









# Rapport Annuel

OFFICE CANADIEN DE RECHERCHE, DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ET DE PROMOTION DES BOVINS DE BOUCHERIE

#### VISION

Une stratégie nationale de financement unifiée et durable pour l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

#### **MISSION**

Offrir une valeur mesurable à l'Industrie canadienne du bœuf grâce à la gestion prudente et transparente du Prélèvement national sur les bovins de boucherie.

#### **OBJECTIF**

L'Office national de prélèvement sur les bovins de boucherie (l'Office) gère et administre le Prélèvement national sur les bovins de boucherie. En travaillant avec ses principaux partenaires, l'Office veille à ce que les dollars du prélèvement soient investis dans la recherche, le développement des marchés et les programmes de promotion qui apportent une valeur ajoutée mesurable aux producteurs canadiens. L'Office est responsable de communiquer la valeur de l'investissement, ainsi que la formation, l'éducation, la gestion de la réglementation, la collecte et l'administration des dollars du prélèvement.

#### **TABLE DES MATIÈRES**

Message de la Présidente 1 / Message de la Directrice Générale 2 / Conseil D'Administration 3 / Sommaire 4
Profil de Office National de Prélèvement sur les Bovins de Boucherie 6 / Profil du Conseil de Recherche sur les Bovins de Boucherie 7
Profil de Bœuf Canada 8 / Profil de L'Association Canadienne des Éleveurs de Bovins – Gestion des Enjeux 9 / Aperçu de L'industrie et du Marché 10 / Recherche Rapport 12 / Développement des Marchés et Promotion 16 / Mobilisation du Public et Gestion des Enjeux 20
Investissements Provinciaux 22 / États Financiers 26



## Message de la Présidente

Au nom de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (l'Office), je suis heureuse de présenter ce rapport annuel pour la période du 1<sup>er</sup> avril 2017 au 31 mars 2018.

Je dois avouer que cette dernière année fut remplie de défis. Les diverses exploitations de bœuf au Canada, bien que propres à chaque province, ont toutes un objectif commun de produire la meilleure viande de bœuf possible tout en maintenant leur viabilité.

Sous les directives de nos bailleurs de fonds provinciaux, la séparation entre l'administration du prélèvement et le marketing a continué d'évoluer. Autant notre Conseil d'administration que les associations provinciales d'éleveurs de bovins ont démontré leur engagement dans les discussions et ont rencontré de nombreuses embûches tout au long du processus.

Nous avons continué de travailler avec chacune de ces associations provinciales pour assurer qu'elles étaient en mesure de formuler des commentaires au fur et à mesure

que nous retravaillions les règlements administratifs. Les besoins des éleveurs de partout au pays sont toujours notre première préoccupation. Il y a occasionnellement des obstacles et des défis mais notre mission reste la même : fournir une valeur mesurable à l'industrie grâce à une gestion prudente et transparente.

L'Agence a rédigé un nouvel ensemble de règlements permettant de rassembler les besoins des éleveurs de partout au pays. Cela comprend un comité de marketing distinct et séparé pour gérer la stratégie et les plans de développement des marchés et de promotion du bœuf au Canada, et la possibilité d'ajouter d'autres sièges pour des membres à titre individuel à ce comité. Cela donne aux délégués votants une voix plus forte dans ce domaine, en proposant et en faisant élire des membres qui partageront leurs compétences avec le comité.

L'augmentation du Prélèvement national sur les bovins de boucherie a fourni à l'Office une nouvelle occasion de travailler avec les associations provinciales d'éleveurs de bovins et de communiquer directement avec les éleveurs. Je suis fière du travail que nous avons accompli pour faciliter l'augmentation pour la plupart des provinces au profit de l'ensemble de l'industrie. À ce jour, la plupart des provinces ont accepté cette hausse. J'attends avec impatience que toutes les provinces acceptent cette augmentation qui nous permettrait d'augmenter le prélèvement à l'importation.

Les efforts de promotion et de développement des marchés entrepris par Bœuf Canada en 2017/18 étaient concentrés sur la force de la marque du bœuf canadien, à la fois au pays et à l'étranger. L'équipe de Bœuf Canada a travaillé fort avec le ministre MacAuley pour saisir des opportunités de missions commerciales sur les marchés étrangers, et une opportunité unique d'obtenir la reconnaissance de la marque à travers le pays grâce au Grand Slam de curling.



J'ai eu la chance de me joindre à l'équipe de Bœuf Canada au Mexique lors d'un événement commercial et j'ai été touchée par non seulement la quantité considérable de travail réalisé par notre personnel, mais par les résultats des efforts déployés sur les marchés internationaux. Les éleveurs peuvent être assurés que leurs investissements ont été utilisés de manière profitable.

En tant qu'organisme dirigeant dans la recherche nationale sur les bovins, le BCRC a joué un rôle important en 2017/2018, en soutenant les priorités de recherche de l'industrie canadienne du bœuf et en influençant les décisions d'investissement du secteur public dans la recherche sur les bovins. Les

résultats de la vérification nationale de la qualité du bœuf récemment publiés cette dernière année devrait être d'un intérêt particulier pour les éleveurs canadiens, puisqu'ils démontrent la valeur directe en dollars des défauts des carcasses. Cette mise à jour de la recherche est un bon exemple de la façon dont les investissements dans la recherche peuvent affecter directement le bénéfice net d'un éleveur canadien.

L'équipe de gestion des enjeux a complété la deuxième année de notre accord relatif au programme pilote. La valeur de cette équipe est évidente et fournit une forte valeur pour les éleveurs canadiens. Nous sommes heureux de signaler qu'une convention de service actualisée a été signée avec ce groupe et, depuis le 1° avril 2018, ils ont commencé à recevoir des dollars du prélèvement national alloué en fonction des pourcentages d'attribution de chaque province.

Au nom du Conseil d'administration, je tiens à remercier le personnel de l'Office et de Bœuf Canada pour leur engagement constant en faveur du progrès. Nous avons toujours des obstacles à franchir, mais si nous continuons à travailler ensemble, nous allons progresser pour le bénéfice de l'industrie.

Ce fut un plaisir de travailler avec les organismes nationaux et provinciaux au cours de mon mandat à titre de présidente, et j'attends avec impatience la continuité de cette lancée positive qui sera assurée par notre prochain président.

Meilleures salutations,

Linda Allison, Présidente

Linda & allison

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

## Message de la Directrice Générale

En 2017/18, l'Office national de prélèvement sur les bovins de boucherie s'est concentré sur la transparence de l'administration et la séparation de l'Office national de prélèvement sur les bovins de boucherie de la division du marketing, et il va sans dire que la route a été longue, mais cela en valait la peine.

L'Office continue de travailler pour trouver le juste équilibre quand il s'agit de gestion transparente et séparée, et la courbe d'apprentissage s'est avérée à la fois stimulante et enrichissante.

C'est par le biais de nos associations partenaires provinciales d'éleveurs de bovins que nous pourrons atteindre l'ensemble du pays pour s'assurer que chaque province obtient l'appui et le dévouement qui leur sont nécessaires. L'Office a eu le privilège d'être invité à quatre assemblées provinciales annuelles, cinq assemblées publiques et de parler à plus de 600 éleveurs et intervenants de l'industrie lors de divers événements au sujet de la gestion du prélèvement national.

Nous sommes heureux que l'Île du Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick ait accru leur prélèvement à 2,50 \$ l'an dernier, en juin 2017 et février 2018 respectivement, et nous avons commencé à nous préparer pour l'augmentation du 1er avril 2018 pour les trois provinces des Prairies. Notre équipe continue de travailler en tandem avec les associations provinciales d'élevage de bovins afin de nous assurer que leurs éleveurs, marchés aux enchères, marchands et autres reçoivent un avis et de l'information convenables à propos de tout changement au prélèvement, et nous sommes heureux de mentionner qu'il y a eu peu d'obstacles majeurs au processus d'augmentation jusqu'à ce jour.

La stratégie de l'Office exige un solide programme de vérification et d'enquête permettant d'aider les associations provinciales d'éleveurs de bovins à mieux se conformer aux exigences et réduire les dérapages qui se produisent d'une province à l'autre en matière de prélèvement. L'année dernière, nous avons continué à travailler sur le fondement du programme en engageant ceux qui ont de l'expérience dans ce



domaine pour nous aider à mieux comprendre le processus et les procédures qui permettront à notre programme de fonctionner avec succès et de manière durable.

L'Office dispose d'un plan d'affaires solide qui nous fera progresser en 2018/19 et qui a été partagé avec tous nos partenaires et approuvé par les membres du Conseil d'administration de l'Office. Nous continuerons à mettre l'emphase sur la gestion prudente et transparente du Prélèvement national sur les bovins de boucherie en nous concentrant sur la gouvernance et la structure, la gestion budgétaire et les communications.

Notre vision d'une stratégie nationale de financement unifiée et durable pour la recherche, le développement des marchés et la promotion des bovins de boucherie au Canada fait toujours partie de nos ambitions. Il n'y a aucun doute que les démarches pour la transition de l'Office vers une nouvelle structure autonome ont été ardues mais, à la fin, je sais que le travail que nous continuons d'accomplir au quotidien à l'échelle nationale et provinciale en vaut la peine pour les éleveurs à travers le Canada.

Melinda German, Directrice Générale Office national du prélèvement sur les bovins

# Conseil D'Administration

#### **CONSEIL D'ADMINISTRATION 2017/18**

Le conseil d'administration est composé de 16 membres provenant de partout au Canada. Dix (10) sièges d'administrateur sont attribués aux producteurs de bovins de boucherie désignés par leurs associations provinciales respectives, et six sont des représentants des conditionneurs/transformateurs, importateurs et exploitants de services alimentaires/vente au détail, également désignés par leurs associations respectives, ou par les délégués du Forum Annuel (restauration/détail).



Arrière G-D: Larry Weatherby, NS; Anthony Petronaci, CVC; Chad Ross, SK; Doug Sawyer, AB; Arthur Batista, CVC; Lonnie Lake, Secteurs du détail et de la restauration; David Francis, PEI.

**Avant G-D**: Charles Dyer, NB; Kourtney Tateson, CMC; Garnet Toms, ON; Heinz Reimer, MB; Linda Allison, BC; Coral Manastersky, I.E. Canada; Jeff Smith, AB; Kirk Jackson, QC.

Absente: Mike Kennedy, CVC.

#### **PRÉSIDENTE**

Linda Allison, Colombie-Britannique

#### **VICE-PRÉSIDENTE**

Heinz Reimer, Manitoba

Doug Sawyer, Alberta
Jeff Smith, Alberta
Chad Ross, Saskatchewan
Garnet Toms\*, Ontario
Kirk Jackson, Québec
Charles Dyer, Nouveau-Brunswick
Larry Weatherby, Nouvelle-Écosse
David Francis, Île-du-Prince-Édouard

#### L'ASSOCIATION CANADIENNE DES IMPORTATEURS ET EXPORTATEURS (I.E. CANADA)

**Coral Manastersky** 

#### **CONSEIL DES VIANDES DU CANADA**

Arthur Batista Mike Kennedy Anthony Petronaci Kourtney Tateson

### SECTEUR DU DÉTAIL ET DE LA RESTAURATION Lonnie Lake

<sup>\*</sup> C'est avec le coeur lourd que nous soulignons le décès de Garnet Toms survenu le 20 mai 2018.

## **Sommaire**

Ce rapport annuel 2017/18 de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie présente un résumé des programmes et des résultats des activités financées par le biais du Prélèvement national sur les bovins de boucherie entre le 1er avril 2017 et le 31 mars 2018.

En 2017/18, les revenus du Prélèvement national sur les bovins de boucherie ont atteint 7 701 204 \$ sur les bovins commercialisés. Ce revenu représente 1,00 \$ par tête commercialisée dans la plupart des provinces, sauf en Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île du Prince Édouard où 2,50 \$ par tête était collecté pour au moins une partie de l'exercice 2017/18.

Du total des fonds recueillis, 64 % était alloué au développement des marchés et à la promotion, 18 % à la recherche et 17 % a été retenu par les organismes provinciaux pour les bovins pour le marketing régional et des programmes de recherche.

Le prélèvement à l'importation sur le bœuf et des produits de bœuf importés au Canada ont aussi été recueillies à un taux de 1,00 \$ par tête équivalent, pour un total de 947 730 \$. Ces fonds, déduction faite pour l'administration, sont alloués à Bœuf Canada pour la seule fin de commercialisation du bœuf générique comme marketing nutritionnel, la conception de recettes et l'enseignement de compétences culinaires.

Environ 600 611 \$ ont été retenus pour la gestion du prélèvement, l'Office et le Conseil d'administration.

L'année dernière, l'Office a continué à mettre l'accent sur la transparence de l'administration du prélèvement, la communication et la mise à jour des ententes avec les associations provinciales pour les bovins, partenaires de l'Office. En 2017/18, les accords ont été mis à jour avec la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba avec un vocabulaire actualisé, afin de mieux s'harmoniser avec la structure actuelle de chaque organisme.

L'accent sur le maintien de finances publiques transparentes et séparées de Bœuf Canada fut une des principales priorités, au fur et à mesure que l'Office progressait vers des finances totalement indépendantes pour effectuer toutes les transactions administratives et de prélèvement.

L'Office a consacré une grande partie de l'année à développer et affiner un ensemble de règlements renforcés dans le but de favoriser une structure répondant plus aux besoins des associations provinciales d'éleveurs de bovins. Les amendements ont été guidées par un désir d'une séparation de gouvernance plus transparente de la gestion et des programmes de marketing de l'Office. C'était un défi de taille de réunir les désirs de neuf provinces et de trouver un terrain d'entente qui soit le meilleur pour l'ensemble de l'industrie canadienne des bovins. Les travaux vont se poursuivre pour s'assurer que la structure de l'Office continuera de répondre aux besoins des éleveurs de bovins.

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) est le seul organisme national de financement dirigé par l'industrie au Canada pour la recherche sur le bœuf. En tant que division de l'Association canadienne des éleveurs de bovins, le CRBB est dirigé par un Comité d'éleveurs de bovins de boucherie de partout au pays. Il joue un rôle important dans l'identification des priorités de recherche de l'industrie et la maximisation de la valeur de la recherche pour améliorer la

compétitivité de l'industrie canadienne du bœuf et, par la suite, influencer les investissements du secteur public dans la recherche sur le bœuf. Le financement du CRBB provient d'une partie du Prélèvement national sur les bovins de boucherie payé par les éleveurs et par un financement supplémentaire provenant d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et de la Grappe scientifique de l'industrie des bovins de boucherie, sous l'initiative fédérale-provincialeterritoriale « Cultivons l'Avenir 2 ».

Au cours de 2017/18, 14 projets ont été financés par la Grappe scientifique de l'industrie des bovins de boucherie. Chacun des projets s'aligne avec l'un des domaines prioritaires de recherche suivants:

- Productivité des cultures fourragères et des pâturages
- Les céréales fourragères et l'efficience alimentaire
- La santé et le bien-être des animaux et les maladies limitant la production
- La salubrité alimentaire et la qualité du bœuf
- L'environnement
- La diffusion des connaissances et de la technologie

En plus de financer la recherche, le CRBB joue un rôle prépondérant dans l'adoption de technologies pertinentes par l'industrie par le biais de sa stratégie nationale de transfert de technologie. Il est également chargé de l'exécution du programme Production de bœuf de qualité vérifiée Plus, lequel est un programme national de salubrité alimentaire à la ferme. PBV+ est l'outil qui relie le public et les éleveurs de bovins grâce à des pratiques solides de production de bœuf qui reposent sur des bases scientifiques que l'industrie du bœuf a développées, perfectionnées et qu'elle continue d'améliorer. Par l'entremise de formation et de vérification, les éleveurs canadiens de bovins apprennent et mettent en œuvre des pratiques basées sur la science, et le PBV+ les rassemble et prouve leur adoption afin de les communiquer au public et accroître la confiance du public envers le système de production de bœuf.

