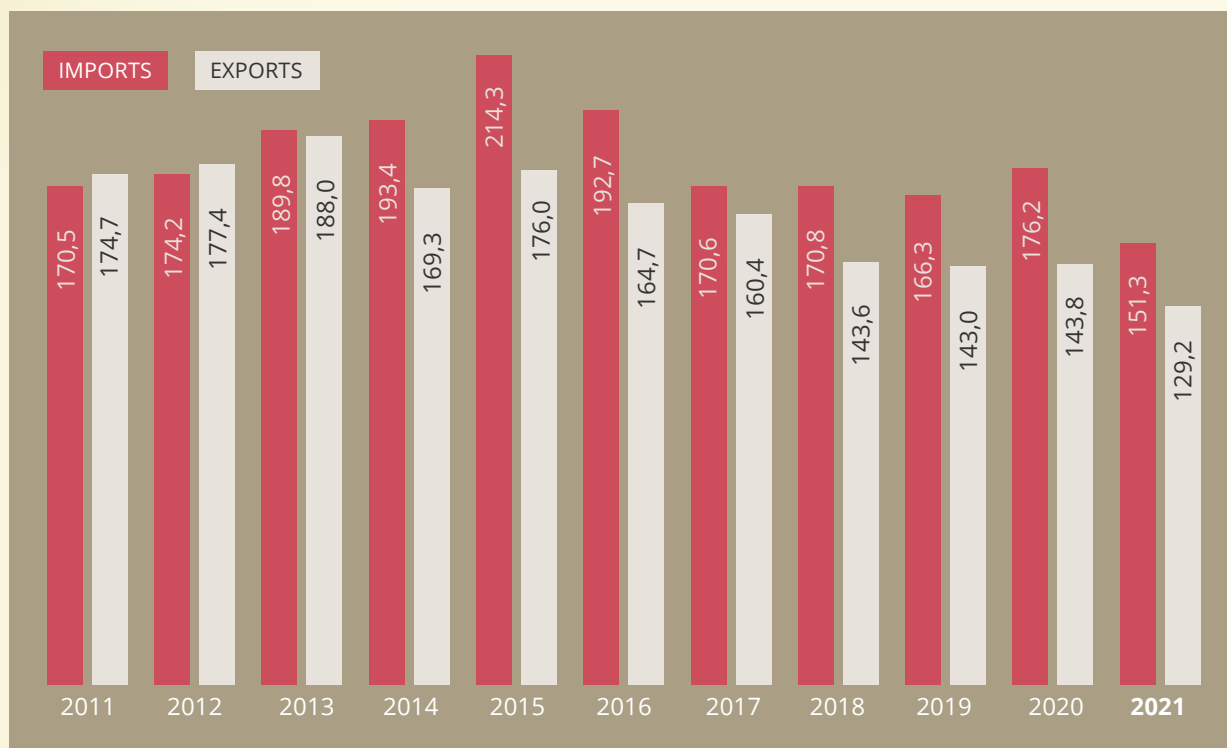
Le contingent tarifaire (CT), administré par Affaires mondiales Canada (AMC), a été fixé à 88,8 Mkg en 2021, constitué de 39,8 Mkg pour l'OMC et de 49 Mkg pour l'ACEUM pour un total de 88,3 Mkg en incluant une retenue de 0,5 Mkg. Le volume réel des importations assujetties à ces deux CTs s'élevait à 86,1 Mkg et 3,4 Mkg a été autorisé en importations supplémentaires pour la concurrence, pour un total de 89,5 Mkg. De plus, un demi-million de kilogrammes ont été importés en vertu du contingent tarifaire du PTPGP.

Des usines de transformation aux États-Unis (É.-U.) ont connu d'importants problèmes de main-d'œuvre, ce qui a eu une incidence sur la capacité de désossage et a entraîné une augmentation des importations de produits avec les os et une diminution des importations de produits désossés. Le poulet en morceaux avec les os représentait 50 % du volume total importé en 2021, tandis que les importations de poulet en morceaux désossés ne représentaient que 20 % du volume total en 2021, contre 40 % l'année précédente. Les importations de produits du poulet transformés représentaient 30 % du volume total, ce qui est considérablement plus élevé qu'en 2020. Le Canada n'a pas importé de poulet entier vivant et éviscéré en 2021.

DES USINES DE  
TRANSFORMATION AUX ÉTATS-  
UNIS (É.-U.) ONT CONNU  
D'IMPORTANTS PROBLÈMES  
DE MAIN-D'ŒUVRE, CE QUI  
A EU UNE INCIDENCE SUR LA  
CAPACITÉ DE DÉSOSSAGE ET A  
ENTRAÎNÉ UNE AUGMENTATION  
DES IMPORTATIONS DE  
PRODUITS AVEC LES OS ET UNE  
DIMINUTION DES IMPORTATIONS  
DE PRODUITS DÉSOSSÉS.



## IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS DE POULET CANADIEN (MKG, AAC)



Comme les années précédentes, les États-Unis représentaient le principal fournisseur de poulet importé par le Canada dans le cadre du contingent tarifaire en 2021, avec 51,2 M de kg (60 %), dont 48,3 M de kg ont été importés par l'entremise de l'ACEUM et les 2,9 M de kg restants ont été importés sous l'OMC. Le Brésil et la Thaïlande sont demeurés les deuxième et troisième exportateurs de poulet au Canada, comptant respectivement pour 20 % (17,3 M de kg) et 11 % (9,3 M de kg) du total des importations canadiennes de poulet sous contingent tarifaire. Trois pays européens (Hongrie, Allemagne et Grande-Bretagne) ont représenté ensemble 9,4 % (8,1 M de kg) du total des importations contingentes, la majeure partie (6 M de kg) provenant de Hongrie. Le Canada a également importé de petites quantités de poulet de l'Argentine, du Chili et d'Israël en 2021.

