

# LE POULET CANADIEN

## Qu'est-ce qu'une marque?

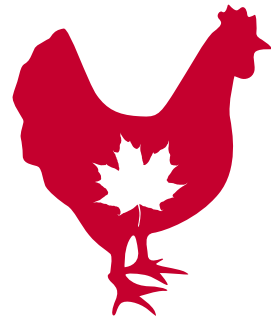
À la fin de 2011, les administrateurs des Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont approuvé, dans le cadre de leur processus de planification stratégique annuelle, un plan d'action comprenant l'élaboration d'une stratégie de promotion du poulet canadien.

Grâce à des consultations menées auprès de l'industrie ainsi que de détaillants et de transformateurs, les PPC ont déterminé les points d'harmonisation d'une stratégie de promotion cohérente qui permettrait d'assurer la croissance du marché pour le poulet canadien. Par conséquent, la stratégie de promotion a été conçue pour le poulet canadien frais, vendu au détail, pour tirer parti de la vision déjà positive des Canadiens par rapport aux producteurs canadiens, ainsi que de l'importance d'une identité canadienne.

En transmettant l'idée selon laquelle les producteurs de poulet canadiens fournissent du poulet frais et nutritif pour un régime plus sain pour les familles canadiennes (le poulet est faible en gras et sain), la stratégie sous-entend une étiquette, ou une marque indiquant que le poulet provient de producteurs canadiens.

Tout au long de 2013, les PPC ont obtenu la participation de certains importants détaillants en alimentation aux consultations qualitatives, pour déterminer l'appui ainsi que ce dont ils ont besoin de savoir pour assurer le lancement réussi du poulet frais étiqueté et de marque canadienne, vendu au détail. Nous avons maintenant obtenu l'appui de quelques détaillants et de quelques transformateurs et nous allons de l'avant.

*Suite à la page 2*



Raised by a  
CANADIAN  
FARMER | Élevé par un  
PRODUCTEUR  
CANADIEN

## dans ce numéro

4 | Le bien-être des animaux est important pour l'industrie de la volaille

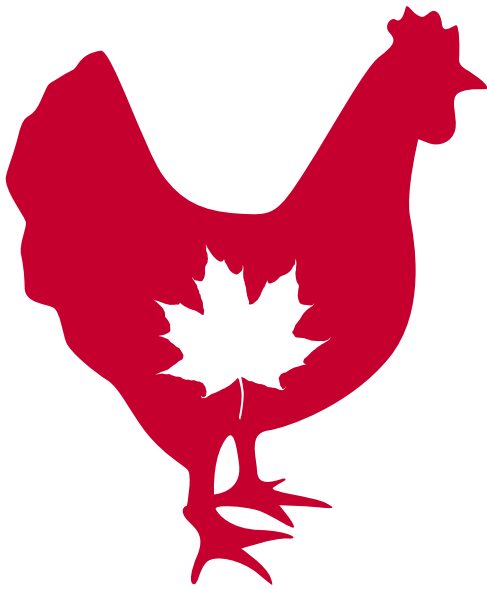
8 | Tenue des dossiers en version électronique : édition 2014 de Votre propre poulet

6 | Une nouvelle étude démasque le dernier super aliment – le poulet canadien (partie II)

10 | Analyse de l'eau à l'intérieur du poulailler



Les Producteurs de  
poulet du Canada  
Chicken Farmers  
of Canada



Lorsque la valorisation d'une marque est effectuée correctement, elle peut ajouter une valeur considérable à un producteur ou à un service pour informer les consommateurs et les aider à faire de meilleurs choix.

## Pourquoi les PPC agissent-ils ainsi?

Les PPC effectuent souvent et de façon régulière des études de marché auprès des consommateurs – et participent souvent aux études d'autres organismes qui mènent leurs propres études. Ces études laissent entendre qu'il est temps de créer une marque unificatrice identifiant le poulet canadien. Lorsque la valorisation d'une marque est effectuée correctement, elle peut ajouter une valeur considérable à un producteur ou à un service pour informer les consommateurs et les aider à faire de meilleurs choix. Pour les PPC, la valorisation efficace de la marque est de tenir ses promesses envers les consommateurs. La nécessité d'une stratégie de promotion est fondée sur le besoin d'aider les consommateurs canadiens (principalement les femmes) à faire de meilleurs choix pour leur famille.