De plus, le CRBB dirige la mise en œuvre actuellement en cours de la Stratégie nationale de recherche sur le bœuf, en partenariat avec l'industrie et les organismes gouvernementaux de financement sur la recherche sur le bœuf à travers le Canada, pour être plus efficace avec un financement limité et pour garantir que les principales priorités de recherche, de capacité et d'infrastructure sont prises en compte.

Bœuf Canada cherche à permettre et soutenir la consommation et la fidélité à la marque du bœuf canadien et d'établir des relations solides avec les clients et partenaires à travers le monde. Ces efforts accroissent la demande pour le bœuf canadien et la valeur que les producteurs reçoivent pour leur bétail. S'assurer que les consommateurs continuent de percevoir la valeur pour le bœuf canadien est essentiel pour fournir un retour sur l'investissement des éleveurs.

Bœuf Canada a livré son plan stratégique 2017/18 basé sur quatre fonctions de base qui permettent à l'organisation d'augmenter la demande pour le bœuf canadien et la valeur que les éleveurs reçoivent pour leur bétail. Les fonctions sont:

- Développement des marchés intérieurs (développement des affaires, valorisation de la marque)
- Marketing générique du bœuf
- Centre d'excellence du bœuf canadien
- Développement des marchés d'exportation

Bœuf Canada exploite aussi le Centre d'excellence du bœuf canadien (CEBC), qui a été un élément essentiel dans les capacités de Bœuf Canada à établir un rapport et de collaborer avec les clients de façon significative. Le Centre d'excellence est plus qu'un emplacement physique pour l'innovation, la formation, l'éducation et l'expertise culinaire du bœuf et du veau. De grands chefs, des bouchers, des économistes et des professionnels de l'industrie utilisent le Centre pour développer des ressources techniques et pédagogiques qui sont largement disponibles pour les partenaires de l'industrie. Ainsi, le personnel du Centre a voyagé à travers le Canada et à l'étranger pour apporter leurs compétences sur le terrain.

Le prélèvement à l'importation recueilli sur le bœuf et les produits du bœuf importés au Canada continue de fournir un financement pour la promotion générique du bœuf. En 2017/18, 947 730 \$ ont été recueillis afin de promouvoir la valeur culinaire et nutritionnelle de la viande bovine. Des activités telles que la publicité imprimée, les médias sociaux, la télévision et des entrevues radio avec des experts en la matière, ont généré plus de 24 millions d'impressions des consommateurs. ThinkBeef.ca fournit une plate-forme pour les programmes financés par le prélèvement et encourage les Canadiens à considérer le bœuf dans le cadre de leur alimentation régulière. Les programmes du prélèvement à l'importation sont axés sur les domaines suivants: conception de recettes, promotion du bœuf comme une source de protéines de choix, et techniques culinaires pour s'assurer que les consommateurs aient une expérience positive du bœuf à la maison.

Gestion des enjeux, qui relève de l'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB), en était à sa deuxième année à recevoir des fonds à être investis dans des dépenses reliées à l'engagement du public envers l'industrie canadienne du bœuf. Le rôle de la Gestion des enjeux est d'aborder le fossé entre le public et la production de bovins de boucherie. Cela inclut d'anticiper les tendances, répondre à des événements exigeants, mobiliser les principaux intervenants et promouvoir les caractéristiques positives du système de production de bœuf qui contribuent à la durabilité et à gagner la confiance du public.

Gestion des enjeux joue un rôle de pivot, réunissant des intervenants nationaux et provinciaux pour mieux traiter des questions ou des occasions qui se présentent. Les conseillers canadiens du secteur du bœuf ont un rôle actif dans la définition des priorités pour la Gestion des enjeux, et l'équipe a travaillé en collaboration avec l'industrie afin d'assurer que la communication était en cours et que les ressources étaient partagées de façon efficace.

En 2017/18, 1,2 million\$ du Fonds du Prélèvement national sur les bovins de boucherie a été retenu par six associations provinciales pour des initiatives de recherche ou de commercialisation avec des avantages nationaux. Les programmes et les projets où les dollars du Prélèvement national sur les bovins de boucherie ont été investis au niveau provincial ont eu des corrélations directes sur l'atteinte des objectifs établis dans la Stratégie nationale sur le bœuf.

Les programmes provinciaux ont porté sur les domaines de recherche, de promotions destinées aux consommateurs et de développement des marchés. Les projets de recherche sur l'efficience alimentaire, la santé et la gestion animale, les stratégies de marketing et l'aménagement d'installations de recherche ont été soutenus grâce au fonds du prélèvement national perçu par les associations provinciales d'élevage de bovins.

#### **REVENU**

Prélèvement	
BC	255 391 \$
AB	4 057 994 \$
SK	1 120 761 \$
MB	505 394 \$
ON	905 224 \$
QC	726 720 \$
NB	19 231 \$
NS	80 157 \$
PEI	30 331 \$
Prélèvement total	7 701 203 \$
Prélèvement à l'importation	947 730 \$
REVENU TOTAL	8 648 933 \$

## Profil de Office National de Prélèvement sur les Bovins de Boucherie

#### PRÉLÈVEMENT NATIONAL SUR LES BOVINS DE BOUCHERIE

Le prélèvement national sur les bovins de boucherie est géré et administré par l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf, laquelle est le nom commercial de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

Le prélèvement national sur les bovins de boucherie est une redevance obligatoire de 1 \$ par tête perçue sur les ventes de bétail dans tout le Canada afin de financer les activités de recherche et de commercialisation de l'ensemble de l'industrie. Il est perçu auprès des éleveurs de bovins lorsqu'ils commercialisent leurs troupeaux via les organisations provinciales, à l'aide de leurs systèmes de perception existants comprenant les marchés aux enchères, stations d'achat, inspecteurs de marque et autres qui s'occupent des ventes de bovins.

L'objectif du prélèvement national sur les bovins de boucherie est double – soit augmenter les ventes de bœuf domestiques et d'exportation et trouver de meilleures méthodes plus efficaces de production de bœuf et de bovins de boucherie. Le prélèvement national sur les bovins de boucherie génère 7,5 M\$ annuellement en moyenne et est une source essentielle de revenus pour financer des initiatives qui vont faire progresser l'industrie et bâtir des marchés forts pour les bovins canadiens.

Le prélèvement canadien sur les bovins de boucherie subventionne le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie responsable du programme national de recherche de l'industrie, Bœuf Canada, pour mener le programme de développement et de promotion des marchés et pour la gestion des enjeux, qui relève de l'Association canadienne des éleveurs de bovins.

Le prélèvement national sur les bovins de boucherie perçoit aussi des redevances à l'importation équivalentes à 1 \$ par tête de bétail vivant pour le bœuf et les produits dérivés. Les dollars des redevances à l'importation sont investis dans des programmes génériques pour le bœuf, comme #ThinkBeef, qui ne portent pas la marque du bœuf canadien, tels que les compétences culinaires et la santé et le bien-être.

Une étude visant à évaluer les retombées économiques du prélèvement canadien sur les bovins de boucherie a été achevée en juin 2016 et marque la deuxième analyse de l'efficacité des dépenses du prélèvement national sur le bien-être économique des producteurs. L'étude indique qu'en moyenne de 2011/12 à 2013/14, chaque dollar du prélèvement investi dans les activités nationales de recherche et de commercialisation a résulté en un ratio coûts-avantages de 14:1 ou 14 \$ de bénéfices pour les producteurs de bovins canadiens, ce qui représente une augmentation par rapport à la moyenne de 9 \$ entre 2005 et 2008.

Inscrivez-vous au Gatepost, l'infolettre mensuelle du prélèvement national sur les bovins de boucherie et découvrez les numéros archivés : http://bit.ly/cdnbeefcheckoff



## Profil du Conseil de Recherche sur les Bovins de Boucherie

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) ) est l'organisme canadien de financement dirigé par l'industrie pour la recherche sur le bœuf. Le CRBB est financé en partie par le biais du prélèvement national payé par les producteurs ainsi que par le financement du gouvernement. L'organisme est dirigé par un comité d'éleveurs de bovins de boucherie à travers le pays.



À titre d'organisme national de recherche de l'industrie des bovins de boucherie, le CRBB joue un rôle important pour identifier les priorités de recherche et de développement de l'industrie et par la suite influencer le secteur public à investir dans la recherche sur le bœuf, les bovins de boucherie et le fourrage.

À l'échelle nationale, le CRBB reçoit en moyenne 18 cents sur chaque dollar provenant du prélèvement national. Le CRBB tire également profit du financement d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) par le biais de la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin.

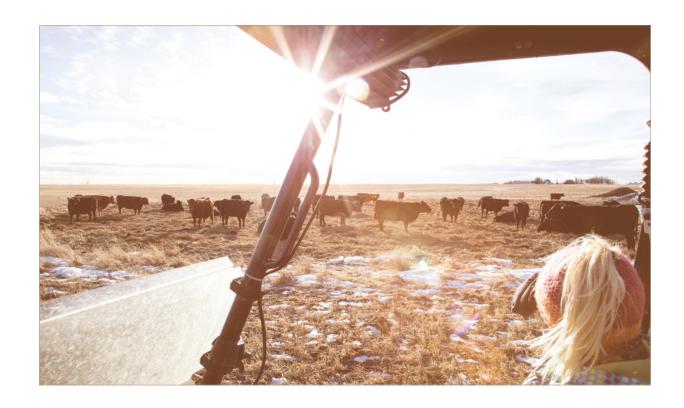
En tant que leader dans le développement d'une stratégie nationale de recherche sur le bœuf et de transfert de technologie, le CRBB facilite et encourage également la collaboration et la coordination entre les chercheurs, d'autres organismes de financement et l'industrie afin de maximiser les bénéfices tirés de tous les investissements dans la recherche sur les bovins de boucherie.

En plus de financer la recherche et le transfert technologique en soutien à l'industrie canadienne du bœuf, le CRBB soutien le programme de Production de Bœuf de qualité Vérifiée Plus (PBV+).

Le CRBB opère à titre de division de l'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) et a été créé par l'ACEB en 2001.

Pour en apprendre davantage: www.beefresearch.ca





## Profil de Bœuf Canada

En tant que division du marketing interne de l'Office, Bœuf Canada travaille à promouvoir tous les produits de bœuf canadien à l'échelle mondiale.



Le but de l'organisation est simplement "d'augmenter la demande des consommateurs mondiaux pour notre bœuf en s'assurant qu'ils connaissent bien ce que l'industrie canadienne du bœuf représente et quelles sont les valeurs de l'industrie." Bœuf Canada déploie des efforts pour améliorer la communion d'esprit, laquelle peut être définie comme la fréquence à laquelle les consommateurs pensent au bœuf canadien quand ils ont envie de manger du bœuf.

L'industrie canadienne du bœuf a une histoire étonnante à partager à propos des normes de classe internationale, du leadership en matière de durabilité, de l'ardeur au travail et des producteurs de viande bovine dévoués et, bien sûr, des produits de grande qualité de l'industrie canadienne du bœuf.

Ce sont là les quatre piliers fondamentaux qui soutiennent la marque du bœuf canadien que Bœuf Canada tente de promouvoir mondialement auprès des consommateurs, partenaires de la marque, conditionneurs, délégués commerciaux et plus encore.

L'organisation se concentre sur quatre principaux carrefours commerciaux internationaux : Amérique du Nord, Amérique Latine, Asie et marchés émergents. Les équipes de ces carrefours travaillent avec la marque du Bœuf canadien et les équipes de commercialisation pour atteindre les principaux objectifs stratégiques, en veillant à ce que l'industrie canadienne du bœuf obtienne de bons rendements sur leurs investissements dans le marketing et la promotion.

Bœuf Canada reçoit un grand pourcentage de son financement par le biais du prélèvement national. La balance du financement de Bœuf Canada provient des programmes de fonds de développement du gouvernement et en dollars obtenus par effet de levier grâce aux investissements des partenaires de la marque, tant au pays qu'à l'international.

Pour en apprendre davantage : www.canadabeef.ca





# Profil de L'association Canadienne des Éleveurs de Bovins – Gestion Des Enjeux

#### L'ASSOCIATION CANADIENNE DES ÉLEVEURS DE BOVINS – GESTION DES ENJEUX

L'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) est un organisme à but non lucratif, agissant comme « la voix nationale des producteurs canadiens de bovins ».



CANADIAN
CATTLEMEN'S
ASSOCIATION

National Voice Of Cattle Producers

Fondée par les producteurs et dirigée par un Conseil d'administration de producteurs élus, l'ACEB intervient sur toute une gamme d'enjeux de l'industrie canadienne du bœuf, tant au niveau national qu'international. La représentation de huit provinces et de toutes les étapes du système de production de bœuf au Conseil d'administration (cheptel de départ, vache/veau et secteur des parcs d'engraissement) permet à l'ACEB de conseiller les gouvernements aux niveaux national et international sur des questions d'importance pour l'industrie canadienne du bœuf.

L'ACEB permet également de gérer le niveau de production et les questions des consommateurs auxquelles fait face l'industrie en collaborant avec d'autres groupes de l'industrie pour créer et appliquer des stratégies de communication, de production et d'études de marché ainsi que pour créer des messages-clés pour l'industrie et plus encore.

L'ACEB et d'autres groupes ont aussi agi comme agents de liaison pour faire rapport de la recherche, des nouvelles innovations et des outils pour s'assurer que les producteurs de viande bovine détiennent les plus récentes informations pour aider à améliorer leurs pratiques de production. Le rôle traditionnel de sensibilisation est également renforcé par des efforts accrus vers la participation du public, en particulier pour informer de la façon dont les bovins sont élevés et d'où ils viennent.

Pour en apprendre davantage : www.cattle.ca





# Aperçu de L'industrie et du Marché

Préparé par Canfax Research Services

#### **UNE ANNÉE DE VIGUEUR SURPRENANTE**

Le marché du bœuf a connu une vigueur surprenante en 2017 malgré de plus grands stocks en protéines animales puisque la forte demande mondiale a contribué à soutenir les prix sur le marché nord-américain. En outre, les consommateurs canadiens continuent de surprendre au niveau des prix courants et face aux importants stocks de viandes concurrentes. Les parcs d'engraissement ont été en mesure de conserver un certain avantage avec un poids de carcasse plus léger.

En 2017, les prix des bovins gras de l'Alberta étaient en moyenne de 7,27 \$/100 lb au-dessus de ceux de l'Ontario, en position de force régionale. Les prix ont connu une forte remontée de 22 % au printemps; avant le creux de 31 % à l'automne – la moitié de cette baisse s'explique par l'augmentation de 13 % de la valeur du dollar canadien. La valeur de l'encaisse en espèces de l'Alberta au Nebraska a été historiquement forte depuis 2015, avec une moyenne quinquennale à -2,40 \$ / quintal en 2017. Cette base solide des trois dernières années démontre la compétitivité des transformateurs canadiens puisqu'ils ont réussi à conserver plus de bovins au Canada pour la transformation, augmentant ainsi le taux d'utilisation des capacités de transformation, le faisant passer de 80 % en 2016 à 82 % en 2017. Elle a également soutenu le marché des bovins d'engraissement en freinant les exportations (-34 % ou 67 000 têtes) et en favorisant les importations en 2017. Ceci reflète la compétitivité des parcs d'engraissement canadiens. Les profits de l'été des parcs d'engraissement ont eu une répercussion sur les prix des bovins d'engraissement au cours de l'automne. Au quatrième trimestre, les prix des jeunes bouvillons de 550 lb en Alberta et en Ontario s'établissaient en moyenne à 227-229 \$/100 lb, en hausse de 19-22 % comparativement à 2016.