AMC est également chargée de gérer et de surveiller le Programme d'importation à la réexportation (PIRE). Ce programme permet à l'industrie de la transformation secondaire d'importer du poulet en franchise de droits, sous réserve qu'elle surtransforme le produit et le réexporte. Un total de 17,7 M de kg de poulet a été importé dans le cadre du PIRE en 2021, une diminution de 5,5 M de kg par rapport à 2020.

L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) gère un programme semblable appelé Programme d'exonération des droits (PED). Les participants au programme sont autorisés à importer du poulet et à le réexporter en tant que produit surtransformé dans un délai de quatre ans. Les volumes importés dans le cadre du PED ont connu une baisse constante, passant du pic de volume de 96,3 M de kg en 2015 à 25,2 M de kg en 2019, mais ont augmenté en 2020 et à nouveau en 2021 pour atteindre 35 M de kg.

Les importations de volaille de réforme étaient de 72,3 M de kg éviscérées en 2021, soit 12,7 M de kg (15 %) de moins qu'en 2020, ce qui constituait également le niveau le plus bas depuis 2009. L'offre limitée de poulet combinée aux problèmes de main-d'œuvre et de capacité de désossage aux États-Unis a permis de conserver plus de viande de volaille sur le marché intérieur. Les coupes avec les os, qui représentaient 60 % des importations totales, ont été les plus populaires de la volaille de réforme, mais ont diminué de 0,9 M de kg (2,1 %) par rapport à 2020. Les importations de viande de poulet désossée ont également diminué de façon significative, soit de 4,4 M de kg (35 %) en raison de sa rareté.

## EXPORTATIONS

Les données d'Agriculture et Agroalimentaire Canada montrent que 129,2 M de kg de poulet ont été exportés en 2021, ce qui représente une baisse de 14,6 M de kg (10 %) par rapport à 2020. Les cuisses avec les os, le produit ayant le deuxième plus grand volume d'exportation, ont connu une augmentation significative de 3,0 M de kg. C'est aussi l'une des rares coupes de poulet à avoir connu une croissance positive de ses exportations l'an dernier. D'autres produits d'exportation populaires ont connu une forte baisse, notamment les catégories des coupes désossées du chapitre 16 (Préparations de viande) et de la viande séparée mécaniquement, qui ont toutes deux décliné de manière significative (5,6 % et 8,4 % respectivement).

Les États-Unis sont demeurés la principale destination des exportations en 2021, mais le Canada a également expédié d'importants volumes de poulet aux Philippines, à Taïwan, en Jamaïque, en Arménie, au Tadjikistan, à Cuba, en République démocratique du Congo, en Guinée, au Tadjikistan, en Afrique du Sud et dans plusieurs autres destinations.

## STOCKS EN ENTREPÔT

Les volumes totaux de stocks congelés en entrepôt ont commencé 2021 à 58,9 M de kg pour terminer l'année à 0,3 M de kg de moins, soit 58,6 M de kg. Les stocks en entrepôt ont culminé le 1er avril et ont atteint leur plus bas niveau le 1er juillet à 50 M de kg, le plus bas niveau depuis la fin de 2018, une situation principalement attribuable aux baisses importantes de stocks dans les catégories des poitrines et des cuisses. Les stocks d'ailes ont été stables entre 3 et 4 M de kg au premier semestre 2021, mais ont doublé au second semestre.

La plupart des stocks congelés appartenaient toujours aux catégories du poulet en morceaux et du poulet surtransformé, représentant 87 % du total. Les stocks de poulet entier congelé sont revenus à des niveaux normaux en 2021 après avoir connu des augmentations significatives au cours des premiers mois de la pandémie en 2020. Les stocks de poulets divers congelés, y compris des produits tels que la viande séparée mécaniquement, le cou, les abats et les pattes, ont connu une augmentation substantielle au cours des derniers mois de 2021, terminant l'année à plus de 6 M de kg.

## APERÇU DE L'INDUSTRIE

|   | C.-B. | Alb.  | Sask. | Man.  | Ont.  | Qc    | N.-B. | N.-É. | Î.-P.-E. | T.-N.-L. | TOTAL |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|----------|-------|
| Nombre de producteurs                               | 312   | 246   | 71    | 125   | 1298  | 626   | 39    | 92    | 8        | 6        | 2 823 |
| Taille moyenne de l'exploitation (000 kg poids vif) | 823   | 722   | 929   | 574   | 467   | 755   | 1 216 | 645   | 793      | 3 763    | 633   |
| Usines inspectées par le gouvernement fédéral       | 9     | 4     | 2     | 2     | 8     | 7     | 2     | 1     | 0        | 1        | 36    |
| Usines inspectées par le gouvernement provincial    | 13    | 65    | 1     | 2     | 32    | 5     | 1     | 9     | 3        | 6        | 137   |
| Prix moyen à la production (\$/kg poids vif)        | 1,914 | 1,867 | 1,882 | 1,876 | 1,791 | 1,799 | 1,882 | 1,891 | -        | -        | 1,831 |



## MOUVEMENT INTERPROVINCIAL

Les PPC, de concert avec les offices provinciaux de commercialisation du poulet, surveillent le mouvement interprovincial (MIP) du poulet vivant. Les données relatives au MIP sont fournies sur une base hebdomadaire et mensuelle, puis examinées par des auditeurs externes toutes les quatre périodes. Le MIP total a augmenté de 3,5 M de kg (4,0 %) en 2021 pour atteindre 92 M de kg. La majorité des volumes en MIP sont destinés au

Nouveau-Brunswick, qui a enregistré un volume de 65,1 M de kg, soit 71 % de l'ensemble du MIP au Canada. Le Québec est la province qui a le plus contribué au transport de 44,3 M de kg (48 %) vers d'autres provinces. De plus, le Québec et le Nouveau-Brunswick sont demeurés les principaux partenaires pour le MIP, avec 42 M transportés du Québec au Nouveau-Brunswick, soit 46 % du MIP en 2021.