En deuxième lieu, les études de marché menées par les PPC indiquent que la nécessité d'étiqueter le poulet comme étant canadien a augmenté au fil du temps. De plus, les informations anecdotiques fournies par les consommateurs aux PPC laissent entendre que les programmes actuels d'étiquetage sont beaucoup trop variés, qu'ils risquent de diluer un message d'une importance primordiale pour les consommateurs (que le produit provient de producteurs canadiens et tout ce que cela évoque).

Comme vous le savez, les PPC demandent à Léger Marketing d'effectuer une enquête sur les usages et les attitudes tous les trois ans. Leurs plus récentes données, présentées au Conseil en juillet dernier, soulignent les aspects suivants des demandes et des perceptions des consommateurs en ce qui concerne le poulet frais :

- L'intérêt envers une étiquette canadienne a connu une croissance;
- L'intérêt envers l'achat de poulet comprenant une étiquette apposée indiquant si le poulet est canadien ou importé a augmenté considérablement;
- Les consommateurs canadiens choisissent le poulet pour leurs repas familiaux et le perçoivent comme un choix plus sain pour leur famille;
- D'autres études : les Canadiens ont une « impression chaleureuse/favorable » des producteurs ou des grands éleveurs, une meilleure impression que tout autre groupe ou individu.

De plus, des mentions anecdotiques indiquent qu'étant donné qu'un bon nombre d'étiquettes de poulet ont des prétentions « canadiennes » différentes, le message se perd et les consommateurs se sentent désorientés.

Les PPC ont récemment demandé à Léger Marketing d'effectuer une étude quantitative auprès des consommateurs canadiens pour déterminer quelle étiquette communiquerait le message le plus convaincant. Cette étude a permis de découvrir que :

- la majorité des Canadiens (77 %) ferait confiance à l'étiquette de poulet qu'ils ont sélectionnée comme étant la meilleure si elle provenait directement des producteurs ou d'un groupe ou d'une association de producteurs, plutôt que d'un détaillant ou d'un transformateur;
- la vaste majorité (88 %) des Canadiens serait plus susceptible d'acheter du poulet s'il portait une étiquette indiquant s'il provient du Canada ou s'il est importé;
- la majorité des Canadiens ferait confiance à ce message s'il provenait des producteurs ou d'un groupe de producteurs. Un Canadien sur dix ferait confiance à ce message s'il provenait des détaillants.

### Et ensuite?

L'énoncé « Élevé par un producteur canadien » est prêt et un logo protégé par une marque de commerce a été élaboré pour l'emballage et la commercialisation.

La marque est également appuyée par une solide stratégie de commercialisation traditionnelle et numérique, comprenant trois vagues principales de publicités à la télévision et dans les magazines, notamment un concours pour les consommateurs commençant à la fin du printemps (à temps pour la saison de barbecue), au début de l'automne (la rentrée scolaire) et au début de l'hiver (les fêtes). Il s'agit des trois premières semaines de juin, de septembre et de décembre. Les PPC travaillent également avec des détaillants et des transformateurs primaires à la mise à jour de leurs étiquettes en vue du lancement.

Les trois périodes ont été sélectionnées en fonction des principales périodes de promotion des ventes des détaillants en alimentation.

- Pour la saison de barbecue de juin/juillet, vous avez peut-être vu le lancement de la marque au sein de la plateforme de commercialisation intégrée de Rogers Média, avec des publicités imprimées dans la version anglaise et française du magazine Châtelaine, la promotion sur la chaîne de télévision CityLine avec des prix et des cadeaux publicitaires hebdomadaires offerts au public et d'autres initiatives promotionnelles au sein de la programmation de CityLine. Une publicité télévisée comarquée de 30 secondes sera présentée quotidiennement dans la programmation de CityLine pendant les trois premières semaines de juin. Les Francophones aimeront le lancement imprimé dans Châtelaine, ainsi que dans des médias particuliers de Québecor/TVA, tel que le magazine Signé M. Nous avons organisé un concours national intitulé « Donnez un nouveau visage à votre cour arrière d'une valeur de 5 000 \$ » dans l'ensemble de nos médias d'annonces de Rogers et avons renforcé nos programmes de commercialisation numériques pour faire passer notre message et encourager la participation.
- Le lancement en septembre (ou la rentrée scolaire) sera présenté dans tous les médias ci-dessus, ainsi que dans le magazine Moi & cie et sur le site Web de Signé M et les réseaux de télévision (TVA). Nous présentons un concours national ayant pour thème la rentrée scolaire et intitulé « Gagnez l'un des deux coffrets dîners pour un an » des Producteurs de poulet du Canada.
- La campagne de décembre (les fêtes) présentera toutes les publicités de Rogers, ainsi que la programmation dans Salut Bonjour, tant en ligne qu'à la télévision (TVA). Le concours national intitulé « Gagnez l'un des deux repas avec un chef personnel » pour inviter votre famille et vos amis de la part des Producteurs de poulet du Canada.
- Dans chaque campagne, la valeur totale des prix est évaluée à 5 000 \$, un montant qui attirera sûrement l'attention des consommateurs pendant ces périodes saisonnières.