Le faible maillon de l'industrie canadienne du bœuf semble être le secteur des veaux de naissage puisqu'il ne s'est pas développé en réponse à la hausse des prix des veaux au cours des dernières années. La météo a eu un effet dissuasif dans certaines régions; mais dans l'ensemble, un manque de confiance que les prix actuels soient maintenus est le plus grand obstacle pour la prochaine phase d'expansion.

Le marché des bovins de l'Alberta a surpassé celui de l'Ontario depuis octobre 2014 avec une bonification de 15 \$/100 lb en 2017 et aux États-Unis depuis octobre 2016 avec une bonification de 15,55 \$/100 lb en 2017. L'Ontario avait également un avantage de 0,40 \$/100 lb par rapport aux États-Unis en 2017. La forte demande de coupes de bœuf 100 % pour le secteur de la restauration a conduit à une augmentation de la transformation du bœuf au Canada.

#### AUGMENTATION DES MISES EN MARCHÉ ET DE LA PRODUCTION MALGRÉ DES INVENTAIRES STABLES

Les stocks de vaches de boucherie au 1er janvier 2018 étaient en hausse de 0,8 % à 3,7 millions de têtes et le total des stocks de bovins était en hausse de 0,9 % à 11,6 millions de têtes. Les génisses de remplacement pour la production de bœuf étaient stables à 561 600 têtes. Les signes d'expansion sont minimes, car les prix ont baissé après avoir atteint des sommets.

En dépit d'inventaires stables, les mises en marché des bovins d'abattage ont augmenté de 4 % à 3,5 millions de têtes avec une réduction des exportations de bovins d'engraissement aux États-Unis. Les mises en marché plus importantes ont été compensées par une diminution de 24 livres en poids de carcasse.

La production de bœuf canadien en 2017 (domestique plus les exportations de bovins d'abattage) a augmenté de 1,6 % à 2,9 milliards de livres. La production nationale a augmenté de 4 % à 2,56 milliards de livres, tandis que les exportations des bovins d'abattage étaient en baisse de 11 % à 409 millions de livres. La proportion de bovins abattus au pays est passée de 84 % en 2016 à 86 % en 2017. La production de bovins gras a augmenté de 2,4 % à 2,47 milliards de livres. La production de bovins non engraissés était en baisse de 1,7 % à 503 millions de livres.

Les ventes de vaches ont été stables à 610 000 têtes, mais une plus grande proportion a été abattue au Canada (79 % contre 69 % en 2016), soit une hausse de 14 % de l'abattage domestique et des exportations en baisse de 33 %.

#### FLÉCHISSEMENT DES DEMANDES NATIONALE ET INTERNATIONALES, MAIS ENCORE HISTORIQUEMENT ÉLEVÉES

La consommation canadienne totale de bœuf devrait être en légère hausse à 911 000 tonnes (poids en carcasse) et la consommation de bœuf par habitant en hausse de 0,8 %. Soixante-sept pour cent de la consommation intérieure provenait de bœuf canadien, en hausse par rapport à 75 % en 2016.

La combinaison de la consommation relativement stable et des prix déflatés du bœuf au détail en baisse de 4 % ont donné lieu à une plus faible demande de bœuf – ce qui n'était pas surprenant étant donné la concurrence des stocks croissants des viandes concurrentes. L'indice de la demande de bœuf au détail, un indicateur de la volonté des consommateurs de payer pour la viande bovine, a diminué de 3,5 % à 120 (Indice 2000 =100). Cela demeure la plus forte demande au détail depuis 1989, même si elle est en baisse par rapport au sommet atteint en 2016. La demande de gros, qui comprend la restauration, a diminué de 2,5 % en 2017 alors que les ventes au détail et à la restauration étaient plus comparables à 2016.

La demande internationale de bœuf en 2017 a légèrement fléchi de 0,5 % à 106,4 (Indice 2000 =100), mais reste au-dessus du précédent sommet de 106,3 en 2001.



## ACCÈS AUX MARCHÉS ET COMMERCIALISATION

Les exportations de bœuf et de bovins ont diminué de 4,8 % en valeur et de 4,3 % en volume à 595 000 tonnes d'une valeur de 3,47 milliards de dollars. Cela représente 46,5 % du total de la production bovine (y compris les exportations de bovins d'abattage) en 2017, sensiblement comparable à 2016. La baisse des exportations de bovins vivants a entraîné une augmentation plus modeste puisque plus de bovins sont demeurés au Canada tandis que les exportations de bœuf sont restées fortes. Les exportations de bœuf ont augmenté de 5,7 % en volume et de 6 % en valeur, à 380 000 tonnes (poids du produit) d'une valeur de 2,4 milliards de dollars, ce qui représente un nouveau record en termes de valeur.

Les États-Unis (É.-U.) demeurent le principal marché du Canada avec 72 % du total des exportations de bœuf suivis par la Chine continentale et Hong Kong (7,5 %), le Japon (6,8 %) qui a délogé le Mexique de la 3° place (6,2 %), la Corée du Sud (1,2 %), le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (0,4 %) et tous les autres marchés à 3,4 %.

Les exportations vers les États-Unis ont augmenté de 4 % en volume et de 6 % en valeur, à 274 000 tonnes d'une valeur de 1,7 milliards de dollars. Les exportations vers la Chine continentale et Hong Kong étaient en baisse de 4,6 % en volume et en hausse de 6 % en valeur à 28 400 tonnes d'une valeur de 227 millions de dollars en 2017. Les exportations vers le Japon ont augmenté de 27,6 % en volume et 11 % en valeur à 26 000 tonnes d'une valeur de 158 millions de dollars malgré les mesures de sauvegarde en vigueur au 1er août 2017 à 50 %, en désavantageant le Canada et les États-Unis

par rapport à l'Australie. Les exportations vers le Mexique ont augmenté de 5,7 % en volume et de 4,5 % en valeur à 23 600 tonnes évaluées à 158 millions de dollars. C'était la deuxième année complète d'accès à la Corée du Sud; mais au lieu de bâtir sur les gains importants de 2016, les volumes ont diminué de 33 %, en valeur de -32 % à 4 500 tonnes d'une valeur de 29 millions de dollars.

L'écart de prix de la catégorie AAA/Choice qui a diminué de -5,35 \$/100 lb en 2016 à -4,75 \$/100 lb en 2017 s'aligne sur la moyenne sur trois ans (-4,75 \$/100 lb). L'écart de prix du AA/select s'est élargi à -3,75 \$/100 lb comparativement à -2,38 \$/100 lb en 2016 pour être supérieur à la moyenne de trois ans de -2,80 \$/100 lb.

#### **PREMIER TRIMESTRE 2018**

La production intérieure de bœuf est en hausse de 7 % au premier trimestre de 2018. Cela permettra de soutenir la consommation et les prix du bœuf subissent des pressions à la baisse. Prévenir une forte baisse de la demande de bœuf continuera d'être un facteur crucial pour éviter toute chute brutale des prix du bœuf et du bétail. Au premier trimestre de 2018, les prix du bœuf au détail sont en hausse de 1 % par rapport à l'année dernière ; mais on s'attend à ce qu'ils subissent des pressions au début de l'été alors que de grandes réserves en protéines sont disponibles. Les exportations de bœuf au premier trimestre sont en hausse de 7 % en volume et 12 % en valeur. Les importations de bœuf ont augmenté de 6,6 % en volume mais sont restées stables en valeur avec un fort rebond de l'Australie (+69 %) et la Nouvelle-Zélande (+48 %) qui étaient basses l'année dernière.

## Recherche Rapport

#### PROGRAMMES DISPENSÉS PAR LE CONSEIL DE RECHERCHE SUR LES BOVINS DE BOUCHERIE

Présenté par le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie est partiellement financé avec une part des dollars du Prélèvement national perçu auprès des producteurs, soit le Prélèvement national sur les bovins de boucherie.



En 2017/18, le CRBB a reçu en moyenne 19 % de chaque dollar provenant du Prélèvement national sur les bovins de boucherie. Une autre partie du financement 2017/18 provenait de la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin, un partenariat avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) dans le cadre du programme Cultivons l'avenir 2 (CA 2). Le ratio était de 1:3 entre le financement provenant des revenus générés par le Prélèvement national sur les bovins de boucherie et les fonds supplémentaires provenant d'intervenants de l'industrie versus le financement provenant du gouvernement par le biais de la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin. Pour la période du 1er avril 2013 au 31 mars 2018, la Grappe scientifique était un programme de 20 M\$ dont 5 millions de dollars provenaient de l'industrie, incluant le Prélèvement national sur les bovins de boucherie, 1 M\$ du gouvernement provincial et 14 millions d'AAC.

Ce rapport présente les résultats des activités de recherche gérées par le CRBB durant la période du 1er avril 2017 au 31 mars 2018, soit la dernière année de financement pour le programme Cultivons l'avenir 2. Au cours de cette période, 14 projets ont été financés par la Grappe scientifique de l'industrie des bovins. Chacun de ces projets était axé sur l'un ou l'autre des domaines de recherche prioritaires suivants :

- Productivité des pâturages et des terres destinées à la production de fourrage
- Céréales fourragères et efficience alimentaire
- Santé et bien-être des animaux et maladies limitant la production
- Salubrité alimentaire et qualité du bœuf
- Environnement
- Transfert des technologies et diffusion des connaissances

Spécifique au domaine prioritaire de la productivité des pâturages et de la production de fourrage, la recherche a identifié des combinaisons optimales de cultures annuelles, de pratiques agronomiques et des variations régionales qui procurent des pratiques de pâturage étendues et les plus économiques pour répondre aux besoins nutritionnels du

troupeau de vaches pendant la période d'alimentation hivernale. Les chercheurs ont démontré qu'il y a un bon potentiel pour prolonger la saison de pâturage grâce à des réserves de fourrages, et que le maïs modifie sensiblement le comportement des bovins en pâturage par mauvais temps, ce qui leur permet de brouter pendant de longues périodes de temps sans avoir besoin de chercher refuge. Des programmes de reproduction de plantes indigènes, de légumineuses et de graminées, ont produit plusieurs lignes potentielles pour la commercialisation. Celles-ci ont été favorisées grâce à de nouveaux outils génomiques développés dans le cadre du programme pour les graminées ainsi que des nouvelles techniques de sélection spécialement pour la luzerne. Il fut également démontré que l'ajout de végétaux indigènes aux mélanges ont donné lieu à des avantages tels que l'amélioration de la stabilité et de la production dans le cadre de situation climatique extrême qui va entraîner une diminution des risques de production.

Dans le domaine des céréales fourragères et de l'efficience alimentaire, au cours de la période de financement de cinq ans, 10 variétés d'orge ayant une qualité et un rendement supérieurs ont été approuvées. Pour le triticale, des progrès ont été accomplis en matière de rendement et d'autres caractéristiques, et trois nouvelles variétés ont été produites en 2018 dont deux d'entre elles sont soumises à un processus de commercialisation. La recherche a également mis en évidence la variabilité dans l'ensilage de maïs et pourquoi il est essentiel pour les producteurs de faire un test sur l'ensilage de maïs avant de l'intégrer dans un régime alimentaire, de sorte que le rendement ne soit pas compromis. Dans un effort pour améliorer l'efficience alimentaire, la recherche a évalué les interactions entre les prébiotiques (ingrédients des aliments que l'animal ne peut pas digérer mais que les bactéries peuvent), les probiotiques (bactéries bénéfiques pour l'animal) et les symbiotiques (combinaison de pré- et probiotiques) pour évaluer comment ils fonctionnent dans l'animal. Concernant la qualité constante du bœuf, un projet a démontré que la valeur de la sélection moléculaire pour les caractères des carcasses peut être utilisée pour trier les bovins d'engraissement selon des ensembles de critères uniformes pour évaluer les carcasses au cours de la phase d'engraissement de la production.

Le National Beef Quality Audit (NBQA) représente une référence très complète de la qualité du bœuf au Canada. Certains éléments du secteur du détail incluaient une enquête de satisfaction auprès des clients, un sondage sur la tendreté du bœuf, une enquête microbiologique sur la durée de conservation, une enquête sur les lésions causées par les sites d'injection ainsi qu'une inspection des comptoirs à viande. Puis à l'usine de transformation, une inspection des glacières à carcasses et des salles de transformation. En outre, un sondage sur les perceptions actuelles et les priorités

en matière de qualité a été mené auprès des intervenants avec la participation des transformateurs, détaillants, services alimentaires, distributeurs, des exploitants de parcs d'engraissement et des éleveurs-naisseurs. Les conclusions du NBQA indiquent que la qualité du bœuf et les facteurs de satisfaction des consommateurs se sont amélioré ou sont demeurés stables par rapport au NBQA réalisé cinq ans avant. En termes de défauts de la carcasse, tandis que quelques éléments montrent une amélioration, il reste aussi un nombre important de domaines où il y a encore place à l'amélioration. Le coût global des défauts de qualité au niveau de la carcasse est estimé à 84,49 \$/tête pour les bovins gras et 47,27 \$ pour les animaux non-engraissés. Sur une base cumulative, le total des pertes dues à des défauts de qualité de carcasse approche 200 millions de dollars pour le secteur canadien des bovins.

Des recherches spécifiques sur la santé et le bien-être des animaux et sur les maladies limitant la production ont analysé des solutions rentables pour gérer la douleur associée au marquage et à la castration chez les veaux. Un projet a également établi un réseau de producteurs et de vétérinaires pour recueillir des informations sur la prévalence des maladies limitant la production dans le cadre d'un effort à long terme pour rétablir un système de surveillance. Il a été également démontré que les producteurs suivent le Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins, et que les éleveurs-naisseurs utilisent judicieusement les antimicrobiens. Les renseignements recueillis sur la prévalence des maladies fourniront de l'information pour les futures priorités de recherche en santé animale pour le secteur de l'élevage-naissage, ainsi que des critères de productivité pour les pratiques de gestion de l'Ouest canadien en identifiant des possibilités d'amélioration.

Un projet spécifique à l'impact environnemental des produits agricoles a permis de dresser un bilan de l'empreinte environnementale de l'industrie canadienne du bœuf quant aux émissions de gaz à effet de serre, l'eau et l'ammoniac, et comment cela a changé au fil des ans. Le projet a également créé des cadres pour évaluer l'empreinte aquatique, l'impact sur la biodiversité et les services écosystémiques fournis par le secteur de l'élevage. La recherche a montré que la production de la même quantité de bœuf canadien en 2011 a nécessité 29 % moins de bovins reproducteurs, 27 % moins de bovins d'abattage et 24 % moins de terres tout en produisant 15 % moins de gaz à effet de serre qu'en 1981. Dans l'ensemble, il a fallu 17 % moins d'eau pour produire un kilogramme de bœuf canadien en 2011 qu'en 1981.

Une étude exhaustive sur l'utilisation et la résistance aux antibiotiques menée auprès de parcs d'engraissement commerciaux suite à une production sans antibiotique et conventionnelle (avec des échantillons prélevés sur les planchers des enclos, dans du fumier en tas et du fumier composté, dans des bassins de rétention des eaux, des terres cultivées sur lesquelles du fumier a été répandu comme engrais, des cours d'eau, des installations de transformation de viande bovine, des patients hospitalisés et les eaux usées urbaines) n'a trouvé aucune preuve d'un lien entre la résistance aux antibiotiques dans les parcs d'engraissement et les environnements humains. Le compostage du fumier est un moyen efficace de réduire les résidus d'antibiotiques. L'utilisation record d'antibiotiques de plus de 2,5 millions de bovins d'engraissement a confirmé que les antibiotiques

Une étude sur l'utilisation et la résistance aux antibiotiques menée auprès de parcs d'engraissement n'a trouvé aucune preuve d'un lien entre la résistance aux antibiotiques dans les parcs d'engraissement et les environnements humains.

14

projets ont été financés par la Grappe scientifique de l'industrie des bovins

VBP+ a 800 exploitations enregistrées et a formé 1 450 producteurs en 2 ans.