### MOUVEMENT INTERPROVINCIAL DES POULETS VIVANTS (EN KG POIDS VIFS)

|                 | À                 |                  |                  |                   |                |                   |
|-----------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------|
|                 | N.-B.             | N.-É.            | Ont.             | Qc                | Sask.          | TOTAL À           |
| N.-É.           | 21 984 198        | -                | -                | -                 | -              | 21 984 198        |
| Î.-P.-É.        | 1 107 767         | 5 145 323        | -                | -                 | -              | 6 253 090         |
| Qc              | 42 067 996        | -                | 2 274 915        | -                 | -              | 44 342 911        |
| Ont.            | -                 | -                | -                | 19 047 739        | -              | 19 047 739        |
| Alb.            | -                 | -                | -                | -                 | 285 802        | 285 802           |
| <b>TOTAL DE</b> | <b>65 159 961</b> | <b>5 145 323</b> | <b>2 274 915</b> | <b>19 047 739</b> | <b>285 802</b> | <b>91 913 740</b> |



# SUIVI ET APPLICATION



# SUIVI ET APPLICATION

LA RESPONSABILITÉ DES PPC EST DE FOURNIR UNE POLITIQUE DE SUIVI ET D'APPLICATION NATIONALE EFFICACE POUR LA MISE EN MARCHÉ ORDONNÉE DU POULET.

## AUDIT DU SYSTÈME

Des audits sont effectués auprès des offices de commercialisation provinciaux, des détenteurs de permis d'expansion de marché, des détenteurs de permis de production de spécialité et des détenteurs de permis interprovinciaux à toutes les quatre périodes d'allocation. Les PPC mènent également des audits spéciaux au besoin.

En 2021, le personnel et les auditeurs externes des PPC ont réalisé des audits auprès d'offices provinciaux de commercialisation du poulet aux fins de conformité aux politiques et à la réglementation pour les périodes A-158 à A-165, soit du 4 août 2019 au 24 octobre 2020, et ont entamé les audits des périodes A-166 à A-169,

soit du 25 octobre 2020 au 5 juin 2021. Les audits des périodes A-166 à A-169 seront réalisés au cours du premier trimestre de 2022.

Des audits de rapports de mise en marché du poulet vivant, incluant le transport interprovincial de poulet vivant, ainsi que de détenteurs de permis d'expansion du marché et de production de spécialité ont été effectués par des auditeurs externes pour les périodes A-162 à A-169.

Le rapport d'audit pour les périodes A-158 à A-161 a été présenté au conseil d'administration en mars 2021, et celui des périodes A-162 à A-165 a été soumis aux administrateurs en août 2021. Le rapport d'audit pour les périodes A-166 à A-169 devrait être présenté aux administrateurs en mars 2022.

## ÉVALUATION DE LA COMMERCIALISATION À OUTRANCE

Les évaluations suivantes ont été présentées et approuvées par le conseil d'administration en 2021 :

| PÉRIODE D'AUDIT | OFFICE PROVINCIAL    | REDEVANCES ÉVALUÉES |
|-----------------|----------------------|---------------------|
| A-158/A-159     | COLOMBIE-BRITANNIQUE | 292 010 \$          |
| A-160/A-161     | COLOMBIE-BRITANNIQUE | 125 977 \$          |
| A-160/A-161     | MANITOBA             | 29 473 \$           |
| A-160/A-161     | NOUVELLE-ÉCOSSE      | 11 645 \$           |
| A-160/A-161     | SASKATCHEWAN         | 34 917 \$           |

Les redevances ci-dessus ont été payées entièrement.

## EXPANSION DU MARCHÉ

Les évaluations d'expansion du marché suivantes ont été émises à deux transformateurs primaires pour la production de commercialisation reçue autre que celle prévue aux termes de la politique d'expansion du marché et du permis qu'ils détenaient :

| PÉRIODE D'ALLOCATION | REDEVANCES ÉVALUÉES | ÉQUIVALENT EN KG EXPRIMÉ EN POIDS VIF | ÉVALUATION   |
|----------------------|---------------------|---------------------------------------|--------------|
| A-153                | 73 464 \$           | 122 440                               | OCTOBRE 2021 |
| A-161                | 8 391 \$            | 13 985                                | OCTOBRE 2021 |

## PRODUCTION DE SPÉCIALITÉ

Aucune redevance n'a été évaluée en 2021.

## TRANSFERTS DE CONTINGENT ENTRE PÉRIODES

La politique de transfert de contingent entre périodes offre une flexibilité pour s'adapter aux besoins du marché. Les demandes répondent à des besoins à court terme déterminés par le marché entre deux périodes d'allocation spécifiques. Les transferts de contingents entre périodes ne peuvent pas être utilisés pour ajuster les calendriers d'abattage ou affecter l'utilisation des contingents au cours d'une période donnée.

Aucun transfert de ce type n'a eu lieu en 2021.







---

RESPONSABILITÉ  
SOCIALE DE  
L'ORGANISATION

---



# RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ORGANISATION

LES PPC ATTACHENT UNE GRANDE IMPORTANCE À REDONNER DANS NOS COMMUNAUTÉS ET NOUS CROYONS QUE CHAQUE CANADIENNE ET CANADIEN DEVRAIT AVOIR ACCÈS À UNE SOURCE DE PROTÉINE SAINES. ET POUR Y PARVENIR, NOUS POUVONS AGIR.



Depuis 2007, nous sommes de fiers partenaires et alliés de la Banque d'alimentation d'Ottawa et nous continuerons de trouver d'autres manières de collaborer pour lutter contre la faim dans la capitale du Canada. Chaque année, dans le cadre du programme de don alimentaire intitulé le Défi du poulet, auquel contribue aussi notre personnel avec des dons en argent, nous maintenons notre soutien à la mission de la Banque d'alimentation d'Ottawa.

Le Défi du poulet annuel permet de remettre près de 50 000 \$ en valeur de produits de poulet à la Banque

d'alimentation d'Ottawa. Cette année représentait la douzième édition couronnée de succès de ce programme, qui vise à recueillir des offres de produits d'un transformateur canadien, qui sera remis à la banque alimentaire. Ceci s'ajoute aux 10 000 \$ recueillis tout au long de l'année auprès du personnel, auquel les PPC ajoutent un don correspondant à 50 %.