Le pré-lancement numérique de la marque a commencé en mai sur les réseaux sociaux poulet.ca – avec une campagne à long terme et à grande échelle en ligne et dans les médias sociaux avec messages et promotion du nouveau logo et de la nouvelle marque.

De plus, plusieurs autres initiatives sont élaborées selon différents partenaires, en fonction des stratégies et des objectifs de commercialisation de chaque participant au programme.

D'autres transformateurs et détaillants se joignent à cette initiative nationale – nous nous réjouissons de faire progresser notre marque ensemble.

### **Nouvelle application mobile**

Une application mobile pour clients sera également lancée au cours des prochaines semaines. Restez informés sur poulet.ca pour connaître la date du lancement de notre nouvelle application mobile sur les achats à l'épicerie !

Étant donné que plus de la moitié de notre trafic Web est mobile, nous avons vu une occasion en or de conserver les utilisateurs et d'intégrer le message sur notre nouvelle marque dans leur vie quotidienne en leur donnant un moyen facile et gratuit de créer et de partager des listes d'achats. Les clients peuvent maintenant faire des recherches, partager et ajouter des ingrédients à leur liste d'achats sur le pouce, synchroniser leurs recettes préférées à leur compte poulet.ca. Vous devriez voir la version pour iPhone au cours des deux prochaines semaines, suivie de la version pour Android peu après !

Voici les caractéristiques de l'application :

- Le partage de liste avec une synchronisation en temps réel;
- Plus de 600 recettes sur poulet.ca, incluant de l'information nutritionnelle, des conseils, des astuces et plus;
- La capacité d'ajouter des ingrédients à vos listes à partir des recettes sur poulet.ca;
- Une base de données contenant plus de 350 articles d'épicerie communs;
- La capacité de classer par catégories des éléments qui ne font pas partie de la base de données.

### **Que puis-je faire?**

- Demandez la nouvelle marque « Élevé par un producteur canadien » chez votre détaillant local.
- Cherchez nos publicités et autres renseignements promotionnels.
- Parlez de la nouvelle marque à vos amis, à votre famille et aux autres personnes de votre collectivité.
- Encouragez tout le monde à participer à nos concours et à nos initiatives en consultant le site [www.poulet.ca](http://www.poulet.ca)
- Allez sur notre page Facebook ([facebook.com/chickenfarmers](https://facebook.com/chickenfarmers))
- Suivez-nous sur Twitter ([twitter.com/chickenfarmers](https://twitter.com/chickenfarmers))
- Restez informés pour obtenir plus de mises à jour ! 

## Le bien-être des animaux est important pour l'industrie de la volaille

**Les visiteurs de VIV Europe 2014 entendent parler de la façon dont l'industrie du poulet travaille activement en vue d'améliorer le bien-être des animaux et les perceptions du public**

Une conférence sur le bien-être animal, tenue par WATT Global Media lors de VIV Europe 2014 le 21 mai, a attiré une foule diversifiée et de nombreuses questions ont été posées par le public. La conférence incluait un rapport sur la façon dont un groupe en Allemagne sensibilise les consommateurs concernant l'engagement de l'industrie de la volaille en matière de bien-être animal.

Aline Veauthier, du *Science and Information Centre for Sustainable Poultry Production* de la Vechta University en Allemagne, a décrit le programme de l'organisme qui ouvre les poulaillers au public dans le nord de l'Allemagne.