## Recherche Rapport (suite)

utilisés dans la production en parc d'engraissement appartiennent principalement à la catégorie de "moyenne importance" pour la santé humaine.

Les programmes de transfert de technologies et de diffusion des connaissances du BCRC étaient axés sur l'accélération de l'adoption des résultats de recherche par l'industrie. Divers mécanismes ont été utilisés pour communiquer les résultats à l'industrie de façon significative et utile. L'objectif principal était la vulgarisation des résultats des activités de recherche réalisées par la Grappe scientifique de l'industrie des bovins. Des fiches résumant les conclusions du projet, des articles portant sur les résultats et les priorités de recherche ainsi que des nouvelles pages web, des vidéos et des outils de décision en matière de coûts de production ont été créés pour les producteurs et sont disponibles sur le site www.BeefResearch.ca. L'engagement des chercheurs envers l'industrie a continué de s'améliorer au cours de la dernière année par le biais du Programme de mentorat pour les chercheurs sur le bœuf. Un projet d'analyse économique et une étude documentaire des divers niveaux d'adoption des meilleures pratiques et des innovations, tous deux réalisés par Canfax Research Services, contribueront à la diffusion d'informations sur l'approche du BCRC en matière de transfert de technologie.

Bien qu'il soit difficile de mesurer ou de qualifier l'adoption de nouvelles connaissances, notamment dans le court terme, les efforts de transfert de technologie du BCRC semblent être très fructueux. Le trafic sur le site web et les niveaux de redistribution d'articles et de fiches d'information ont augmenté, les analyses montrent que le public s'intéresse à une variété de sujets, les vues par vidéo augmentent de plus en plus et les réseaux de médias sociaux des intervenants grandissent sans cesse.

Le prélèvement national sur les bovins de boucherie a également financé des projets de recherche à l'extérieur de la Grappe scientifique de l'industrie des bovins. Un aperçu de ces projets, y compris la recherche sur la digestibilité de la paille d'orge, sont également mis en évidence dans la section III du présent rapport.

En plus de commanditer la recherche et les programmes de transfert de technologie en appui à l'industrie canadienne du bœuf, le BCRC continue de superviser le Programme Verified Beef Production Plus MC (VBP+). En 2017/18, VBP+ était axé sur l'achèvement de sa transition du VBP au VBP+, offrant une gamme complète de programmes axés sur le développement durable pour les producteurs de bœuf. Avec l'ajout des nouveaux modules, VBP+ est bien placé pour répondre aux indicateurs établis par la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (CRSB) et fournir une option rentable, crédible, dirigée par les producteurs, pour vérifier les pratiques de production responsables grâce à la formation, à la simple tenue de registres et des vérifications sur place. VBP+ a continué d'élargir son engagement avec les utilisateurs finaux l'année dernière, en grande partie grâce à la CRSB. VBP+ fait équipe avec BIXS et Cargill pour lancer le projet d'accélération de la durabilité du bœuf canadien pour tester le cadre de la TRCBD (CRSB) pour s'assurer qu'il sera fonctionnel dans l'industrie du bœuf commercial. VBP+ poursuit ses efforts pour préparer une structure de financement fédéral/provincial réduite puisque de nouveaux programmes sont dévoilés à travers le pays. VBP+ utilise

pleinement une base de données nationale et un site internet national – l'une des premières étapes de la synchronisation et de la rationalisation du programme VBP+ et des opérations plus efficaces et moins tributaires de l'aide financière du gouvernement.

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) finance des recherches de pointe pour faire progresser la compétitivité et la viabilité de l'industrie canadienne du bœuf. Le CRBB administre l'allocation de recherche provenant des dollars du Prélèvement national sur les bovins de boucherie payé par les éleveurs de bovins. Avant 2018, le CRBB recevait en moyenne 0,19 \$ sur chaque dollar du Prélèvement national sur les bovins de boucherie perçu par les provinces. Le CRBB tire parti du financement du gouvernement (principalement d'AAC) dans le cadre de Cultivons l'avenir 2 avec les fonds de l'Industrie canadienne du bœuf, principalement du Prélèvement national sur les bovins de boucherie, selon un ratio de 1:3 (industrie:gouvernement) par le biais de la Grappe scientifique de l'Industrie canadienne des bovins de boucheries. Le CRBB collabore également avec d'autres organismes de financement afin de maximiser la valeur de tous les investissements dans la recherche au sein de l'Industrie canadienne des bovins de boucherie.

À titre d'organisme de recherche de l'industrie canadienne des bovins de boucherie, le BCRC joue un rôle important en identifiant les priorités en matière de recherche et développement de l'industrie et subséquemment en exerçant une influence sur les investissements du secteur privé dans la recherche sur les bovins. Le BCRC facilite et encourage la collaboration et la coordination entre les chercheurs, d'autres organismes de financement et l'industrie afin de maximiser les avantages obtenus de tous les investissements dans la recherche sur les bovins.

En plus de financer la recherche, le BCRC joue un rôle de premier plan dans l'adoption de nouvelles technologies dans l'industrie grâce à sa stratégie de diffusion de ses connaissances et de transfert de technologie. Il est également responsable de faire connaître le programme Verified Beef Production Plus (VBP+). Le BCRC dirige aussi la mise en œuvre de la Stratégie de recherche du bœuf canadien et de la Stratégie de transfert de technologie, en partenariat avec l'industrie du bœuf et les organismes gouvernementaux de financement de la recherche sur le bœuf à travers le Canada, afin d'être plus efficaces avec des fonds limités et de s'assurer que les principales priorités en matière de recherche, capacité, infrastructure et rayonnement soient prises en compte.

La majeure partie du programme de recherche et de vulgarisation du BCRC 2017/18 a été financé par la Grappe scientifique de l'industrie des bovins boucherie dans le cadre de Cultivons l'avenir 2. Cette deuxième grappe scientifique couvrait la période du 1er avril 2013 au 31 mars 2018. Il s'agissait d'un programme de 20 M\$ dont 5 M\$ de l'industrie, comprenant le Prélèvement national sur les bovins de boucherie, 1 M\$ du gouvernement provincial, et 14 M\$ d'AAC.



En 2011, le bœuf canadien a requis 29 % de moins de cheptel reproducteur, 27 % moins de bovins d'abattage et 24 % moins de terre et produit 15 % moins d'eau pour produire un kilo de bœuf canadien en 2011 comparé à 2018.

## Développement des Marchés et Promotion

#### PROGRAMMES RÉALISÉS PAR BŒUF CANADA

Rapport soumis par Bœuf Canada

Bœuf Canada s'efforce d'accroître et conserver la fidélité à la marque du bœuf canadien et construire des relations solides avec les clients commerciaux et les partenaires à travers le monde. Ces efforts augmentent la demande pour le bœuf canadien et la valeur que les producteurs reçoivent pour leur bétail. Il est essentiel de s'assurer que la valeur que les consommateurs accordent au bœuf canadien demeure forte pour réaliser un retour sur l'investissement des producteurs.



### Bœuf Canada poursuit sa stratégie d'affaires de trois ans à travers quatre fonctions principales :

- Développement des marchés intérieurs (développement des affaires, valorisation de la marque)
- Marketing générique du bœuf
- Centre d'excellence du bœuf canadien
- Développement des marchés d'exportation

### DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS INTÉRIEURS

L'Amérique du Nord n'est pas seulement le plus grand et le plus important marché du Canada – c'est chez nous. Le Canada constitue le fondement de la marque du bœuf canadien pour rejoindre d'autres coins du globe. Bœuf Canada a continué d'investir au niveau national pour assurer que le bœuf canadien reste un aliment de base du régime alimentaire canadien. En se concentrant sur les partenaires de marque avec de grands volumes et de l'influence (par exemple, Costco, Sobeys, Loblaw, Wal-Mart, Federated Co-op, Tim Hortons, Chalet Suisse, Montana's, Subway, Sysco), Bœuf Canada est en mesure de s'assurer que ces partenaires sont parfaitement familiarisés avec le bœuf canadien, comprennent et tirent parti de la valeur de la marque du bœuf canadien.

Au cours de la dernière année, deux grandes entités ont pris la décision de recommander et promouvoir le bœuf 100 % canadien: Walmart et Harvey's. Un engagement envers un approvisionnement en bœuf canadien seulement a un impact significatif sur l'assurance que les transformateurs produisent plus de produits de bœuf pour les agriculteurs et les éleveurs canadiens partout au Canada. Harvey's a travaillé en étroite collaboration avec l'industrie canadienne du bœuf pour assurer et s'engager envers un approvisionnement exclusivement de bœuf provenant à 100 % du Canada.

Ces partenariats ont continué d'être une priorité, en se concentrant sur l'harmonisation du message et de la stratégie de marque pour le bœuf canadien. Bœuf Canada a continué d'accueillir les « Expériences du bœuf canadien » de la ferme à l'assiette pour les partenaires de l'industrie et de trouver des alignements avec des marques nationales reconnues. Afin de tirer davantage parti de son influence, Bœuf Canada a eu une grande présence aux salons Restaurants Canada et Fédération canadienne des épiciers indépendants qui incluaient des séminaires et des présentations clés.

L'équipe de marketing de Bœuf Canada continue à établir la notoriété de la marque, la confiance, la fidélité et l'affinité grâce à des outils de sensibilisation, de plateformes et de campagnes de marketing stratégiques.

Le site Web www.canadabeef.ca a été conçu comme un outil de mesure stratégique pour permettre la capacité de suivre et de contrôler le contenu qui rejoint les consommateurs et les producteurs ainsi que les niveaux d'engagement et la démographie de l'auditoire. Les consommateurs et les producteurs peuvent trouver des informations concernant les recettes, le savoir-faire avec le bœuf, des communiqués de presse, des campagnes sur le bœuf, la notoriété de la marque et des événements. Depuis la relance en 2017, le site a continué à observer la progression de la portée mois après mois. Grâce aux mises à jour mensuelles du contenu stratégique, aux mises à jour web et aux programmes sociaux, le site a connu une augmentation de 25 % du nombre d'utilisateurs par rapport à l'année précédente; une augmentation de 25 % du nombre de sessions sur le site web; et une augmentation de 50 % de vues du site par rapport à l'année précédente. En mars 2018, le site Web français www.fr.canadabeef.ca a été mis en ligne pour les consommateurs. Ce site est basé sur la version anglaise avec quelques différences. Le contenu qui pourrait être pertinent pour ce public a été traduit et ajouté au site contenant des articles, des recettes, des vidéos, de l'information en matière de savoir-faire et de cybercommerce.

Le Club Pensez Bœuf est la base de données et la plateforme d'édition en ligne de Bœuf Canada qui fonctionne avec des versions e-blast à 38 873 abonnés, couvrant des sujets qui sont à la fois axés sur des thématiques culinaires et sur la marque. L'investissement a été utilisé à la fois pour augmenter le nombre de membres et pour soutenir le développement de contenu et de publication. Lancé en 2014, l'application RoundupMC a été commercialisée comme une application d'achat de bœuf en ligne et de ressources culinaires. La ressource est offerte en trois langues: anglais, français et espagnol. Il y a eu 26 000 téléchargements de l'application

(Android et Apple combinés). En 2017/18, il y a eu 11 081 visiteurs uniques, ce qui représente une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente.

Bœuf Canada demeure un chef de file dans les médias sociaux. L'empreinte numérique a augmenté pour inclure une variété de plates-formes de médias sociaux (c.-à-d. Facebook, Twitter, Instagram, etc.), chacun atteignant des publics cibles dans de façon utile, instructive et captivante. Dans l'ensemble, l'année dernière, il y a eu plus de 1 823 messages à travers les 5 plates-formes qui ont généré : 5 187 841 impressions, soit une augmentation de 95 % par rapport à l'année précédente; 4 835 nouveaux partisans (auditoire), soit une augmentation de 91,6 % par rapport à l'année précédente; et un total de 116 368 engagements, ce qui représente une augmentation de 188 % par rapport à l'année précédente.

Bœuf Canada est devenu commanditaire du Grand chelem de curling, la plus grande série d'événements professionnels du circuit mondial de curling. Avec cinq événements, plus de 52 parties télévisées et plus de 130 heures de curling en direct, cela a fourni l'occasion d'établir la notoriété de la marque et de sensibiliser et fidéliser les consommateurs au bœuf canadien. Les événements de curling ont eu lieu dans les villes à travers l'Ontario, le Manitoba et l'Alberta entre novembre 2017 et avril 2018. La couverture télévisuelle a atteint plus de 4 millions de téléspectateurs avec la présence de plus de 75 000 personnes aux événements en direct. Le Canada a également formé un partenariat avec les équipes canadiennes masculines et féminines de curling avant et après les Jeux Olympiques d'hiver 2018. S'inspirant de l'énergie olympique, l'équipe des médias sociaux ont conçu 18 vidéos et plus de 30 publications en ligne qui ont été mis en évidence avant et après les Jeux olympiques 2018.

Pour célébrer et tirer parti du 150° anniversaire du Canada en 2017, Bœuf Canada a mené une campagne d'une durée d'un an qui liait la Fête Nationale du Canada et la marque du bœuf canadien. Bœuf Canada a fait équipe avec les hôtels Fairmont à travers le pays pour célébrer cet anniversaire par une série d'événements uniques d'échanges culinaires avec des chefs talentueux de partout dans le monde. Grâce à ces grands chefs, la série d'échanges culinaires de Bœuf Canada et des hôtels Fairmont a été conçue pour rehausser la compréhension de l'identité des aliments canadiens. La série d'événements comprenait des visites de fermes d'élevage, des colloques présentant des accords mets de bœuf et vins, des barbecues caritatifs et des soupers de gala. Ainsi, les célébrations du 150° anniversaire du Canada ont été menées sur les marchés d'exportation dans le monde entier alors que Bœuf Canada s'associait avec les ambassades, consulats et les délégués commerciaux du Canada au Mexique, Japon, Corée du Sud, Chine, Taïwan, Indonésie et Philippines pour célébrer le Canada et les aliments canadiens.

La recherche montre que la sensibilisation des consommateurs canadiens à la marque du bœuf canadien est à 82,5 % (Recherche sur les intentions, du 9 au 11 février 2018, parmi 500 participants au Canada). Les deux sources principales de la sensibilisation à la marque sont : la publicité au point de vente et à la télévision (78 %). La principale source de connaissance par le biais de la télévision a été la commandite de curling (4,1 millions de téléspectateurs atteints avec 22 télédiffusions).

#### **AUGMENTATION DE**

25 %

du nombre d'utilisateurs du site Web de Bœuf Canada

**26 000** 

téléchargements de l'application Roundup<sup>MC</sup>

#### **AUGMENTATION DE**

95 %

d'impressions dans les médias sociaux

# Développement des Marchés et Promotion (suite)

La consommation totale de bœuf canadien en 2017 était en légère hausse à 923 820 tonnes (poids carcasse) et la consommation de bœuf par habitant était de 0,6 % – la deuxième télédiffusion. 77,7 % de la consommation nationale provient de bœuf canadien, en hausse par rapport à 75 % en 2016 et 72 % en 2015.

Au cours des deux dernières années, le Canada a augmenté sa consommation intérieure, sa part du marché intérieur, sa production intérieure de bœuf ainsi que ses volumes et ses valeurs d'exportation – tandis que l'inventaire national de bovins restait stable. Ces augmentations ont été obtenues grâce à une diminution de l'exportation de bovins vivants vers les États-Unis, ce qui a fait augmenter l'abattage domestique.