En tout, ce sont 60 000 \$ qui ont été remis à la Banque d'alimentation d'Ottawa en 2021. Cette année élève la contribution totale à la banque alimentaire à 730 000 \$ depuis que nous sommes devenus partenaires et alliés de la cause!

EN TOUT, CE SONT 60 000 \$ QUI ONT ÉTÉ REMIS À LA BANQUE D'ALIMENTATION D'OTTAWA EN 2021. CETTE ANNÉE ÉLÈVE LA CONTRIBUTION TOTALE À LA BANQUE ALIMENTAIRE À 730 000 \$ DEPUIS QUE NOUS SOMMES DEVENUS PARTENAIRES ET ALLIÉS DE LA CAUSE!

## AUTRES CAUSES

Tout au long de l'année, les PPC ont commandité et soutenu de nombreuses autres causes et organisations. Parmi celles-ci :

10 000 \$

EN DON CONJOINT AVEC GO4 À BANQUES ALIMENTAIRES CANADA  
(AU LIEU D'ORGANISER LA RÉCEPTION CONJOINTE)

10 000 \$

POUR UN STAGE PARLEMENTAIRE

8 000 \$

DANS LE CONCOURS DU MOIS NATIONAL DU POULET AUQUEL PARTICIPENT DES CHEFS ET QUI A PERMIS DE REMETTRE DES PRIX À TROIS BANQUES ALIMENTAIRES (MANITOBA, ONTARIO ET ALBERTA)

5 000 \$

À LA TABLE PANCANADIENNE DE LA RELÈVE AGRICOLE

5 000 \$

EN COMMANDITE À LA SKIEUSE ALPINE CANADIENNE, VALÉRIE GRENIER

1 500 \$

AU TOURNOI DE GOLF DE CENTRAIDE/UNITED WAY

1 000 \$

AU GR INSTITUTE, À LA SUITE DES INONDATIONS EN COLOMBIE-BRITANNIQUE





---

MISES À JOUR ET  
CHANGEMENTS  
DE PERSONNEL

---



# MISES À JOUR ET CHANGEMENTS DE PERSONNEL

## NOUVEAUX MEMBRES DE LA COOP EN 2021 :

### Ayodeji Oni

Coordonnateur financier (remplacement de maternité)  
Septembre 2021

## MEMBRES AYANT QUITTÉ LA COOP EN 2021 :

### Aline Porrior

Agente des relations publiques  
Janvier 2021

### Nileeka Irugalbandara

Agente des communications et des politiques  
(congé de maternité)  
Juillet 2021

### Yanick Tabuteau

Coordonnateur de traduction et de bureau  
Août 2021

### Erin Callary

Agente des affaires publiques  
Octobre 2021

### Elyse Ferland

Agente principale des relations avec les consommateurs  
Novembre 2021

## COVID - DIRECTIVES DE RETOUR EN MILIEU DE TRAVAIL

Depuis la première fermeture du bureau en mars 2020, l'accès au lieu de travail a toujours respecté les lignes directrices de la santé publique d'Ottawa. Au cours de 2021, les employés des PPC ont eu la possibilité de continuer en télétravail, alors qu'un nombre limité d'employés pouvaient travailler au bureau des PPC sur une base volontaire et en rotation, et ce, tout en suivant les protocoles mis en place par le gouvernement.

Les directives de retour en milieu de travail ont été mises en place pour préparer un retour en toute sécurité au bureau. Ces directives présentent en détail le plan des PPC pour la transition vers les locaux physiques et la reprise du cours régulier des activités dès le début de 2022.

De plus, les PPC ont adopté une politique stricte de vaccination, afin de s'assurer que les mesures appropriées soient en place pour protéger la santé et la sécurité de nos employés, du lieu de travail et de la communauté dans son ensemble. La politique de vaccination s'applique au personnel, aux visiteurs et aux entrepreneurs fournissant des services en personne, ou qui assistent à des réunions au bureau des PPC à Ottawa.

### DE GAUCHE À DROIT:

Bibiane Rietveld  
Mengrou Wang  
Nicole Faubert  
Christine Power  
Ayodeji Oni  
Lori Piché  
Michael Laliberté  
Lisa Bishop-Spencer

Steve Leech  
Yves Ruel  
Karen Ronayne  
Jae Yung Chung  
Jessica Heyerhoff  
Kavita Walia  
Jan Rus  
Maria Elena Baisas

Tara Molloy  
Jennifer Gardner  
Lisa Riopelle  
Marty Brett  
Lauren Kennedy  
Denis Nadeau  
Jeff Graham