Elle a expliqué que les groupes de bien-être des animaux et les médias présentaient une vision négative de l'industrie de la volaille en Allemagne. Afin de combattre cette vision, le groupe a élaboré le programme en vue d'offrir une transparence complète au public. « Nous voulons que le public soit informé au sujet des systèmes modernes de production de la viande », a-t-elle affirmé.

Encore à ses débuts, le programme a accueilli plus de 4 000 visiteurs dans 24 fermes, dans lesquelles participaient plus de 80 agriculteurs.

Elle a expliqué le fonctionnement du programme. « En général, l'ouverture des fermes a lieu



un dimanche par mois, du mois d'avril au mois d'octobre. » Elle a expliqué que le groupe veille à choisir des fermes suffisamment éloignées les unes des autres afin d'empêcher les gens de visiter plus d'une ferme en une journée et à choisir des fermes dont les animaux ont un âge convenable. « La fin de semaine dernière, 300 visiteurs ont visité deux nouvelles fermes. Nous croyons que le projet a été un franc succès. »

Lorsqu'ils arrivent à la ferme, les visiteurs entrent dans une tente érigée près de l'installation. Ils reçoivent de l'information générale sur les exploitations avicoles et ils sont sondés concernant leurs attentes et leurs attitudes avant la visite. Les visiteurs portent des vêtements et des chaussures de protection, et respectent les mesures de biosécurité.

Après la visite, ils sont sondés une seconde fois et les changements au niveau de l'attitude sont notés. Elle a présenté les résultats de 3 000 visiteurs dans 15 fermes.

Plus de 40 % des gens sondés n'avaient aucune connaissance antérieure de l'industrie, et 74 % des gens n'avaient jamais vu un poulailler auparavant. Le sondage a démontré que leurs impressions de l'industrie s'étaient améliorées, surtout au niveau de la qualité de l'air et de la poussière dans les installations. Elle a affirmé que 81 % des gens signalent des impressions positives et que 77 % des gens sont maintenant en désaccord quant aux représentations des organisations non gouvernementales (ONG) et des médias au sujet de l'industrie. **R**

Reproduit avec la permission de l'auteur à partir du site WATTAgNet. L'article complet de Bruce Plantz du 21 mai 2014 se trouve au site : ([www.wattagnet.com/168345.html](http://www.wattagnet.com/168345.html))

# Programme américain de vérification de la viande de volaille

Si vous avez suivi les nouvelles sur le poulet au cours de la dernière année, il est presque certain que vous avez entendu parler du problème de la volaille de réforme auquel notre industrie est confrontée à l'heure actuelle. Des sources de l'industrie ont déclaré que du poulet provenant des États-Unis est entré sur le marché canadien en étant étiqueté comme de la volaille de réforme pour ainsi contourner les contrôles des importations canadiennes.

L'utilisation de volaille de réforme, un sous-produit du secteur de la production d'œufs, était à l'origine limitée aux soupes en conserve et à quelques produits surtransformés. La nouvelle technologie de transformation des aliments permet aux transformateurs de donner à la viande de volaille de réforme une apparence et un goût très semblables à la viande de poulet à griller. La capacité de remplacer la viande de poulet à griller par de la viande de volaille de réforme cause de nombreux maux de tête aux agents de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) qui ne sont pas en mesure de faire la différence entre les deux types de viandes à la frontière.

Le vrai problème est que la viande de poulet mature américain peut entrer au Canada sans droits de douane, alors que les importations de poulets à griller sont assujetties aux contingents tarifaires (CT), poussant ainsi les importateurs malhonnêtes à faire entrer furtivement du poulet étiqueté comme étant de la viande de volaille de réforme. Cette méthode de contournement des douanes est illégale, mais des preuves laissent entendre qu'elle est en fait utilisée ici au Canada.

Dans cette situation particulière, les exploitants légitimes de l'industrie de la volaille de réforme ont décidé de s'unir des deux côtés de la frontière pour mettre un frein à ces activités illégales. Le programme *Fowl Meat Verification* (FMV) du ministère de l'Agriculture des États-Unis (USDA) a été lancé le 16 février 2014 par le USDA pour permettre aux importateurs de faire vérifier par un tiers que la viande de volaille a été produite et/ou transformée à partir de volaille de réforme et qu'elle est étiquetée correctement.