#### MARKETING GÉNÉRIQUE DU BŒUF

Le prélèvement à l'importation (perçu sur les importations de bœuf au taux équivalent de 1 \$ par tête) a continué de fournir des fonds la diffusion de messages positifs sur le bœuf à travers le Canada. Avec la perte de connaissances alimentaires des consommateurs et le fait que la santé et le bien-être demeurent un enjeu important pour l'industrie du bœuf, Bœuf Canada a élaboré des initiatives ciblées pour influencer positivement les préférences des consommateurs envers les produits de bœuf génériques, sans marque, plutôt que pour d'autres protéines. Les activités dans ce domaine qui incluent la publicité imprimée, les médias sociaux (blogs), des entrevues télévisées ou radiophoniques avec des experts en la matière, ont généré plus de 24 millions d'impressions. Les lecteurs sont invités à visiter www.thinkbeef.ca pour l'accès à des ressources financières générées à partir des fonds prélèvement sur les importations.

### CENTRE D'EXCELLENCE DU BŒUF CANADIEN

Le Centre d'excellence du bœuf canadien(CEBC) a été un élément essentiel dans la capacité de Bœuf Canada de se connecter et de collaborer avec les clients de façon significative. Le Centre d'excellence est plus qu'un emplacement physique pour l'innovation, la formation, l'éducation et l'expertise culinaire pour le bœuf et le veau du Canada. De grands chefs, des bouchers, des économistes et des professionnels de l'industrie utilisent le Centre pour développer des ressources techniques et pédagogiques disponibles pour les partenaires de l'industrie. Ainsi, le personnel du Centre a voyagé à travers le Canada et à l'étranger pour apporter leurs compétences sur le terrain.

Le CECB assure que l'industrie puisse relier les caractéristiques techniques du produit avec les composants émotionnels tels que le goût et le plaisir, la confiance envers les éleveurs de bovins du Canada, l'approbation publique et plus encore. Développer à la fois la compréhension et les possibilités avec les clients nationaux à la recherche d'approches axées sur la solution aux défis de catégorie de bœuf, ainsi que la possibilité d'introduire des nouveaux clients des grands marchés d'exportation à la chaîne de valeur du bœuf canadien dans une formule « La viande du pâturage au consommateur » est un outil concurrentiel unique et puissant pour construire une clientèle fidèle et informée.

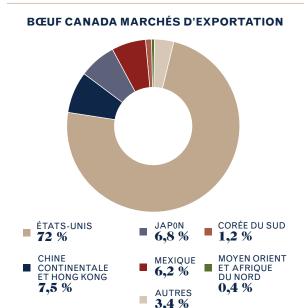
À ce jour, le Centre a engagé directement plus de 230 sociétés domestiques et 250 étrangères dans les programmes de développement des entreprises; il a accueilli 58 missions internationales et 84 missions nationales et a aidé à générer 400 millions de dollars de nouvelles affaires pour le bœuf canadien. Cette occasion de positionner efficacement la marque du bœuf canadien et d'entrer en contact avec des entreprises pour mettre en évidence les attributs spécifiques du bœuf canadien qui sont importants pour ces entreprises « ouvre la voie » pour le succès commercial.

# 400 millions

de dollars de nouvelles affaires pour le bœuf canadien générés grâce aux initiatives du Centre d'excellence du bœuf canadien

# 2,4 milliards

de dollars – la valeur des exportations de bœuf canadien représentait 380 000 tonnes



#### DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION

Le travail de Bœuf Canada sur les marchés d'exportation crée des occasions pour l'industrie canadienne du bœuf pour réaliser une plus grande valeur pour la carcasse que ce qui pourrait être réalisé dans le marché intérieur seul. En plus d'offrir des offres concurrentielles sur les coupes du centre, les marchés d'exportation peuvent offrir de meilleurs rendements que pour les marchés intérieurs pour les coupes d'extrémités, charcuteries fines/coupes minces et les abats. Canfax Research Services estime qu'une valeur supplémentaire de plus de 500 \$/tête est ajoutée à la carcasse par les marchés d'exportation (moyenne de 5 ans).

À l'exportation, Bœuf Canada a stratégiquement bien positionné la marque du bœuf canadien comme bœuf nourri au grain et de qualité supérieure grâce à ses activités de marketing, incluant les activités de promotion de la marque du bœuf canadien. Les principales activités de commercialisation étaient centrées sur l'alignement stratégique avec des partenaires sélectionnés pour communiquer la marque du bœuf canadien aux utilisateurs finaux et aux consommateurs afin de renforcer leur confiance et leur intérêt pour le bœuf canadien et assurer la pénétration du marché local. Cette approche réunit la marque (éléments émotionnels) et l'Avantage du bœuf canadien (éléments techniques) pour créer la fidélité à la marque.

Les exportations de bœuf canadien ont augmenté de 5,7 % en volume et de 6 % en valeur à 380 000 tonnes (poids du produit) d'une valeur de 2,4 milliards de dollars, ce qui représente un nouveau record de la valeur. Les États-Unis demeurent le principal marché du Canada, représentant 72 % du total des exportations de bœuf suivis par la Chine continentale et Hong Kong (7,5 %), le Japon (6,8 %) qui s'est approprié la

3° place qui appartenait au Mexique (6,2 %), suivi de la Corée du Sud (1,2 %), le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (0,4 %) avec tous les autres marchés à 3,4 %.

Les exportations vers les États-Unis ont augmenté de 4 % en volume et de 6 % en valeur à 274 000 tonnes d'une valeur de 1,7 milliards de dollars. Les exportations vers la Chine continentale et Hong Kong étaient en baisse de 4,6 % en volume et en hausse de 6 % en valeur à 30 789 tonnes évaluées à 242 millions de dollars en 2017. Les droits de douane sur les exportations de bœuf congelé au Japon sont passés de 38,5 % à 50 % du 1er août 2017 au 31 mars 2018, mettant le Canada et les États-Unis en position de désavantage par rapport à l'Australie. Malgré cela, les exportations au Japon sont demeurées très fortes avec des volumes en hausse de 27,6 % et en hausse de 11.1 % en valeur à 25 657 tonnes d'une valeur de 154 millions de dollars à partir de 2016. Les exportations vers le Mexique ont augmenté de 5,7 % en volume et de 4,5 % en valeur à 23 511 tonnes d'une valeur de 157 millions de dollars. C'était la deuxième année complète d'accès à la Corée du Sud; mais au lieu de tirer parti des gains importants de 2016, les volumes et la valeur ont diminué de 17 % à 5 315 tonnes d'une valeur de 35 millions de dollars – en grande partie en raison de la forte concurrence pour l'offre limitée de bœuf canadien en provenance du Japon, de la Chine et Hong Kong, et de l'Asie

Le marché de l'Amérique latine a continué d'appuyer divers Programmes de marketing et de commercialisation ainsi que le marketing sur les médias sociaux en collaboration avec des partenaires à l'exportation et à la vente au détail et de services alimentaires au Mexique et en Amérique latine. Avec des programmes à succès comme la Série culinaire sur le bœuf canadien, les promotions avec des chefs célèbres, et le rayonnement du développement des entreprises par le biais de salons commerciaux et de missions commerciales, Canada Beef a créé la notoriété de la marque et le positionnement du produit dans l'esprit des consommateurs et des principaux influenceurs.

Les pivots des marchés asiatiques ont également continué à utiliser les séries culinaires du bœuf canadien pour appuyer l'éducation, la compréhension et la fidélité à la marque du bœuf canadien. Bœuf Canada a aussi continué à positionner la marque du bœuf canadien grâce à une série de cours de cuisine enrichissants et de séminaires animés par des chefs professionnels; des programmes de marketing intégré reliant des événements en ligne et en direct; des séminaires ou des compétitions culinaires; la communauté du bœuf canadien intégrant des plateformes de médias sociaux et des campagnes médiatiques de la marque. Les initiatives de marketing ont mené avec succès l'Avantage du bœuf canadien aux utilisateurs finaux comme une véritable expérience grâce à des démonstrations de découpe/cuisson et dégustation de bœuf – en leur donnant un lien émotionnel avec la marque et créant des conversations avec les utilisateurs finaux.

Bœuf Canada continue à travailler pour développer la fidélité à la marque et accroître la valeur que les producteurs reçoivent pour leur investissement et pour leur bétail sur le marché. En continuant de tirer parti de la forte histoire canadienne, les consommateurs, les partenaires de marque, les partenaires commerciaux et les membres de l'industrie exigeront de plus en plus les qualités qui distinguent le bœuf canadien.

# Mobilisation du Public et Gestion des Enjeux

### PROGRAMMES OFFERTS PAR L'ASSOCIATION CANADIENNE DES ÉLEVEURS DE BOVINS

Rapport soumis par CCA

L'année d'avril 2017 à mars 2018 a marqué la deuxième année du projet pilote Gestion des enjeux d'une durée de deux ans.



CANADIAN
CATTLEMEN'S
ASSOCIATION

National Voice Of Cattle Producers

L'accent cette année était de continuer à développer et affiner la communication entre les organisations de l'industrie canadienne du bœuf de partout au Canada, partager les informations au fur et à mesure que des enjeux surviennent, réduire les chevauchements et assurer une meilleure compréhension du rôle de chacune des organisations pour mener ou participer à des activités ou des réponses à des enjeux. L'accent continue de porter sur l'éducation des éleveurs et des intervenants de l'industrie au sujet de l'objectif du programme, ainsi que créer une équipe fonctionnelle de résolution des enjeux pour répondre aux questions des consommateurs et aux informations trompeuses des médias et médias sociaux sur le bœuf et la façon dont il est produit. Ceci est mis en lumière grâce à un investissement important dans l'ensemble du Canada pour mobiliser les organismes nationaux et provinciaux et les producteurs. L'équipe de mobilisation du public et de résolution des enjeux a fait plus de 30 présentations dans tout le pays pour informer les producteurs sur l'objectif du programme et solliciter des commentaires sur les améliorations à apporter au plan.

Pour créer une meilleure communication entre les organisations provinciales et nationales de l'industrie, dans le but de partager des informations et gérer efficacement les enjeux liés aux consommateurs, une équipe de résolution des enjeux a été créée avec un représentant de chacune des organisations pour siéger dans l'équipe. Quand un problème se pose, cette équipe est utilisée pour discuter de la meilleure façon d'aborder la question, qui va y répondre ou diriger, et qu'est-ce que les autres peuvent faire pour soutenir ou partager des informations pour aider à régler le problème. Cette équipe a été inestimable pour partager l'information, réduire les chevauchements, et aborder efficacement les questions des consommateurs et des médias. L'équipe a également organisé et présidé les réunions trimestrielles et les conférences téléphoniques des gestionnaires des communications à l'échelle nationale pour aborder et discuter de la façon de traiter les questions liées à la consommation. Les principales questions portent notamment sur la révision du Guide alimentaire canadien, la valeur nutritive du bœuf, les impacts environnementaux de la production de bœuf, les taxes sur la viande, l'étiquetage sur l'emballage et l'utilisation d'hormones de croissance.

L'équipe de gestion des enjeux a également continué à travailler avec Bœuf Canada sur diverses initiatives, y compris l'élaboration de cette « trousse d'outils de communication avec les consommateurs » pour les associations provinciales et leurs éleveurs ainsi que les améliorations et la maintenance du site Web de Beef Advocacy Canada. La phase 1 de la trousse d'outils de communication a été complétée en mars 2018, et a engendré l'infographie du cycle de vie du bœuf, les meilleures pratiques en matière de médias sociaux et de communication avec les consommateurs, les arbres/guides de décisions en matière de résolution d'enjeux, et une liste de contacts de porte-parole.

L'équipe de gestion des enjeux a collaboré avec le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) et Bœuf Canada pour produire une vidéo pour un public cible portant sur les avantages environnementaux de la production de bovins, avec des images d'archives à être utilisées dans les efforts de communication des partenaires. La vidéo intitulée « What is the Environmental Impact of the Canadian Beef Industry? » a eu plus de 5 000 vues, 132 partages, et plus de 16 000 personnes rejointes.

En plus de l'engagement des producteurs et du personnel de l'industrie, l'équipe de gestion des enjeux a également fait des présentations à plusieurs auditoires, y compris du public et des consommateurs, incluant une présentation sur la durabilité du bœuf lors du Sommet sur les aliments et les boissons du Conference Board of Canada (150 participants), et 2 sessions publiques dans le cadre de la Série de conférences sur la durabilité à l'Université de Calgary (300 à 400 participants). Enfin, l'équipe a également eu l'occasion d'être invitée à donner une conférence sur les préoccupations des consommateurs concernant le bien-être animal devant une classe en bien-être des animaux à l'Université de l'Alberta (40 élèves), et a mené un atelier sur les communications aux consommateurs pour les étudiants en sciences animales à l'Université de la Saskatchewan (40 élèves).

La Gestion des enjeux a investi dans une mise à niveau du site Web de Beef Advocacy Canada pour créer un répertoire en ligne. L'intention est de développer un site sécurisé pour les porte-paroles de l'industrie, leur permettant d'accéder à de l'information lorsqu'ils traitent avec des consommateurs qui font face à des problèmes ou avec des demandes des médias.

La proposition du projet : "Augmenter la capacité de l'industrie canadienne du bœuf à répondre aux préoccupations des consommateurs et augmenter la confiance du public grâce à de nouveaux programmes de formation et au développement du leadership des jeunes" a été soumise à nouveau au Programme canadien d'adaptation agricole (PCAA) avec Bœuf Canada en tant que chef de file, dans l'intention d'obtenir du soutien à plus long terme pour des initiatives liées à la confiance du public et à une formation sur les médias sociaux. Ce projet a été approuvé en mars 2018 pour un financement de 184 000 \$ pour les activités du projet.

Cette année, l'équipe de Gestion des enjeux a saisi des occasions pour des activités de formation y compris sa participation à une session du Sommet de la Table ronde mondiale sur les communications pour le bœuf durable qui portait sur la communication durable via les médias sociaux, et la tenue d'un atelier de formation concernant les médias à la mi-novembre pour le personnel et la direction de l'organisme. En outre, le Coordonnateur de la promotion et de la mobilisation a participé en juin 2017 à un atelier de trois jours sur les communications sur les médias sociaux dans le cadre d'activités de formation et de perfectionnement.

Les activités en cours incluent des articles mensuels sur la Gestion des enjeux dans le bulletin Action News de l'Association canadienne des éleveurs de bovins, et l'élaboration de réponses et de messages pour les enjeux clés, avec plus de 20 documents et fichiers créés ou en développement en 2017/18.

Le programme Gestion des enjeux est supervisé par le Directeur – engagement du public et des intervenants, (aussi appelé Directeur des enjeux) (EPI) qui a été désigné par le Vice-président exécutif de l'ACEB. Bien que le programme soit administré par l'ACEB, le Directeur EPI relève non seulement du Vice-président exécutif de l'ACEB, mais aussi des Conseillers canadiens en matière de bœuf qui agissent à titre de conseil consultatif, et l'Office national du prélèvement sur les bovins de boucherie. Le Directeur EPI sollicite également des conseils et des directives de la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie du bœuf et du Groupe national de planification stratégique pour le bœuf.

Pour appuyer les activités du programme Gestion des enjeux, l'ACEB a fourni une contribution en nature en temps de personnel pour le Coordonnateur de la promotion et de la mobilisation et pour les dépenses administratives de 2017/18. La valeur totale de cette contribution en nature est environ 80 000 \$\$. Les responsabilités du coordonnateur étaient de contribuer à l'élaboration des fiches d'informations de messages clés, organiser des réunions, des ateliers et des assemblées publiques provinciales, et de superviser l'expansion du Programme de promotion et de mobilisation pour le bœuf.

Une « équipe stratégique de gestion des enjeux", composée de représentants des cinq organismes pour la Stratégie nationale du bœuf, et un représentant de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable, a été mise sur pied pour offrir de nouvelles perspectives, des idées, et une orientation pour le Plan stratégique pour la gestion des enjeux d'une durée de cinq ans. Maintenant que les conseillers canadiens en matière de bœuf ont officialisé leur groupe et les termes de référence, ils seront essentiellement l'Équipe stratégique de gestion des enjeux dans le futur.