## MEMBRES DU PERSONNEL

### LA DIRECTION GÉNÉRALE

**Michael Laliberté**  
Directeur exécutif

**Nicole Faubert**  
Adjointe de direction

### SOINS AUX ANIMAUX ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

**Christine Power**  
Directrice des soins aux animaux et du  
développement durable

**Jennifer Gardner**  
Agente des soins aux animaux et de la recherche

### MARQUE ET COMMUNICATIONS

**Lisa Bishop-Spencer**  
Chef de marque et Directrice des communications

**Marty Brett**  
Agent principal des communications corporatives

**Karen Ronayne**  
Agente principale de la conception

**Jeff Graham**  
Agent principal de contenu créatif

**Vacant**  
Agente principale des relations  
avec les consommateurs

### FINANCES

**Lori Piché**  
Directrice des finances

**Jae Yung Chung**  
Analyste financière principale

**Maria Elena Baisas**  
Agente des finances

**Ayodeji Oni**  
Coordonatrice des finances

### SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET DE LA SANTÉ ANIMALE

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

**Jessica Heyerhoff**  
Agente des communications et des politiques

**Kavita Walia**  
Agente de la salubrité des aliments  
et Auditrice Interne

### ADMINISTRATION ET RES- SOURCES HUMAINES

**Lisa Riopelle**  
Directrice des ressources humaines  
et des services administratifs

**Bibiane Rietveld**  
Agente des logistiques de Conseil

### INFORMATION SUR LES MARCHÉS ET SYSTÈMES

**Jan Rus**  
Directeur de l'information sur les marchés  
et des systèmes informatiques

**Denis Nadeau**  
Analyste des systèmes de gestion

**Mengrou Wang**  
Analyste des marchés

### AFFAIRES PUBLIQUES

**Lauren Kennedy**  
Directrice des affaires publiques

**Vacant**  
Agente des affaires publiques

**Vacant**  
Agente des relations publiques

### COMMERCE ET POLITIQUES

**Yves Ruel**  
Directeur exécutif adjoint

**Tara Molloy**  
Analyste du commerce et des politiques

## ANNIVERSAIRES DE SERVICES AUX PPC

20 ANS  
Lisa Bishop-Spencer  
Jan Rus

10 ANS  
Denis Nadeau

# RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS



# RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS



KPMG LLP  
150, RUE ELGIN, SUITE 1800  
OTTAWA ON K2P 2P8  
CANADA

TEL 613-212-5764  
FAX 613-212-2896

## RAPPORT DES AUDITEURS INDÉPENDANTS

Aux Membres de Les Producteurs de poulet du Canada

### OPINION

Nous avons effectué l'audit des états financiers de Les Producteurs de poulet du Canada (l'« entité »), qui comprennent :

- » l'état de la situation financière au 31 décembre 2021
- » l'état des résultats pour l'exercice clos à cette date
- » l'état de l'évolution des soldes des fonds pour l'exercice clos à cette date
- » l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date
- » ainsi que les notes complémentaires et annexes, y compris le résumé des principales méthodes comptables

(ci-après, les « états financiers »).

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 2021, ainsi que des résultats de son exploitation, l'évolution des soldes des fonds et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos 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 des auditeurs à l'égard de l'audit des états financiers » de notre rapport des auditeurs.

Nous sommes indépendants de l'entité conformément aux règles de déontologie qui sont pertinentes pour notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités 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.



### AUTRE POINT – INFORMATIONS COMPARATIVES

Les états financiers pour l'exercice clos le 31 décembre 2020 ont été audités par un autre qui a exprimé une opinion non modifiée à leur égard le 26 février 2021.

### AUTRES INFORMATIONS

La responsabilité des autres informations incombe à la direction. Les autres informations se composent :

- » des informations contenues dans le rapport annuel, autres que l'état financier et le rapport des auditeurs sur cet état..

Notre opinion sur l'état financier ne s'étend pas aux autres informations et nous n'exprimons et n'exprimerons aucune forme d'assurance que ce soit sur ces informations.

En ce qui concerne notre audit de l'état financier, notre responsabilité consiste à lire les autres informations désignées ci-dessus et, ce faisant, à apprécier s'il existe une incohérence significative entre celles-ci et l'état financier ou la connaissance que nous avons acquise au cours de l'audit, et à demeurer attentifs aux éléments indiquant que les autres informations semblent comporter une anomalie significative.

Nous avons obtenu les informations contenues dans le rapport annuel, autres que l'état financier et le rapport des auditeurs sur cet état, à la date du présent rapport des auditeurs

Si, à la lumière des travaux que nous avons effectués sur ces autres informations, nous concluons à la présence d'une anomalie significative dans ces autres informations, nous sommes tenus de signaler ce fait dans le rapport des auditeurs.

Nous n'avons rien à signaler à cet égard.

### 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 de l'entité 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 autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'entité.

### RESPONSABILITÉS DES AUDITEURS 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 des auditeurs 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 de l'entité.
- » 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 de l'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 de l'entité 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 des auditeurs 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 auditeurs. Toutefois, des événements ou situations futurs pourraient amener l'entité à cesser son 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.

*KPMG LLP*


Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés

Ottawa, Canada

Le, 24 Février 2022



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA (PPC) EST UN ORGANISME SANS BUT LUCRATIF CONSTITUÉ EN VERTU DE LA LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES DU CANADA ET CRÉÉ POUR ASSURER LA COMMERCIALISATION ORDONNÉE DU POULET AU CANADA. L'ORGANISME EST EXONÉRÉ DE L'IMPÔT SUR LE REVENU EN VERTU DE L'ALINÉA 149(1) E) DE LA LOI DE L'IMPÔT SUR LE REVENU DU CANADA.







## ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

AU 31 DÉCEMBRE 2021, AVEC INFORMATIONS COMPARATIVES DE 2020

|  | 2021                 | 2020          |
|--|----------------------|---------------|
| <b>ACTIF</b>   |                      |               |
| <b>ACTIF À COURT TERME</b>   |                      |               |
| Encaisse   | 3 094 445 \$         | 3 256 608 \$  |
| Placements à court terme (Note 2)                                      | 2 608 909            | 1 848 466     |
| Débiteurs  | 2 422 132            | 1 460 780     |
| Frais payés d'avance   | 208 315              | 191 833       |
|  | <b>8 333 801</b>     | 6 757 687     |
| Placements à long terme (Note 2)                                       | 9 557 386            | 10 633 507    |
| Créances à long terme  | 38 532               | 63 194        |
| Immobilisations corporelles (Note 3)                                   | 1 045 749            | 1 162 888     |
|  | <b>18 975 468 \$</b> | 18 617 276 \$ |
| <b>PASSIF ET SOLDES DES FONDS</b>                                      |                      |               |
| <b>PASSIF À COURT TERME</b>  |                      |               |
| Créditeurs et frais courus   | 618 033 \$           | 684 350 \$    |
| Portion à court terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4) | 19 852               | 11 453        |
|  | <b>637 885</b>       | 695 803       |
| Portion à long terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4)  | 174 854              | 163 401       |
|  | <b>812 739</b>       | 859 204       |
| <b>SOLDES DES FONDS</b>  |                      |               |
| Affectation d'origine interne - Fonds de promotion                     | 3 232 117            | 3 400 000     |
| Affectation d'origine interne - Fonds de recherche                     | 3 719 158            | 4 270 692     |
| Non affecté - Fonds de fonctionnement                                  | 11 211 454           | 10 087 380    |
|  | <b>18 162 729</b>    | 17 758 072    |
| <b>ENGAGEMENTS CONTRACTUELS (NOTE 5)</b>                               |                      |               |
|  | <b>18 975 468 \$</b> | 18 617 276 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