Ce programme volontaire a déjà été adopté par l'un des principaux producteurs de volaille de réforme au sud de la frontière et selon des rumeurs, d'autres importants producteurs américains prennent à l'heure



actuelle les mesures de vérification nécessaires pour faire certifier leurs installations.

Toutes les exigences du programme FMV de l'USDA sont génériques et visent à s'appliquer à tous les clients, peu importe le type, la taille et le produit offert. Ces exigences s'appliquent à la vérification et à l'approbation des installations de production, abattoirs et/ou installations de transformation et toute autre entité demandant à ce que la viande de volaille de réforme soit vérifiée en tant que volaille. Plus particulièrement, le programme vise à vérifier que la volaille produite et transformée est en fait de la viande de volaille de réforme et ne contient pas de viande de poulet à griller. Malgré son caractère volontaire, le programme permettra d'augmenter la transparence des principaux intervenants de l'industrie et il sera plus difficile pour les importateurs malhonnêtes de faire entrer des produits illégaux au Canada.

Les PPC se réjouissent de cette initiative et ont insisté vivement auprès du gouvernement canadien pour qu'il donne suite à l'initiative américaine en créant un programme obligatoire compatible, ici au Canada. **R**

**Le vrai problème est que la viande de poulet mature américain peut entrer au Canada sans droits de douane.**



## Une nouvelle étude démasque le dernier super aliment – le poulet canadien (partie II)

**Pendant des années, les Canadiens ont fait confiance au poulet comme aliment de base de leur cuisine en raison de sa polyvalence, ses éléments nutritifs, et bien sûr, son goût incroyable.**

L'idée selon laquelle le poulet était une sorte de super aliment extraordinaire n'avaient jusque-là jamais traversé les millions de chefs à domicile, les mamans et papas, les cuisiniers novices et les nutritionnistes de tout le pays, et ce, parce qu'ils n'avaient pas besoin d'être convaincus que c'était la meilleure protéine pour un délicieux repas santé.

Mais voilà, les choses ont changé...

Quelque chose d'évident depuis des années, si clair qu'on avait laissé jusqu'ici aux poêles, fours et barbecues le soin d'alimenter les conversations, a été confirmé dans une nouvelle étude scientifique des Producteurs de poulet du Canada – le poulet est le nouveau super aliment !

L'étude, la première du genre en 20 ans, offre un regard nouveau sur la façon dont le poulet a changé sur le plan nutritionnel étant donné de nombreux progrès réalisés dans la façon dont les oiseaux sont élevés, nourris et traités. Le poulet d'aujourd'hui est fondamentalement plus salubre, meilleur pour la santé et plus pratique que jamais.

L'étude a confirmé que le poulet demeure tout aussi savoureux et nutritif comme nous le savons depuis toujours – et probablement plus ! C'est un véritable super aliment, vu le nombre d'éléments nutritifs et sains qu'il possède.

Commençons par les protéines. Les protéines sont l'un des macronutriments sains les plus importants dont un être humain en bonne santé a besoin dans son alimentation quotidienne. Les protéines sont un élément important pour les grands tissus tels que les muscles, les cheveux, la peau et beaucoup d'autres organes importants (ils sont vraiment tous importants). Dans cette perspective, saviez-vous qu'une portion de 100 g de poitrine de poulet ne contient pas moins de 32 g de protéines ! Ce genre d'énergie issue des protéines rabat le caquet de la plupart des steaks. Le poulet a plus de protéines par gramme que la plupart des coupes de bœuf et contient beaucoup moins de matières grasses.

Alors, quels autres super-grands bienfaits le poulet a-t-il ? Que dites-vous de sa faible teneur en matières grasses (lorsqu'on retire sa peau), du fait qu'il constitue une excellente source de niacine, qui aide à réguler le taux de cholestérol et qui est riche en magnésium – un minéral important qui joue un rôle dans de nombreux processus métaboliques dont beaucoup d'entre nous ont un apport insuffisant.

Cette technique de cuisson a été utilisée pendant des décennies pour faire cuire quelques-uns des plats les plus savoureux de votre enfance dont vous vous souvenez encore. L'inconvénient d'une coupe de poulet avec peau a toujours été sa haute teneur en matières grasses et en calories en raison du même processus qui emprisonne les matières grasses et les huiles juteuses à l'intérieur du poulet. C'est malheureusement un paradoxe : poulet juteux ou poulet faible en gras, à vous de choisir.