Un groupe de travail sur les questions de consommation a également été formé et appelé Équipe d'intervention sur les enjeux. Cette équipe sera le premier point de contact lorsqu'une question ou un article dans les médias est découvert, et sera l'équipe qui décidera de qui sera en charge des mesures d'atténuation de la question, qui assistera, et quels renseignements et/ou porte-parole(s) devront être réunis pour traiter de la question. Cette équipe est formée du personnel des organismes provinciaux et nationaux de l'industrie où la communication mensuelle régulière est établie.

30

présentations faites à travers le pays

16 000 personnes rejointes, 5 000 vues et 132 partages du nouveau vidéo sur l'impact environnemental.

184 000 \$

en financement de programme supplémentaire pour la confiance du public et les initiatives de formation sur les médias sociaux

# **Investissements Provinciaux**

Programmes offerts par les six associations provinciales d'éleveurs de bovins qui attribuent les dollars du prélèvement pour entreprendre des recherches, des activités de développement des marchés et de promotion dans leur province respective et ainsi fournir une plus-value à tous les éleveurs canadiens.

#### **ÉLEVEURS DE BOVINS DU MANITOBA**

La vision de la Stratégie nationale sur le bœuf est de créer une industrie canadienne des bovins de boucherie dynamique et rentable. Les éleveurs de bovins de boucherie s'efforcent d'accroître la productivité de leurs opérations et, par conséquent, augmenter la compétitivité de l'ensemble de l'industrie, aidant ainsi à assurer sa viabilité à long terme par la recherche sur les fourrages pour l'élevage bovin.

Un projet visant à améliorer la surveillance de la tuberculose bovine dans la zone d'éradication du Mont-Riding a été entrepris par les éleveurs de bovins du Manitoba en 2017, avec l'objectif de réduire les tests de dépistage sur les animaux vivants par l'utilisation d'un nouveau modèle de surveillance et pour prévenir la récurrence et la réintroduction dans les troupeaux. Deux activités du projet se sont prolongées jusqu'en 2018, y compris augmenter les soumissions d'échantillons d'animaux tués par des chasseurs des Premières Nations et améliorer l'infrastructure de biosécurité à la ferme. Les éleveurs de bovins du Manitoba croient que ce modèle axé sur les éleveurs pourrait éventuellement être appliqué à d'autres scénarios de gestion de la maladie au Canada et serait bénéfique pour tous les éleveurs canadiens.

Cette vision commune a mené à la création de Manitoba Beef & Forage Initiatives Inc. (MBFI). Cette ressource permettra aux industries du bœuf et du fourrage d'atteindre leurs objectifs. MBFI possède trois sites, pour un total de 1500 acres, qui peuvent héberger des projets de recherche axée sur la découverte et de recherche appliquée, des visites, des démonstrations et des ateliers, ainsi que des événements liés à la sensibilisation du public. MBFI a produit un rapport annuel des résultats de recherche, des fiches d'information et des ressources, un site Web visité régulièrement, une forte présence dans les médias sociaux et des visites et ateliers qui tous ont abouti à la réalisation de l'objectif ultime d'accroître

la sensibilisation à la production du bœuf et des fourrages et d'appuyer l'utilisation de stratégies nouvelles, améliorées ou innovatrice de gestion de ranch.

Afin de rester compétitifs et productifs, les producteurs de bœuf du Canada ont besoin d'accéder à des variétés fourragères de qualité supérieure. Les producteurs de bœuf du Manitoba ont vu cela comme une occasion d'investir dans la recherche du CRBB qui se concentre sur le développement des capacités à long terme pour les systèmes de production de veaux de naissage. La gestion des cultures fourragères est à la fois une ressource essentielle pour les producteurs et procure un certain nombre d'avantages environnementaux qui assurent une industrie durable. Cette initiative est le fruit de la collaboration dans les provinces des Prairies et donne des résultats avantageux pour les producteurs à travers le Canada. Les producteurs de bœuf du Manitoba contribuent spécifiquement aux communications et aux travaux d'extension, en veillant à ce que les éleveurs puissent mettre en œuvre les résultats et recommandations de la recherche. Une partie de ce projet, dirigé par le président de l'industrie fourragère, est de tester des variétés de fourrage pour leurs performances dans un système d'alimentation. Cinq sites sont utilisés en Saskatchewan et au Manitoba. Certaines données préliminaires ont été recueillies à partir de ces parcelles et les fourrages ont été testés pour leur capacité à conserver leur valeur nutritive pendant les mois d'automne.

#### ÉLEVEURS DE BOVINS DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Les investissements réalisés par les éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick en 2017/18 ont porté sur le renforcement des capacités d'élevage des bovins dans la région et la mise en œuvre de systèmes qui encouragent l'industrie à travailler ensemble pour construire une industrie du bœuf plus forte, plus rentable dans les provinces Maritimes.

La tâche d'encourager les éleveurs à s'aligner avec le Programme de traçabilité de l'industrie des bovins s'est poursuivie. Un programme de traçabilité rigoureux est essentiel à l'Avantage du bœuf canadien et au pilier de compétitivité du Plan stratégique national sur le bœuf, pour maintenir la réputation du Canada en tant que nation avec des normes de salubrité élevées et une expertise technologique qui assurent la qualité du bœuf produit à travers le Canada.

L'Association des éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick a entrepris plusieurs initiatives importantes sur les pratiques de manipulation et les programmes de santé des troupeaux, en s'alignant avec les piliers de la Compétitivité et de la Productivité du plan stratégique national sur le bœuf. Le Canada continue d'être un chef de file mondial dans la qualité du bœuf et les programmes efficaces de l'Association des éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick dans ce domaine veillent à ce que les producteurs soient bien informés et cohérents à cet égard. Une grande partie du financement allouée à ce projet a été utilisée pour la vulgarisation et la promotion pour s'assurer que les éleveurs avaient accès aux ressources liées à la bonne santé des troupeaux et son lien avec la qualité du bœuf. Un fort lien avec le programme

Verified Beef Production Plus (VBP +) était également inclus dans ces projets.

Une large place a été faite à la production et la gestion des fourrages au Nouveau-Brunswick l'an dernier, avec un atelier qui offre aux éleveurs la possibilité de renforcer les pratiques techniques et de gestion liées à la production des fourrages.

Le Plan stratégique national sur le bœuf fait également appel à la connectivité et l'Association des éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick a pris des mesures pour renforcer les synergies industrielles et encourager la capacité de l'éleveur à parler et être le défenseur de l'industrie canadienne du bœuf en investissant dans la Conférence des Maritimes sur le bœuf et sur des communications et des formations additionnelles pour les éleveurs du Nouveau-Brunswick.

#### PRODUCTEURS DE BŒUF DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE

Les producteurs de bœuf de la Nouvelle-Écosse ont investi des fonds du prélèvement national dans trois initiatives axées sur l'amélioration de la coordination de la chaine de valeur et sur l'engagement des producteurs.

Les producteurs de bovins de la Nouvelle-Écosse se sont concentrés sur les lacunes en matière de conformité réglementaire. Au cours des trois dernières années, il y a eu une amélioration significative dans la conformité mais en notant toutefois qu'il y avait place à l'amélioration. Le projet est en cours et utilise une double approche ciblée vers l'éducation des distributeurs et des producteurs et les inspections. Au fur et à mesure que s'améliore la conformité réglementaire (objectif de 10 % par an), les investissements dans les organismes locaux, régionaux et nationaux peuvent également croître.

Les éleveurs de bovins de la Nouvelle-Écosse ont travaillé en collaboration avec les éleveurs de bovins de l'I.-P.-E et du Nouveau-Brunswick sur l'initiative du programme VBP+ dans les Maritimes avec comme objectif d'augmenter le nombre de producteurs inscrits et vérifiés par le programme. Le programme collaboratif VBP+ a continué d'assurer un plus

grand accès au marché pour les producteurs inscrits au programme et que ces producteurs rencontrent les normes en matière de santé et bien-être animal et garantir l'amélioration de la valeur de leur bétail.

La promotion constante de l'industrie s'adressant directement aux consommateurs a été un succès puisque les producteurs de bœuf de la Nouvelle-Écosse ont atteint plus de 3 500 consommateurs et plus de 250 producteurs lors de trois événements clés dans la province. Les événements ont été l'occasion pour les producteurs d'interagir avec les consommateurs locaux, de mieux sensibiliser le public envers l'agriculture et d'éduquer les enfants d'âge scolaire sur les bovins et l'agriculture. Les programmes continus d'engagement des producteurs de bœuf de la Nouvelle-Écosse aident à assurer un avenir durable pour l'industrie du bœuf en Nouvelle-Écosse.

#### PRODUCTEURS DE BŒUF DE L'ONTARIO

En 2017/18, les producteurs de bœuf de l'Ontario (PBO) ont concentré leurs investissements dans le renforcement des capacités et le financement de la recherche prioritaire, conformément aux piliers de la productivité, de la compétitivité et de la demande de bœuf du Plan stratégique national de l'industrie du bœuf.

Les efforts d'expansion des troupeaux continuent d'être une priorité pour les producteurs de bœuf de l'Ontario qui ont continué à promouvoir le concept d'expansion des troupeaux dans le nord de l'Ontario. Les dollars du prélèvement national sur les bovins de boucherie ont été investis pour soutenir les stratégies de mise en œuvre qui incluaient l'engagement et la communication, les outils et ressources, le mentorat en matière de formation et le support des producteurs et des intervenants. Pour compléter les efforts des producteurs à reconstruire et à se développer dans le Nord, des consultations ont également été menées dans le Sud et l'Est de la province afin de trouver les moyens de se développer dans ces régions. Des priorités ont été identifiées, telles que l'aide financière pour clôturer, l'amélioration du programme de financement pour les éleveurs et le potentiel du pâturage de plantes de couverture. Les producteurs de bœuf de l'Ontario

étudient également les meilleures pratiques de gestion et de nouvelles pratiques de production pour être en mesure de transporter plus de vaches sur les terres. Des journées portes ouvertes et des tables rondes ont été organisées pour présenter ces idées et évaluer l'intérêt des producteurs. Augmenter les troupeaux de bovins en Ontario renforcera la demande de bœuf dans l'Est du Canada et permettra à l'Ontario d'assurer sa compétitivité dans le marché.

Les producteurs de bœuf de l'Ontario se sont associés avec l'Ontario Independent Meat Processors (OIMP) dans la promotion du bœuf de l'Ontario, et pour partager les ressources et bâtir une solide relation de travail avec le secteur de la transformation de l'industrie. L'OIMP a plus de 300 membres à travers l'Ontario, y compris les abattoirs, les usines de transformation, les boucheries, les magasins

## Investissements Provinciaux (suite)

d'alimentation fine et les fournisseurs de l'industrie. Les initiatives de développement des marchés incluent les médias sociaux, des imprimés ainsi que du matériel et la présence en ligne, la commandite de la compétition Finest Butcher, et la promotion du bœuf de l'Ontario à des salons de l'industrie. Ces efforts étaient alignés sur les quatre piliers de la Stratégie nationale pour le bœuf encourageant l'innovation, la salubrité alimentaire et l'accroissement de la disponibilité et de la compétitivité du bœuf élevé localement.

En collaboration avec le Centre de recherche et d'innovation sur le bétail (CRIB), la Stratégie d'investissement en recherche des producteurs de bœuf de l'Ontario a été élaborée pour servir de feuille de route pour l'investissement pour aider les éleveurs de l'Ontario à cibler leurs dollars consacrés à la recherche vers des projets qui ont le plus grand potentiel d'avoir un impact positif sur l'industrie sans empiéter sur les efforts des autres. Cette stratégie d'investissement s'aligne sur les piliers de productivité et de compétitivité de la Stratégie nationale sur le bœuf. Les frais annuels d'adhésion des producteurs de bœuf de l'Ontario au CRIB est de 40 000 \$. Depuis sa création en 2013, le CRIB a été en mesure de donner un effet de levier du financement du secteur privé avec un ratio 7:1 de sorte que le total des fonds disponibles au cours des quatre dernières années a été de 4,5 M\$ pour la recherche. Les frais d'adhésion annuels des producteurs de bœuf de l'Ontario aident le CRIB à remplir son mandat de création, de collecte et de transfert des connaissances.

En partenariat avec l'Université de Guelph, et grâce à des subventions provinciales et fédérales pour l'acquisition d'équipement, l'Association des producteurs de bœuf de l'Ontario a commencé à construire le nouveau bâtiment de recherche à Elora, officiellement mis en chantier le 5 juillet 2017. La construction est en cours pour moderniser les installations du Centre de recherche sur le bœuf, qui comprend deux nouvelles étables pour les veaux de naissage. une nouvelle section de manutention, des rénovations au parc d'engraissement existant, un nouveau bureau de chantier et des installations pour les chercheurs. Ce nouveau centre de recherche qui offrira de l'espace pour 300 vaches, agira comme une plaque tournante pour la recherche sur les bovins dans l'Est du Canada et intégrera les divers éléments de la Stratégie nationale sur le bœuf pour assurer la stabilité à long terme et le succès de l'industrie canadienne du bœuf et l'ensemble de l'économie qu'elle soutient. L'Association des producteurs de bœuf de l'Ontario s'est engagée à fournir 20 % du coût du projet - financé au moyen du prélèvement national - et cet investissement de 250 000 \$ fait partie de l'engagement d'un investissement de 1,5 millions des producteurs nécessaire pour réaliser une installation de recherche de 15,5 millions de dollars. L'objectif est de faire emménager les bovins dans les nouvelles étables à la fin de l'automne 2018.

#### LES PRODUCTEURS DE BOVINS DU QUÉBEC

La Fédération des producteurs de bovins du Québec (FPBQ) avait comme principaux objectifs la sensibilisation des consommateurs envers le veau produit localement au Québec, la recherche sur les aliments pour les animaux et les fourrages ainsi que le travail sur la commercialisation des bovins avec leurs dollars du prélèvement investis au niveau provincial.

L'acquisition d'une remorque de restauration mobile servant du veau du Québec a été un fait marquant l'année dernière. Ce nouvel outil promotionnel permet aux produits de veau d'être au premier plan et d'être mieux promus lors d'événements au Québec. Il y a également eu une forte présence de commercialisation du veau à la radio et dans le développement et la distribution de recettes de veau en vidéos sur les médias sociaux.

Le programme de certification à la ferme pour les producteurs de veaux de grain a continué à gagner du terrain avec plus de 36 visites d'appui et 40 producteurs recevant leur certificat après les vérifications externes. Tous les producteurs doivent s'inscrire au nouveau programme d'ici le 31 décembre 2019.

La FPBQ a continué d'investir les dollars des producteurs dans des projets de recherche qui ont aidé à la croissance de l'industrie. Ceux-ci incluent notamment de l'extension de la saison de pâturage pour les veaux d'engraissement et les bovins de réforme, stratégies de diagnostic de bronchopneumonie, et les effets du temps de transport et des périodes de repos pour le bien-être animal.

La FPBQ a également travaillé à renforcer le développement des marchés des veaux d'engraissement et des bovins de réforme. En veillant à ce que la demande de bovins gras soit forte, l'organisation a été en mesure de travailler avec les abattoirs et les producteurs pour à la fois assurer une forte offre et créer de meilleurs rendements. Du travail a été également accompli pour soutenir les aspects technologiques de l'industrie des veaux d'engraissement au Québec, à partir de fiches de données techniques, d'améliorations de la santé du troupeau et d'améliorations de la communication.

#### PRODUCTEURS DE BŒUF DE L'ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Les producteurs de bœuf de l'Île-du-Prince-Édouard ont utilisé les fonds du prélèvement national pour soutenir les initiatives de 2017/18 qui ont encouragé la consommation de bœuf canadien et pour faire croître la demande de bœuf et la compétitivité de l'industrie pour les producteurs canadiens.