Au nom du conseil d'administration :

Barry Uyterlinde,  
Administrateur, Comité des finances

Nick Langelaar,  
Administrateur, Comité des finances

Dennis Steinwand,  
Administrateur, Comité des finances



## ÉTAT DES RÉSULTATS

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021, AVEC INFORMATIONS COMPARATIVES DE 2020

|   | Fonds de promotion    | Fonds de recherche  | Fonds de fonctionnement | 2021              | 2020         |
|---|-----------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|--------------|
| <b>PRODUITS</b>   |                       |                     |                         |                   |              |
| Redevances et frais de service  | - \$                  | - \$                | 10 214 303 \$           | 10 214 303 \$     | 9 749 606 \$ |
| Revenus des subventions   | 1 000 000             | -                   | -                       | 1 000 000         | -            |
| Redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés     | 575 888               | -                   | -                       | 575 888           | 351 794      |
| Intérêts  | 33 652                | 73 627              | 160 854                 | 268 133           | 290 995      |
| Autres produits   | -                     | -                   | 6 480                   | 6 480             | 6 520        |
|   | <b>1 609 540</b>      | <b>73 627</b>       | <b>10 381 637</b>       | <b>12 064 804</b> | 10 398 915   |
| <b>CHARGES</b>  |                       |                     |                         |                   |              |
| Salaires, avantages sociaux et déplacements                               | -                     | -                   | 3 285 529               | 3 285 529         | 3 228 228    |
| Activités de promotion  | 2 957 255             | -                   | 51 750                  | 3 009 005         | 2 297 462    |
| Études spéciales  | 294 827               | 18 750              | 872 899                 | 1 186 476         | 1 011 440    |
| Directeurs et remplaçants   | -                     | -                   | 716 356                 | 716 356           | 688 874      |
| Frais professionnels  | -                     | -                   | 646 736                 | 646 736           | 365 021      |
| Conseil de recherches avicoles du Canada                                  | -                     | 552 000             | -                       | 552 000           | 292 000      |
| Communications  | -                     | -                   | 519 948                 | 519 948           | 430 031      |
| Frais de bureau   | -                     | -                   | 424 787                 | 424 787           | 441 917      |
| Cotisations   | -                     | -                   | 258 153                 | 258 153           | 243 230      |
| Comités   | -                     | -                   | 228 518                 | 228 518           | 57 501       |
| Technologie de l'information  | -                     | -                   | 154 763                 | 154 763           | 123 688      |
| Amortissement des immobilisations corporelles                             | -                     | -                   | 178 752                 | 178 752           | 126 630      |
| Traduction  | -                     | -                   | 122 695                 | 122 695           | 142 448      |
| Responsabilités sociales de l'organisation                                | -                     | -                   | 57 107                  | 57 107            | 75 465       |
| Commerce  | -                     | -                   | 53 603                  | 53 603            | 55 223       |
| Perte sur disposition d'immobilisations corporelles                       | -                     | -                   | -                       | -                 | 9 223        |
|   | <b>3 252 082</b>      | <b>570 750</b>      | <b>7 571 596</b>        | <b>11 394 428</b> | 9 588 381    |
| Excédent (insuffisance) des produits sur les charges tirés des opérations | (1 642 542)           | (497 123)           | 2 810 041               | 670 376           | 810 534      |
| Augmentation nette de la valeur des placements                            | (25 341)              | (54 411)            | (1 865 967)             | (265 719)         | 318 266      |
| Excédent (insuffisance) des produits sur les charges                      | <b>(1 667 883) \$</b> | <b>(551 534) \$</b> | <b>2 624 074 \$</b>     | <b>404 657 \$</b> | 1 128 800 \$ |





## ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DES SOLDES DES FONDS

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021, AVEC INFORMATIONS COMPARATIVES DE 2020

|  | Fonds de promotion | Fonds de recherche | Fonds de fonctionnement | 2021          | 2020          |
|--|--------------------|--------------------|-------------------------|---------------|---------------|
| Solde au début de l'exercice                         | 3 400 000 \$       | 4 270 692 \$       | 10 087 380 \$           | 17 758 072 \$ | 16 629 272 \$ |
| Excédent (insuffisance) des produits sur les charges | (1 667 883)        | (551 534)          | 2 624 074               | 404 657       | 1 128 800     |
| Virement interfonds (Note 6)                         | 1 500 000          | -                  | (1 500 000)             | -             | -             |
| Solde à la fin de l'exercice                         | 3 232 117 \$       | 3 719 158 \$       | 11 211 454 \$           | 18 162 729 \$ | 17 758 072 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.



## ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021, AVEC INFORMATIONS COMPARATIVES DE 2020

|   | 2021         | 2020         |
|---|--------------|--------------|
| <b>RENTRÉES (SORTIES) DE FONDS</b>                        |              |              |
| <b>Activités de fonctionnement</b>                        |              |              |
| Excédent des produits sur les charges                     | 404 657 \$   | 1 128 800 \$ |
| Éléments hors trésorerie                                  |              |              |
| Amortissement des immobilisations corporelles             | 178 752      | 126 630      |
| Amortissement des incitatifs reportés liés à des baux     | (11 454)     | (13 049)     |
| Perte sur disposition d'immobilisations corporelles       | -            | 9 223        |
| Pertes (gains) non réalisé(e)s sur les placements         | 122 798      | (322 897)    |
|   | 694 753      | 928 707      |
| Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement |              |              |
| Débiteurs   | (961 352)    | 389 339      |
| Créances à long terme                                     | 24 662       | (63 194)     |
| Frais payés d'avance                                      | (16 482)     | (77 224)     |
| Créditeurs et charges à payer                             | (66 317)     | 185 975      |
|   | (1 019 489)  | 434 896      |
| <b>Activités de financement</b>                           |              |              |
| Ajouts nets aux incitatifs de location                    | 31 306       | 180 581      |
| <b>Activités d'investissement</b>                         |              |              |
| Acquisitions de placements                                | (1 823 215)  | (800 000)    |
| Ventes de placements                                      | 2 016 095    | 1 200 075    |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles                | (61 613)     | (988 235)    |
|   | 131 267      | (588 160)    |
| <b>Augmentation (insuffisance) nette de la trésorerie</b> |              |              |
|   | (162 163)    | 956 024      |
| Encaisse au début de l'exercice                           | 3 256 608    | 2 300 584    |
| Encaisse à la fin de l'exercice                           | 3 094 445 \$ | 3 256 608 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.





# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA (PPC) EST UN ORGANISME SANS BUT LUCRATIF CONSTITUÉ EN VERTU DE LA LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES DU CANADA ET CRÉÉ POUR ASSURER LA COMMERCIALISATION ORDONNÉE DU POULET AU CANADA. L'ORGANISME EST EXONÉRÉ DE L'IMPÔT SUR LE REVENU EN VERTU DE L'ALINÉA 149(1)E) DE LA LOI DE L'IMPÔT SUR LE REVENU DU CANADA.

LES PPC ONT DÉCRÉTÉ DES REDEVANCES FONDÉES SUR LES DISTRIBUTIONS DE POULETS SUR LES MARCHÉS INTERPROVINCIAUX ET D'EXPORTATION ET PERÇOIVENT DES FRAIS DE SERVICE RELATIFS AUX MARCHES INTRAPROVINCIAUX.

## 1. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers ont été dressés par la direction selon les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif et comprennent les principales conventions comptables suivantes :

### (A) 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.

### (B) CONSTATATION DES PRODUITS POUR LES ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF

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 apports affectés sont constatés à titre de produits dans l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les apports non grevés d'affectations sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir à condition que le montant à recevoir puisse faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception soit raisonnablement assurée.

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



# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (CONT'D)

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

## 1. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

### (C) IMMOBILISATIONS CORPORELLES :

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût et amorties selon leur durée de vie utile selon la méthode linéaire et sur les périodes suivantes :

|                               |               |
|-------------------------------|---------------|
| Logiciels .....               | 1 an          |
| Matériel de bureau.....       | 10 ans        |
| Équipement informatique.....  | 3 ans         |
| Améliorations locatives ..... | Durée du bail |

### (D) INSTRUMENTS FINANCIERS

#### (i) 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 l'état des résultats.

#### (ii) 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.

#### (iii) 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.

### (E) UTILISATION D'ESTIMATIONS

La préparation d'états financiers exige que la direction fasse des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur le montant déclaré des actifs, passifs, revenus et dépenses, et sur les informations relatives aux actifs et aux passifs éventuels. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations. Ces estimations font l'objet d'un examen annuel et, lorsque des modifications sont nécessaires, elles sont constatées dans les états financiers de la période où elles sont connues.





## NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (CONT'D)

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

### 2. PLACEMENTS

|   | 2021                | 2021                | 2020                 | 2020          |
|---|---------------------|---------------------|----------------------|---------------|
|   | Coût                | Juste valeur        | Coût                 | Juste valeur  |
| (A) PLACEMENTS À COURT TERME                          |                     |                     |                      |               |
| Certificats de placements garantis (CPG)              | 517 000 \$          | 517 000 \$          | 300 000 \$           | 300 000 \$    |
| Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation | 2 115 256           | 2 091 909           | 1 716 095            | 1 548 466     |
|   | <b>2 632 256 \$</b> | <b>2 608 909 \$</b> | <b>2 016 095 \$</b>  | 1 848 466 \$  |
| (B) PLACEMENTS À LONG TERME                           |                     |                     |                      |               |
| Certificats de placements garantis (CPG)              | 2 400 000 \$        | 2 400 000 \$        | 2 617 000 \$         | 2 617 000 \$  |
| Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation | 7 195 085           | 7 157 386           | 7 787 126            | 8 016 507     |
|   | <b>9 595 085 \$</b> | <b>9 557 386 \$</b> | <b>10 404 126 \$</b> | 10 633 507 \$ |

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

Les obligations représentent des instruments d'emprunt produisant des rendements en intérêts comparables à ceux du marché au moment de leur achat. Les obligations et les CPGs seront réalisés à leur valeur nominale et les échéances s'échelonnent au cours des cinq prochaines années (2020 - cinq années). Les taux d'intérêts pour ces valeurs s'échelonnent de 0,95 % à 3,22 % (2020 - 0,95 % à 3,8 %).

### 3. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

|                                     | 2021                |                      | 2020                   |
|-------------------------------------|---------------------|----------------------|------------------------|
|                                     | Coût                | Amortissement cumulé | Valeur comptable nette |
| Matériel de bureau                  | 379,937 \$          | 115,486 \$           | 264,451 \$             |
| Matériel et logiciels informatiques | 320,844             | 208,251              | 112,593                |
| Améliorations locatives             | 720,610             | 72,084               | 648,526                |
| Logiciels                           | 24,773              | 4,594                | 20,179                 |
|                                     | <b>1,446,164 \$</b> | <b>400,415 \$</b>    | <b>1,045,749 \$</b>    |
|                                     |                     |                      | 1,162,888 \$           |



## NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (CONT'D)

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

### 4. INCITATIFS REPORTÉS LIÉS À DES BAUX

Les PPC se sont engagés en 2020 dans un bail prennant fin en 2035. Le bail inclut un incitatif pour améliorations locatives de 171 800 \$ ainsi que trois mois sans loyer à payer au cours du bail.