Cependant, il y a de l'espoir.

Dans le cadre d'une étude sur la nutrition réalisée récemment par les Producteurs de poulet du Canada, dont les détails seront publiés à la fin de ce mois, une percée remarquable a été faite. Bien qu'une coupe de poulet sans peau contienne moins de matières grasses et de calories, une coupe avec peau peut avoir une valeur nutritive similaire si la peau est retirée avant la consommation. Cela signifie que vous pouvez faire cuire votre poulet avec la peau, tout en conservant l'aspect juteux et savoureux que vous aimez, et puis enlever la peau avant de servir pour avoir essentiellement les mêmes bienfaits pour la santé qu'une coupe de poulet sans peau.

Par exemple, les poitrines de poulet sans peau ont 146 calories et 1,73 g de matières grasses par rapport aux poitrines de poulet cuites avec la peau que l'on retire après cuisson qui ont 134 calories et 1,37 g de matières grasses par 100 g. En outre, les poitrines de poulet sans peau sont moins juteuses par rapport aux poitrines de poulet cuites avec la peau que l'on retire après cuisson; 64,96 g contre 67,47 g respectivement.

C'est vrai qu'une poitrine de poulet cuite avec la peau et à laquelle on retire la peau après la cuisson a moins de matières grasses et de calories que la poitrine sans peau. Comment est-ce possible ? Lors de la cuisson du poulet, la graisse de la poitrine s'écoule de la viande et se retrouve emprisonnée dans la peau. La peau du poulet est saturée de matières grasses qu'elle conserve une fois qu'elle est enlevée.

### **Viande brune**

Si vous vous sentez un peu aventurier, vous pouvez « passer du côté obscur de la force » en essayant la viande brune où de plus grands bienfaits pour la santé vous attendent encore. En plus de tous les grands bienfaits de la viande blanche, la viande brune contient généralement plus de zinc (idéal pour la régulation de la fonction immunitaire) et plus de vitamines B12 que la viande blanche.

### **Tout est bon**

Toutes les coupes de poulet sont également exemptes de glucides, de gras trans, de sucre, ont naturellement une faible teneur en sodium et contiennent de la vitamine B6, du riboflavine, de la thiamine et du phosphore. Cela en dit long !

Les bienfaits nutritionnels du poulet dépendent de la coupe et de la présence de la peau – et ceux-ci sont nombreux. Vous pourrez en apprendre davantage sur la façon de comparer chaque coupe dans le « [Rapport d'analyse nutritionnelle](#) » à l'adresse [poulet.ca/santé](http://poulet.ca/santé). Le rapport contient également une grande répartition des bienfaits nutritionnels du poulet bio contre celui non-biologique. Les résultats pourraient vous surprendre.

Cette étude approfondie sur le poulet d'aujourd'hui nous a convaincu plus que jamais que le poulet est le nouveau super aliment ! **R**

**...une poitrine de poulet cuite avec la peau et à laquelle on retire la peau après la cuisson a moins de matières grasses et de calories que la poitrine sans peau.**

# Tenue des dossiers en version électronique : édition 2014 de *Votre propre poulet*

L'édition révisée du manuel du producteur du Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme (PASAF), soit l'édition 2014 de *Votre propre poulet*, a été approuvée par les administrateurs des PPC et sa mise en œuvre a commencé le 15 mai 2014.

Un disque compact est fourni avec le classeur du PASAF pour assurer un accès électronique à l'ensemble du programme.

Chaque producteur peut utiliser les dossiers papier dans le manuel ou remplir les formulaires sur son ordinateur, imprimer une copie et signer à la main les formulaires ou les remplir et les signer électroniquement. Ces formulaires ont été créés à partir d'Adobe Acrobat; la version Reader d'Adobe Acrobat contenant toutes les fonctionnalités nécessaires pour remplir les formulaires peut être téléchargée gratuitement à partir d'Internet.

Le disque compact du manuel 2014 contient les fichiers suivants :

- Registre propre au troupeau, version 5.0 en format PDF modifiable;
- Procédures de régie d'élevage, version 5.0 en format PDF modifiable;
- Feuille de calcul de la densité du troupeau, version 1.1 en Excel.