La campagne PEI Burger Love était de retour en 2018. Elle a été conçue pour promouvoir le bœuf provenant à 100 pour cent de l'Île. La campagne rehausse l'image publique de l'industrie canadienne du bœuf et stimule la confiance des consommateurs dans le bœuf canadien, comme stipulé dans le pilier Demande de bœuf du Plan stratégique national sur le bœuf. Cette année, 85 restaurants ont participé et plus de 184 000 hamburgers ont été vendus au cours de la campagne d'un mois, avec une consommation record de 78 000 lb de bœuf local. La campagne non seulement augmente l'utilisation de bœuf de l'île, mais encourage les consommateurs à acheter du bœuf tout au long de l'année. Cette campagne se poursuivra pour aider à conduire les consommateurs aux locations Burger Love longtemps après que la campagne soit terminée.

Aussi dans le pilier Demande de bœuf, en parallèle avec le renforcement de la confiance des consommateurs, l'Association des producteurs de bœuf de l'I.-P.-E. a investi dans le programme de promotion et de commercialisation du Certified Island Beef (CIB) et la croissance de la marque. L'objectif du projet était de développer et de maintenir le dynamisme du Bœuf Certifié de l'Île qui mène l'accroissement de l'offre de bovins et à une demande accrue des consommateurs pour le produit. Le nombre de producteurs sur le programme continue de croître, augmentant le nombre

d'exploitations de naissage à 120 en 2017/18, et le nombre de parcs d'engraissement à 30. En augmentant la consommation de bœuf local dans une région d'importation nette de manière rentable, l'industrie et la chaîne de valeur sont en mesure de voir des avantages.

L'Association des producteurs de bœuf de l'I.-P.-E. (APBIPE) a également profité de l'occasion de s'associer avec Beef Farmers of Ontario (BFO) sur un projet de recherche portant sur les exigences réglementaires de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) proposées pour les bovins de la chaîne de traçabilité. Comme les exigences proposées se rapprochent de la mise en œuvre, l'APBIPE et le BFO se sont associés afin d'effectuer un examen indépendant du rapport épidémiologique, des changements proposés à la réglementation et des recommandations du Plan de mise en œuvre pour les bovins (PMOB) de l'ACIA pour la mise en œuvre d'un système de traçabilité entièrement fonctionnel. L'APBIPE recevra une copie des résultats de l'étude en retour de leur contribution au coût. Le rapport aidera l'organisation à mieux se préparer pour la communication, la formation et l'exécution des exigences de la nouvelle réglementation de la traçabilité que les producteurs verront dans le futur.

#### PRÉLÈVEMENT PERÇU POUR LES INVESTISSEMENTS DES PROVINCES





431 060 \$

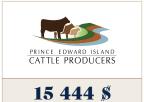


**717 218 \$** 



Nova Scotia

40 166 \$



**TOTAL** 1 262 604 8

# 17/2018

## Rapport des auditeurs indépendants

### AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'OFFICE CANADIEN DE RECHERCHE, DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ET DE PROMOTION DES BOVINS DE BOUCHERIE

Nous avons effectué l'audit des états financiers ci-joints de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 mars 2018, l'état des résultats, l'état de l'évolution de l'actif net et l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes, qui comprennent un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

#### RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION POUR LES ÉTATS FINANCIERS

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces 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.

#### **RESPONSABILITÉ DES AUDITEURS**

Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux règles de déontologie et que nous planifiions et réalisions l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève de notre jugement, et notamment de notre évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, nous prenons en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers 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. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

#### **OPINION**

À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie au 31 mars 2018, ainsi que de ses résultats d'exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

KPMG LLP

Comptables professionnels agréés Le 25 juin 2018 Calgary, Canada

## État de la situation financière

Au 31 mars 2018, avec i	informations com	paratives de 2017
-------------------------	------------------	-------------------

	2018	2017
ACTIF		
Actif à court terme :		
Trésorerie (note 3)	5 346 200 \$	6 211 863 \$
Débiteurs (note 4)	4 765 182	4 662 523
Charges payées d'avance et dépôts	58 910	88 818
	10 170 292	10 963 204
Immobilisations (note 5)	1 140 347	1 373 461
	11 310 639 \$	12 336 665 \$
PASSIF ET ACTIF NET		
Passif à court terme :		
Créditeurs et charges à payer (note 6)	3 192 007 \$	2 550 941 \$
Montant à payer à un apparenté (note 7)	355 049	235 750
	3 547 056	2 786 691
Apports en capital reportés (note 8)	772 498	1 035 421
Actif net:		
Non affecté	2 039 289	3 562 757
Grevé d'affectations internes (note 11)	4 000 000	4 000 000
Réserve de consolidation (note 11)	951 796	951 796
	6 991 085	8 514 553
Engagements (note 9)		
	11 310 639 \$	12 336 665 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

Linda & allison LLC

Approuvé au nom du conseil d'administration,

Linda Allison, administrateur

Lonnie Lake, administrateur

## État des résultats

Exercice clos le 31 mars 2018, avec informations comparatives de 2017

	2018	2017
PRODUITS		
Prélèvements de Bœuf Canada :		
Prélèvements sur le bœuf canadien (note 12)	7 701 203 \$	7 342 551 \$
Prélèvements à l'importation	947 730	937 469
Autres produits	78 036	75 505
	8 726 969	8 355 525
Commercialisation:		
Gouvernement du Canada – Cultivons l'avenir 2	2 905 041	1 977 994
Canadian Cattlemen Market Development Council	-	1 395 000
Diversification de l'économie de l'Ouest (note 8)	552 687	1 197 431
	3 457 728	4 570 425
	12 184 697	12 925 950
CHARGES		
Prélèvements de Bœuf Canada :		
Conseil d'administration	200 644	234 259 \$
Fonctionnement des prélèvements de Bœuf Canada	399 472	346 915
Distributions des prélèvements de Bœuf Canada (note 12)	1 262 604	1 396 800
	1 862 720	1 977 974
Programmes :		
Gestion des enjeux	95 239	95 239
Commercialisation (note 13)	10 388 558	9 793 766
Recherche	1 361 648	1 288 478
	11 845 445	11 177 483
	13 708 165	13 155 457
Insuffisance des produits sur les charges	(1 523 468) \$	(229 507) \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

## État de l'évolution de l'actif net

Exercice clos le 31 mars 2018, avec informations comparatives de 2017

		Grevé d'affectations	Réserve de		
	Non affecté	internes	consolidation	2018	2017
Actif net à l'ouverture de l'exercice	3 562 757 \$	4 000 000 \$	951 796 \$	8 514 553 \$	8 744 060 \$
Insuffisance des produits sur					
les charges	(1 523 468)	-	-	(1 523 468)	(229 507)
	2 039 289 \$	4 000 000 \$	951 796 \$	6 991 085 \$	8 514 553 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

## État des flux de trésorerie

English to a later	1 - 04 004		
Exercice clos	ie 31 mars 201	s, avec informations	comparatives de 2017

	2018	2017
Flux de trésorerie liés aux activités suivantes		
Fonctionnement:		
Insuffisance des produits sur les charges	(1 523 468) \$	(229 507) \$
Comptabilisation sans effet sur la trésorerie des apports en capital reportés (note 8)	(263 146)	(195 857)
Amortissement (note 13)	299 636	316 912
Gain à la cession d'immobilisations	-	(361)
	(1 486 978)	(108 813)
Variation des comptes du fonds de roulement		
Débiteurs	(102 659)	(231 539)
Charges payées d'avance et dépôts	29 908	89 731
Créditeurs et charges à payer	641 066	619 568
Montant à payer à un apparenté	119 299	(328 184)
Produits reportés	-	-
	(799 364)	40 763
Investissement:		
Acquisition d'immobilisations	(66 522)	(81 747)
Produit de la cession d'immobilisations	-	735
Rentrée de fonds liée aux apports en capital reportés (note 8)	223	21 347
	(66 299)	(59 665)
Diminution de la trésorerie	(865 663)	(18 902)
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	6 211 863	6 230 765
Trianguis No alekson de Usanasia	F 240 000 A	0.044.000.0
Trésorerie à la clôture de l'exercice	5 346 200 \$	6 211 863 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

### Notes afférentes aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2018, avec informations comparatives de 2017

#### 1. MISSION DE L'OFFICE

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (l'« Office ») a été créé le 17 janvier 2002 et est inscrit à titre d'organisation sans but lucratif en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (la « Loi ») et, à ce titre, est exonéré d'impôt. Afin de demeurer une organisation sans but lucratif enregistrée, l'Office doit respecter certaines exigences de la Loi. La direction est d'avis que ces exigences ont été respectées.

L'Office a pour mission d'offrir une valeur mesurable à l'industrie du bœuf canadien grâce à une gestion prudente et transparente des prélèvements de Bœuf Canada. L'Office est financé par l'intermédiaire d'un prélèvement non remboursable initialement fixé à 1,00 \$ par tête appliqué aux bovins de boucherie vendus au pays et au bœuf et produits de bœuf importés au Canada.

Le 18 septembre 2015, une résolution visant l'augmentation du prélèvement fédéral, celui-ci étant passé de 1,00 \$ à 2,50 \$, a été votée par les délégués de l'Office. Cette augmentation du prélèvement a été jugée nécessaire pour la mise en œuvre de la nouvelle stratégie nationale du bœuf au Canada pour le secteur du bœuf annoncée en 2014. La stratégie vise la promotion d'une action concertée afin de positionner l'industrie canadienne du bœuf de manière à augmenter son rendement et sa croissance, ainsi qu'à soutenir la production de produits du bœuf de haute qualité.

Au 31 mars 2018, la perception du nouveau prélèvement fédéral de 2,50 \$ par les huit provinces suivantes a commencé ou commencera à la date précisée.

Nouvelle-Écosse : 1er janvier 2017

Île-du-Prince-Édouard : 1er juin 2017
 Nouveau-Brunswick : 1er février 2018

Alberta: 1er avril 2018

Saskatchewan: 1er avril 2018

Manitoba: 1<sup>er</sup> avril 2018
Québec: 1<sup>er</sup> juin 2018

Colombie-Britannique: 1er juillet 2018

À la date de clôture de l'exercice de l'Office, soit le 31 mars 2018, le prélèvement fédéral en vigueur en Ontario correspondait encore à 1,00 \$ par tête. Le prélèvement à l'importation n'avait pas changé non plus et correspondait encore à 1,00 \$ par tête ou à l'équivalent.

#### 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Les états financiers ont été établis conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif. Les principales méthodes comptables de l'Office sont les suivantes.

#### (A) MODE DE PRÉSENTATION

L'Office contrôle Canada Beef International Institute (I'« Institut ») en raison de sa capacité à nommer tous les administrateurs de l'Institut. L'Office a choisi pour méthode comptable de ne pas consolider cette entité. L'information financière de l'entité contrôlée est présentée à la note 7.

#### (B) CONVERSION DES DEVISES

Les montants des opérations libellées en devises sont convertis en dollars canadiens aux taux de change en vigueur à la date des opérations. Les comptes des activités des bureaux de représentation de l'Office situés au Japon, en République populaire de Chine, à Taïwan et au Mexique sont convertis au taux de change en vigueur à la date de l'état de la situation financière, et les éléments non monétaires sont convertis aux taux historiques applicables. Les produits et les charges sont convertis aux taux de change moyens en vigueur au cours de l'exercice. Les gains et les pertes découlant de ces écarts de conversion sont inclus dans les produits et les charges à l'état des résultats.

#### (C) IMPÔT SUR LE REVENU

L'Office est un organisme sans but lucratif inscrit en vertu de la Loi et, à ce titre, est exonéré d'impôt.

#### (D) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont comptabilisées au coût diminué de l'amortissement cumulé.

L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire à des taux visant à amortir le coût des immobilisations sur leur durée de vie utile estimative.

	Années
Matériel informatique et logiciels	3
Mobilier et agencements	5
Améliorations locatives	10
Matériel de bureau	5
Matériel de cuisine et appareils électroménagers	5
Site Web et logo	5

#### (E) COMPTABILISATION DES PRODUITS

L'Office utilise la méthode du report pour comptabiliser les apports, lesquels incluent les dons et les subventions publiques.

Les produits tirés des prélèvements (sur les bovins de boucherie) reçus des éleveurs de bovins de boucherie par l'intermédiaire d'organisations de vente et de livraison de bovins de boucherie ne sont pas affectés et sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel les ventes de bovins de boucherie ont lieu et lorsque leur recouvrement est raisonnablement assuré.

Les prélèvements à l'importation reçus des importateurs de bovins de boucherie ne sont pas affectés et sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel les ventes de bovins de boucherie ont lieu et lorsque leur recouvrement est raisonnablement assuré.

L'Office identifie les nouvelles organisations de vente et de livraison de boucherie et examine les volumes de vente de bovins de boucherie des organisations de vente et de livraison de bovins de boucherie existantes au moyen de ses activités d'examen de la conformité. Toute modification découlant de ces examens est comptabilisée par l'Office à titre d'ajustements des produits de l'exercice au cours duquel les modifications ont lieu. Les produits présentés correspondent à la tranche des prélèvements recouvrés revenant à l'Office et sont ajustés pour tenir compte des tranches remboursables. En raison des incertitudes inhérentes à la présentation de l'information de ce secteur, des ajustements pourraient avoir lieu au cours d'exercices futurs, et ces ajustements pourraient avoir une incidence significative sur la situation financière de l'Office.

Les apports du Canadian Cattlemen Market Development Council ne sont pas affectés et sont comptabilisés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir.

Les produits d'intérêts sont comptabilisés à titre de produits dans l'exercice où ils sont gagnés.

#### (F) APPORTS REPORTÉS LIÉS AUX IMMOBILISATIONS

Les apports reportés liés aux immobilisations correspondent à la tranche non amortie des apports grevés d'affectations utilisée pour financer la mise en place du Centre d'excellence du bœuf canadien de l'Office. La comptabilisation de ces apports à titre de produits est reportée jusqu'au moment où les immobilisations connexes sont amorties, après quoi les apports sont comptabilisés à titre de produits sur la durée de vie utile des actifs.

#### (G) UTILISATION D'ESTIMATIONS

La préparation d'états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif exige que la direction fasse des estimations et pose des hypothèses qui influent sur les montants présentés au titre des actifs et des passifs, sur les informations fournies au sujet des actifs et des passifs éventuels à la date des états financiers et sur les montants présentés au titre des produits et des charges de l'exercice. Les estimations importantes de la direction ont trait à la durée de vie utile estimative des immobilisations, au montant net du recouvrement des débiteurs et au montant des prélèvements comptabilisés sur les bovins de boucherie. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

Ces estimations et hypothèses sont examinées périodiquement et, lorsque des ajustements sont nécessaires, ils sont présentés dans l'état des résultats des exercices pendant lesquels ils se produisent.

#### (H) PRÉSENTATION DE L'ATTRIBUTION DES CHARGES

L'Office applique le chapitre 4470 du *Manuel de CPA Canada*, qui présente les normes de présentation de l'information pour les organismes sans but lucratif qui classent leurs charges par fonctions et ventilent les charges entre les différentes fonctions auxquelles elles se rattachent.

#### (I) INSTRUMENTS FINANCIERS

Les instruments financiers sont comptabilisés à leur juste valeur au moment de la comptabilisation initiale. Tous les autres instruments financiers sont ultérieurement comptabilisés au coût ou au coût après amortissement, sauf si la direction a choisi de comptabiliser les instruments à la juste valeur. L'organisme n'a pas choisi de comptabiliser ces instruments financiers à leur juste valeur.