|  | 2021       | 2020       |
|--|------------|------------|
| Solde au début de l'exercice                             | 174 854 \$ | 7 322 \$   |
| Plus: Augmentation au cours de l'exercice                | 31 306     | 180 581    |
| Moins: Montant imputé aux charges au cours de l'exercice | (11 454)   | (13 049)   |
| Solde à la fin de l'exercice                             | 194 706    | 174 854    |
| Portion à court terme                                    | 19 852     | 11 453     |
| Portion à long terme                                     | 174 854 \$ | 163 401 \$ |

### 5. ENGAGEMENTS CONTRACTUELS

Les PPC louent des locaux en vertu de baux venant à échéance en juin 2035. Les paiements minimums futurs totalisent 2 572 419 \$ et comprennent les versements suivants pour les cinq prochains exercices :

|      |            |
|------|------------|
| 2022 | 151 184 \$ |
| 2023 | 151 184 \$ |
| 2024 | 164 928 \$ |
| 2025 | 178 672 \$ |
| 2026 | 178 672 \$ |

#### ENGAGEMENTS CONTRACTUELS LIÉS AUX FUTURES ENTENTES HÔTELIÈRES

Les PPC ont conclu plusieurs ententes hôtelières pour 2022 pour lesquels l'organisme serait assujettie à des frais d'annulation totalisant 127 156 \$.

### 6. VIREMENT INTERFONDS

Le conseil d'administration des PPC a approuvé un transfert de 1 500 000 \$ (5 627 400 \$ en 2020) du Fonds général au Fonds de promotion pour couvrir des activités promotionnelles.





## NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (CONT'D)

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

### 7. INSTRUMENTS FINANCIERS

L'organisme s'expose aux risques suivants en lien avec ses instruments financiers.

#### (A) RISQUE DE LIQUIDITÉ

Le risque de liquidité est le risque que CFC ne soit pas en mesure d'honorer ses engagements en temps opportun ou à un coût raisonnable. CFC gère son risque de liquidité en surveillant ses besoins sur le plan du fonctionnement. Elle prépare des prévisions budgétaires et de trésorerie afin de faire en sorte de disposer des fonds suffisants pour honorer ses engagements.

#### (B) RISQUE DE CRÉDIT

Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un instrument financier manque à l'une de ses obligations et amène de ce fait l'autre partie à subir une perte financière. 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. Le risque de crédit est augmenté en raison du COVID-19.

#### (C) RISQUE DE MARCHÉ

Le risque de marché s'entend du risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations des prix du marché. Le risque de marché comprend trois types de risque : le risque de change, le risque de taux d'intérêt et l'autre risque de prix.

##### (i) Risque de change

Le risque de change est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations des cours des monnaies étrangères. Les PPC estiment ne pas encourir de risque de change important.

##### (ii) Risque de taux d'intérêt

Il s'agit du risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison de la variation des taux d'intérêt du marché.

##### (iii) Autre risque de prix

L'autre risque de prix est le risque que la juste valeur d'un instrument financier ou les flux de trésorerie à être tirés d'un instrument financier fluctuent en raison de changements dans les marchés (autres que les changements rattachés aux taux de change ou aux taux d'intérêt), que ceux-ci soient causés par des facteurs spécifiques à l'instrument, son émetteur ou d'autres facteurs affectant les instruments similaires sur le marché. Les PPC encourent un risque de taux d'intérêt relativement à leurs instruments financiers à taux fixe. La note 3 donne de plus amples détails sur les placements à taux fixe.



## NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (CONT'D)

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2021

### 8. AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

#### Régime à cotisations déterminées

Le régime de retraite des PPC est un régime à cotisations déterminées capitalisé, en vertu duquel des prestations de retraite sont versées aux employés. Les cotisations représentent un pourcentage net du salaire annuel des employés. Les cotisations totales versées au régime par les PPC en 2021 s'élevaient à 172 841 \$ (158 833 \$ en 2020).

### 9. INCERTITUDE DUE À LA COVID-19

Le 30 janvier 2020, l'Organisation mondiale de la santé ("OMS") a annoncé une urgence sanitaire mondiale en raison d'une nouvelle souche de coronavirus originaire de Wuhan, en Chine (COVID-19) et des risques pour la communauté internationale en tant que le virus se propage dans le monde entier au-delà de son point d'origine. En mars 2020, l'OMS a classé l'épidémie de COVID-19 comme une pandémie, sur la base de son augmentation rapide de l'exposition à l'échelle mondiale.

Le plein impact de l'épidémie de COVID-19 continue d'évoluer à la date du présent rapport. En tant que tel, il est incertain de l'ampleur totale que la pandémie aura sur la situation financière, la liquidité et les résultats d'exploitation futurs de l'organisation. Le PPC a reporté ou annulé plusieurs événements, réunions et voyages en raison de la COVID-19. Également, plusieurs projets et initiatives ont été retardés ou annulés en raison des restrictions de la COVID-19. La direction surveille la situation mondiale en ce qui concerne sa situation financière, ses liquidités, ses opérations, son industrie et sa main-d'œuvre.

Des ajustements doivent être apportés aux états financiers lorsque des événements survenus entre la date des états financiers et la date du rapport des auditeurs fournissent un supplément d'information suffisant à l'égard de situations qui existaient en fin d'exercice. Après avoir évalué les répercussions, la direction a jugé qu'il n'était pas nécessaire pour l'heure d'apporter d'autres ajustements aux états financiers.

La durée et l'ampleur ultimes de l'impact de la pandémie sur les activités et les opérations financières des PPC ne sont pas connues pour le moment. Ces répercussions pourraient comprendre une diminution des flux de trésorerie futurs, des fluctuations de la valeur de l'actif et du passif, et l'utilisation de l'actif net cumulé à l'appui des activités. Il n'est pas possible pour le moment d'établir une estimation de l'effet financier de la pandémie.

### 10. INFORMATIONS COMPARATIVES

Certaines informations comparatives de 2020 ont été reclassées de façon à ce que leur présentation soit conforme celle des états financiers de 2021.