À la ferme, les producteurs peuvent remplir les procédures de régie d'élevage et sauvegarder le document en version électronique et/ou imprimer une copie pour les employés au besoin. Les ajouts ou les révisions aux procédures de régie d'élevage doivent être sauvegardés avec un numéro de version différent afin que l'auditeur puisse voir les révisions qui ont été apportées. Les procédures de régie d'élevage ont également un calculateur intégré permettant de déterminer la densité de logement

et le nombre de poussins pouvant être placés pour atteindre une densité particulière en fonction des paramètres du poulailler.

Pour les registres propres au troupeau, une seule copie doit être sauvegardée/imprimée pour chaque troupeau.



L'utilisation de ces formulaires électroniques simplifiera l'audit d'évaluation des dossiers, les formulaires électroniques pouvant être envoyés par courriel à l'office provincial ou à l'auditeur au besoin. Les documents supplémentaires sur les bons de livraison et le rapport d'analyse de l'eau devront être fournis dans leur version papier originale ou numérisés et envoyés par courriel avec les formulaires de données électroniques.

Le disque compact du PASAF 2014 contient également la Feuille de calcul de la densité du troupeau. Cette feuille de calcul a été conçue pour aider les producteurs à calculer le nombre d'oiseaux pouvant être placés dans leur poulailler, ainsi que pour déterminer la densité définitive de chaque troupeau expédié. Le modèle requiert des renseignements sur la taille du poulailler, la mangeoire et les recommandations en eau, le niveau de densité voulu et le taux de mortalité prévu afin de calculer le nombre maximum d'oiseaux pouvant être placés.

Le modèle Excel permet une conversion automatique entre  $\text{kg}/\text{m}^2$ ,  $\text{lb}/\text{pi}^2$  et  $\text{kg}/\text{pi}^2$ . Après l'expédition, les producteurs peuvent entrer le poids réel des oiseaux et le nombre d'oiseaux expédiés pour calculer rapidement la densité réelle au moment de l'expédition.

Après la révision du manuel du PASAF, la feuille d'information sur le troupeau a également été révisée et sera bientôt mise à la disposition des producteurs. Avec cette nouvelle feuille d'information, les PPC créeront un format électronique en PDF modifiable qui pourra être envoyé directement à l'abattoir. Les PPC attendent l'approbation du formulaire par l'Agence canadienne d'inspection des aliments et le mettront à la disposition des producteurs le plus rapidement possible. **R**



## Exigences du manuel du PASAF – Rappels

Afin de pouvoir repérer toute nouvelle information dans la nouvelle édition du manuel, toutes les modifications aux exigences sont indiquées par une étoile. Veuillez prendre le temps de bien lire la liste des modifications et de comprendre comment ces modifications peuvent affecter la mise en œuvre du programme.

Toutes les nouvelles exigences de cette édition sont entrées en vigueur le 15 mai et devraient être mises en œuvre entièrement et seront évaluées pendant votre prochain audit. La certification continue dépendra de la mise en œuvre des exigences de cette nouvelle édition.

Une de ces exigences est la nécessité de prélever l'échantillon d'eau à l'intérieur du poulailler aux tétines/à la fin de la conduite d'eau. Veuillez consulter l'article dans la présente édition du bulletin *Le poulet canadien* pour obtenir des conseils sur cette nouvelle exigence.

Une brochure sur les Lignes directrices sur l'utilisation responsable des antimicrobiens est également incluse avec le manuel du PASAF. Il s'agit d'un document important qui combine les exigences du programme sur l'utilisation des antimicrobiens et renforce la politique de l'industrie visant à éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie I. Les producteurs devraient examiner cette information avec l'ensemble du personnel qui fournit des soins aux troupeaux de poulets. **R**



## Euthanasie rapide des poussins en mauvaise condition physique

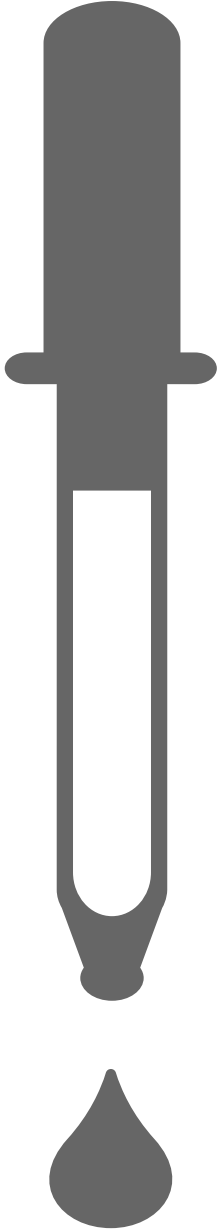
**Les producteurs recevront une affiche intitulée « Euthanasie rapide des poussins en mauvaise condition physique »\* avec leur numéro du bulletin *Le poulet canadien*.**