Les actifs financiers font l'objet d'un test de dépréciation tous les ans à la clôture de l'exercice s'il existe des indications de dépréciation. S'il existe une indication de dépréciation, l'Office détermine s'il y a eu un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs au titre de l'actif financier. S'il y a eu un changement défavorable important dans les flux de trésorerie attendus, l'Office ramène la valeur comptable de l'actif financier au plus élevé des montants suivants : la valeur actualisée des flux de trésorerie attendus, le prix qu'il pourrait obtenir de la vente de l'actif financier ou la valeur de réalisation que l'Office s'attend à obtenir de tout bien affecté en garantie du remboursement de l'actif financier. Si des faits et circonstances s'inversent au cours d'un exercice ultérieur, une moins-value doit faire l'objet d'une reprise dans la mesure de l'amélioration, la valeur comptable ne devant pas être supérieure à la valeur comptable initiale.

#### 3. TRÉSORERIE

La trésorerie comprend les fonds en caisse et les soldes bancaires portant intérêt détenus auprès d'institutions financières reconnues.

#### 4. DÉBITEURS

	2018	2017
Transfert des prélèvements de Bœuf Canada	1 505 231 \$	1 832 949 \$
Canadian Cattleman Market Development Council	-	140 990
Gouvernement du Canada – Cultivons l'avenir 2	2 922 594	2 041 994
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	-	343 215
Prélèvements à l'importation	327 758	249 318
Autres	9 599	54 057
	4 765 182 \$	4 662 523 \$

#### 5. IMMOBILISATIONS

			2018	2017
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Matériel informatique et logiciels	202 019 \$	181 367 \$	20 652 \$	14 621 \$
Mobilier et agencements	229 655	179 019	50 636	70 014
Améliorations locatives	1 221 832	382 838	838 994	946 647
Matériel de bureau	52 709	45 177	7 532	13 241
Matériel de cuisine et appareils électroménagers	539 774	326 913	212 861	314 604
Site Web et logo	47 530	37 858	9 672	14 334
	2 293 519 \$	1 153 172 \$	1 140 347 \$	1 373 461 \$

Au cours de l'exercice, l'Office a procédé à la cession d'immobilisations pour un produit total de néant (735 \$ en 2017). Le coût de ces immobilisations était d'un montant de néant (16 765 \$ en 2017), l'amortissement cumulé s'établissait à néant (16 391 \$ en 2017) et la valeur comptable nette se chiffrait à néant (374 \$ en 2017). L'Office a comptabilisé un gain à la cession de néant (361 \$ en 2017), lequel est inclus dans les charges de fonctionnement.

#### CRÉDITEURS ET CHARGES À PAYER

	2018	2017
Transferts des prélèvements	632 780 \$	1 059 264 \$
Créditeurs	1 561 611	742 497
Sommes à remettre à l'État	11	4 072
Charges à payer	997 605	745 108
	3 192 007 \$	2 550 941 \$

#### **OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS** 7.

#### (A) ASSOCIATION CANADIENNE DES ÉLEVEURS DE BOVINS

L'Association canadienne des éleveurs de bovins est un apparenté du fait que un ou plusieurs administrateurs siègent au conseil d'administration de l'Office. Au cours de l'exercice, l'Office a affecté 147 302 \$ (95 403 \$ en 2017) aux charges relatives à des services contractuels et 18 973 \$ (22 591 \$ en 2017) à d'autres charges, tel qu'il en a été décidé par le conseil d'administration sur une base annuelle.

Ces opérations ont eu lieu dans le cours normal des activités et sont évaluées à leur montant d'échange, soit le montant de la contrepartie établie et convenue entre les apparentés.

#### (B) CANADA BEEF INTERNATIONAL INSTITUTE

La Fédération d'exportation de bœuf du Canada (la « Fédération ») a été créée le 16 novembre 1989 sous le régime de la Societies Act de la province de l'Alberta afin de faire la promotion de la demande des produits du bœuf canadien sur le marché international. Le 1er juillet 2011, la majorité des activités de la Fédération ont été transférées à l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, et la Fédération est demeurée active afin de s'acquitter de ses obligations restantes et du fait qu'elle est une entité connue dans de nombreux marchés étrangers sur lesquels elle exerçait ses activités. Le 18 janvier 2012, la Fédération a changé son nom pour Canada Beef International Institute (I'« Institut »). L'Institut est inscrit à titre d'organisation sans but lucratif en vertu de la Loi de l'impôt sur le revenu (la « Loi ») et, à ce titre, est exonéré d'impôt.

Au cours de l'exercice, Canada Beef International Institute (l'« Institut »), entité contrôlée par l'Office, a engagé des charges devant lui être remboursées par l'Office afin de mener des activités dans certains territoires étrangers. Au 31 mars 2018, un montant de 355 049 \$ (235 750 \$ en 2017) était payable à l'Institut à titre de remboursement. Cette somme ne porte pas intérêt, est remboursable à vue, n'est pas garantie et n'est assortie d'aucune modalité de remboursement fixe.

Afin de demeurer une organisation sans but lucratif enregistrée en vertu de la Loi, l'Institut doit respecter certaines exigences de la Loi. La direction est d'avis que ces exigences ont été respectées.

L'Office exerce un contrôle sur l'Institut en raison de sa capacité à nommer tous les administrateurs de l'Institut.

Les comptes de l'Institut n'ont pas été consolidés dans les présents états financiers. L'information financière de l'Institut au 31 mars 2018 est résumée ci-après.

	2018	2017
Total de l'actif	557 649 \$	560 799 \$
Total du passif	5 000	8 000
Total de l'actif net	552 649	552 799
Total du passif et de l'actif net	557 649 \$	560 799 \$
	2018	2017
Total des charges	150 \$	8 400 \$
Insuffisance des produits par rapport aux charges	(150) \$	(8 400) \$

	2018	2017
(Diminution) augmentation de la trésorerie	(122 449) \$	319 784 \$

#### 8. APPORTS EN CAPITAL REPORTÉS

Au cours des exercices précédents, l'Office a reçu des fonds de Diversification de l'économie de l'Ouest pour la construction et l'exploitation du Centre d'excellence du bœuf canadien (le « Centre »), lequel a entrepris ses activités au printemps 2015. Le total des fonds engagés dans ce projet s'est chiffré à 1 231 278 \$, dont une tranche de 827 771 \$ a été affectée à l'amélioration des immobilisations et une tranche de 403 507 \$ à l'achat de matériel. Une tranche de 263 146 \$ (195 857 \$ en 2017) du montant reporté a été comptabilisée en tant que produits durant l'exercice considéré. Au 31 mars 2018, une tranche de néant (558 546 \$ en 2017) du financement affecté était comptabilisée dans les débiteurs.

Les apports en capital reportés liés aux immobilisations représentent le montant non amorti et non dépensé des subventions reçues pour l'achat d'immobilisations. L'amortissement des apports en capital est comptabilisé à titre de produits à l'état des résultats.

	2018	2017
Solde à l'ouverture de l'exercice	1 035 421 \$	1 209 931 \$
Apports additionnels reçus	223	21 347
Moins l'amortissement des apports en capital reportés	(263 146)	(195 857)
	772 498 \$	1 035 421 \$

#### 9. ENGAGEMENTS

L'Office a conclu divers contrats de location prévoyant les paiements annuels minimaux estimatifs suivants.

2019       319 652 \$         2020       285 995         2021       275 118         2022       264 244         2023       171 989         Par la suite       209 615         1 526 613 \$		
2021       275 118         2022       264 244         2023       171 989         Par la suite       209 615	2019	319 652 \$
2022       264 244         2023       171 989         Par la suite       209 615	2020	285 995
2023       171 989         Par la suite       209 615	2021	275 118
Par la suite 209 615	2022	264 244
	2023	171 989
1 526 613 \$	Par la suite	209 615
		1 526 613 \$

#### 10. INSTRUMENTS FINANCIERS

Dans le cadre de ses activités, l'Office détient un certain nombre d'instruments financiers. La direction est d'avis que l'Office n'est pas exposé à des risques importants de taux d'intérêt, de change, de crédit ou de liquidité ou à d'autres risques de prix découlant de ces instruments financiers, sauf indication contraire.

#### (A) RISQUE DE CHANGE

L'organisme est exposé à des risques financiers découlant des fluctuations des taux de change et de leur volatilité. Dans le cours normal de ses activités, l'Office conclut diverses opérations libellées en devises dont les produits, les charges, les débiteurs et les créditeurs connexes sont assujettis aux variations des taux de change. Au 31 mars 2018, les éléments suivants étaient libellés en devises.

	2018	2017
Trésorerie	31 383 \$	12 780 \$
Débiteurs	9 251	6 567
Créditeurs et charges à payer	505 635	390 179

Le risque de crédit est le risque qu'une contrepartie manque à ses obligations contractuelles et entraîne de ce fait une perte financière. L'Office tire la plupart de ses produits et de ses débiteurs sous la forme de prélèvements auprès d'associations actives dans le secteur des bovins de boucherie. L'Office est exposé au risque de crédit relatif à ces produits dans la mesure où ces associations pourraient éprouver des difficultés financières et ne pas être en mesure de respecter leurs obligations en raison des risques liés au secteur des bovins de boucherie en général. L'Office évalue les débiteurs de façon continue et constitue une provision pour créances douteuses à l'égard de tous les montants qui ne sont pas recouvrables. Au 31 mars 2018, 28 % du solde des débiteurs (37 % en 2017) de l'Office était à recevoir de trois de ces associations.

#### (C) RISQUE DE LIQUIDITÉ

Le risque de liquidité est le risque que l'Office ne soit pas en mesure d'honorer ses engagements en temps opportun ou à un coût raisonnable. L'Office gère son risque de liquidité en surveillant ses besoins sur le plan du fonctionnement. Il prépare des prévisions budgétaires et de trésorerie et effectue un suivi du financement des subventions afin de faire en sorte de disposer des fonds suffisants pour honorer ses engagements. Il n'y a eu aucune variation de ce risque par rapport à 2017.

#### 11. ACTIF NET

#### (A) ACTIF NET GREVÉ D'AFFECTATIONS INTERNES

Au cours de l'exercice clos le 31 mars 2015, le conseil d'administration de l'Office a affecté une tranche de 4 100 000 \$ de l'actif net à un fonds de prévoyance afin de pouvoir assurer le bon déroulement des activités en cas de changement dans le financement obtenu ou de dissolution de l'Office. Au cours de l'exercice clos le 31 mars 2018, le conseil d'administration de l'Office a débloqué un montant de néant (100 000 \$ en 2017) pour des dépenses liées à des programmes spéciaux. Au 31 mars 2018, un montant de 4 000 000 \$ (4 000 000 \$ en 2017) était toujours grevé d'affectations internes.

#### (B) TRANSFERTS DE LA RÉSERVE DE CONSOLIDATION

Le 1er juillet 2011, l'Office a consolidé ses activités avec celles du Centre d'information sur le bœuf (« CIB ») et de la Fédération d'exportation de bœuf du Canada (« FEBC »). Conformément à la convention de consolidation intervenue entre l'Association canadienne des éleveurs de bovins et l'Office, la somme de 5 051 796 \$ a été transférée du CIB et de la FEBC à l'Office à titre de montant résiduel après règlement des obligations.

#### 12. DISTRIBUTIONS ET PERCEPTIONS DES PRÉLÈVEMENTS DE BŒUF CANADA

Ces distributions correspondent à la tranche des prélèvements fédéraux remis aux associations provinciales de bovins de boucherie en fonction des pourcentages d'attribution des prélèvements de Bœuf Canada.

	2018	2017
Perceptions:		
Cattle Industry Development Council (Colombie-Britannique)	255 391 \$	235 721 \$
Alberta Beef Producers	4 057 994	3 830 942
Saskatchewan Cattlemen's Association	1 120 761	993 854
Association des éleveurs de bétail du Manitoba	505 394	457 087
Beef Farmers of Ontario	905 224	896 805
Les producteurs de bovins du Québec	726 720	887 729
Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick	19 231	17 223
Nova Scotia Cattle Producers	80 157	8 225
Prince Edward Island Cattle Producers	30 331	14 965
	7 701 203 \$	7 342 551 \$

	2018	2017
Distributions:		
Association des éleveurs de bétail du Manitoba	39 364 \$	37 099 \$
Beef Farmers of Ontario	431 060	437 394
Les producteurs de bovins du Québec	717 218	876 974
Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick	19 352	19 143
Nova Scotia Cattle Producers	40 166	8 960
Prince Edward Island Cattle Producers	15 444	17 230
	1 262 604 \$	1 396 800 \$

## 13. ACTIVITÉS DE COMMERCIALISATION (FONCTIONNEMENT ET PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)

	2018	2017
Développement des marchés – Amérique du Nord		
Développement du marché canadien	1 584 942 \$	1 465 387 \$
Développements des marchés – Marchés mondiaux		
Chine	556 661	534 863
Marchés émergents	199 550	108 010
Japon	545 139	480 702
Corée	141 704	98 696
Asie du Sud-Est	273 722	296 869
Amérique latine	727 899	695 917
Marchés mondiaux	1 539 847	1 052 564
Centre d'excellence du bœuf canadien	527 733	557 851
	4 512 255	3 825 472
Total des activités de commercialisation – programmes de		
développement des marchés	6 097 197 \$	5 290 859 \$

## 13. ACTIVITÉS DE COMMERCIALISATION (FONCTIONNEMENT ET PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS), SUITE

	2018	2017
onctionnement (Canada) :		
Amortissement	280 342 \$	307 277 3
Frais bancaires et intérêts	9 202	8 793
Entretien du matériel informatique et fournitures	88 891	102 604
Honoraires des services de consultation des services juridiques et des services d'audit	51 426	42 523
Gain à la cession d'actifs		(361)
Gain de change	72	621
Licences et abonnements	26 790	22 350
Frais de bureau et de réunion	110 340	149 139
Recrutement et formation	32 817	51 785
Loyer et paiements en vertu de baux	379 436	379 257
Salaires et avantages	2 017 838	2 168 667
Commandites et dons	28 604	1 500
Frais de déplacement et assurances	70 714	54 824
Services publics	37 813	48 188
	3 134 285	3 337 167
Amortissement Frais bancaires et intérêts	19 294 2 798	9 635 2 937
Amortissement	19 294	9 635
	2 798 34 384	4 346
Entretien du matériel informatique et fournitures  Honoraires des services de consultation des services juridiques et des services d'audit	38 963	19 376
(Gain) perte de change	(2 951)	10 500
Licences et abonnements	9 678	16 322
Frais de bureau et de réunion	8 536	38 633
Recrutement et formation	-	2 929
Loyer et paiements en vertu de baux	174 495	169 389
Salaires et avantages	838 215	859 958
Frais de déplacement et assurances	26 808	29 042
Services publics	44 860	42 858
Taxe à la consommation	(38 004)	(40 185)
	1 157 076	1 165 740
otal des activités de commercialisation – fonctionnement	4 291 361 \$	4 502 907
otal des activités de commercialisation – fonctionnement et programmes de développement des marchés	10 388 558 \$	9 793 766



#### **RÉFÉRENCES PHOTOGRAPHIQUES**

Couverture (dans le sens horaire, à partir

du coin supérieur gauche)
Eric Boon, B Bar Cattle, Lucky Lake, SK;
Kim Jo Bliss, Rainy River, ON;
Kyra Blais, Flat Mountain Ranch,
East Spondin, AB; Ciara Sandum, Hussar, AB

**Deuxième Couverture** 

Ciara Sandum, Hussar, AB

Carrie Haugen, Tofield, AB

Page 8

Roseanne Farnsworth, Fairview Angus Ranch, Pennant, SK

Sarah Ramsey, Lazy J Ranch, Strathclair, MB

Page 11

Jolene Fraser, Hussar, AB

Page 15

Courtney Bell, Beiseker, AB

Quatrième de couverture (dans le sens horaire, à partir du coin supérieur gauche) Carollyne Kehler, Steinbach, MB; Cheryl Dovichak, Jenner, AB; Tracy Herbert à Kincardine, ON







Suite 146, 6715 – 8<sup>th</sup> Street NE, Calgary, AB, Canada T2E 7H7 TEL: (403) 275-5890