Cette affiche se veut un outil d'enseignement permettant d'identifier et de retirer les poussins en mauvaise condition physique au cours des 10 premiers jours de leur vie. Cette affiche est un rappel que la mise à la réforme est un outil essentiel; un programme efficace de mise à la réforme peut améliorer le bien-être des animaux, la salubrité des aliments et minimiser ou remplacer la nécessité d'une antibiothérapie.

Dans certains cas, un traitement antibiotique peut garder les poussins en vie, mais ne pourra guérir l'infection originale. Par conséquent, il y aura des pertes après l'arrêt du traitement. Un programme efficace de mise à la réforme permettra plutôt de réduire la souffrance et de limiter la quantité de bactéries répandues dans l'environnement.

Cette affiche a été créée avec un certain nombre d'intervenants de l'industrie pour être utilisée par l'industrie et a été imprimée sur un papier synthétique qui pourra résister au nettoyage lorsqu'elle est suspendue à l'intérieur du poulailler. **R**

\*(Veuillez prendre note que les producteurs de l'Ontario recevront leur affiche directement des Producteurs de poulet de l'Ontario)



## Analyse de l'eau à l'intérieur du poulailler

Dans la version 2014 de *Votre propre poulet* du Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme des PPC, on demande de prélever des échantillons d'eau pour le test d'eau annuel à l'intérieur de l'aire d'engraissement, à même le système d'approvisionnement à la tétine/fin de la conduite d'eau.

La modification apportée à cette version du manuel est que les échantillons doivent être prélevés à même le système d'approvisionnement à la tétine ou à la fin de la conduite d'eau. Cette exigence vise à évaluer la qualité de l'eau consommée tout particulièrement par les oiseaux. La seule façon de procéder est de prélever un échantillon de l'eau que boivent vraiment les oiseaux.

Il est important de prélever un échantillon de l'eau à cet endroit, car il existe des possibilités de contamination lorsque l'eau entre dans le poulailler, ce qui peut contribuer au développement bactérien. De plus, le biofilm qui s'accumule à l'intérieur des conduits d'eau constitue un excellent environnement pour les pathogènes, ce qui peut entraîner des problèmes de santé.

Même si le prélèvement d'un échantillon d'eau à l'intérieur du poulailler peut être un peu plus délicat en raison de la possibilité de contamination environnementale, il est vraiment possible d'effectuer un tel prélèvement ! Il est recommandé de prélever l'échantillon d'eau entre les troupes, après le nettoyage et la désinfection du poulailler.

Les lignes directrices suivantes permettront d'éviter une contamination environnementale et de prélever un échantillon d'eau

adéquat à l'intérieur du poulailler à même le système d'approvisionnement à la tétine ou la fin de la conduite d'eau.

- (1) Portez des gants jetables.
- (2) Étiquetez le récipient en plastique et ne retirez pas le couvercle.
- (3) Nettoyez la tétine/conduite/sortie à l'aide d'un tampon imbibé d'alcool.
- (4) Retirez la tétine/sortie et laissez couler l'eau dans un sceau pendant une à deux minutes. Vous pourrez ainsi éliminer l'eau stagnante et les débris qui pourraient contaminer l'échantillon.
- (5) En portant les gants jetables, retirez le couvercle du récipient et laissez le filet d'eau couler dans l'échantillon et remplir le récipient au complet.  
Avertissement : Ne touchez pas l'intérieur du couvercle et l'ouverture du récipient et ne déposez pas le couvercle par terre. Si vous le faites, jetez l'échantillon et prenez-en un autre.
- (6) Scellez le récipient et envoyez-le au laboratoire le plus rapidement possible. On obtient les résultats les plus précis dans les six heures à compter de la prise d'échantillon. Réfrigérez toute la nuit au besoin. **R**

