

2020

RAPPORT ANNUEL



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

2020

WWW.PRODUCTEURSDEPOULET.CA

WWW.POULET.CA

WWW.PARLONSPOULET.CA



RÉDACTEUR EN CHEF

Marty Brett, Les Producteurs de poulet du Canada

GRAPHISTE

Karen Ronayne, Les Producteurs de poulet du Canada

TABLE DES MATIÈRES

À NOTRE SUJET	4
RAPPORT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR EXÉCUTIF	8
CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS	10
RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS	14
RSC 1 CONFIANCE DES CONSOMMATEURS	16
Relations avec les consommateurs	16
Relations publiques	22
RSC 2 COLLABORATION	26
La chaîne de valeur de l'industrie du poulet	26
RSC 3 SYSTÈME DE GESTION DE L'OFFRE	28
Entente opérationnelle et allocation	28
Commerce, importations et normes	32
Relations gouvernementales	39
RSC 4 DÉVELOPPEMENT DURABLE	44
Salubrité des aliments	44
Soins aux animaux, recherche avicole et développement durable	48
RSC 5 CONSOMMATION	54
Programme de la marque <i>Élevé par un producteur canadien</i>	54
Participants au programme de marque	57
ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	58
Surveillance du marché	58
Suivi et application	64
Responsabilité sociale de l'organisation	66
Mises à jour et changements de personnel	68
Équipe des Producteurs de poulet du Canada	70
Organigramme du Personnel	72
RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS	74
Rapport de l'auditeur indépendant	74
État de la situation financière	76
Notes complémentaires aux états financiers	80

À NOTRE SUJET



NOTRE MANDAT

Le mandat des Producteurs de poulet du Canada (PPC) comporte deux grands volets. Notre principale responsabilité est de veiller à ce que nos 2 877 producteurs produisent la bonne quantité de poulet frais, salubre et de grande qualité pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Ce système dynamique de gestion des risques qui encadre nos activités est communément appelé la « gestion de l'offre ».

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

Notre deuxième responsabilité consiste à représenter les intérêts des producteurs canadiens de poulet et de l'industrie canadienne du poulet. Les PPC jouent un rôle clé dans l'élaboration et la gestion, en partenariat, de programmes pour les producteurs canadiens de poulet afin de prouver que les producteurs continuent d'élever des poulets de haute qualité qui inspirent confiance aux consommateurs canadiens. Grâce à des programmes comme nos programmes d'excellence en développement durable, de la salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* et d'autres initiatives de biosécurité, les PPC travaillent en étroite collaboration avec des partenaires du gouvernement et des intervenants de l'industrie pour faire en sorte que l'industrie demeure innovatrice et réceptive.



NOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Nos orientations et nos politiques sont établies par un conseil d'administration composé de 15 membres ou administrateurs, dont des producteurs et des non-producteurs. Les producteurs sont nommés par les offices provinciaux de commercialisation du poulet. Les non-producteurs sont représentés par un membre issu du secteur de la restauration, un autre du secteur de la surtransformation et deux autres du secteur de la transformation, et sont nommés par leur association nationale respective. Ainsi, les Producteurs de poulet du Canada, en collaboration avec leurs intervenants, travaillent au nom de l'industrie canadienne du poulet, du producteur au consommateur.



NOTRE VISION

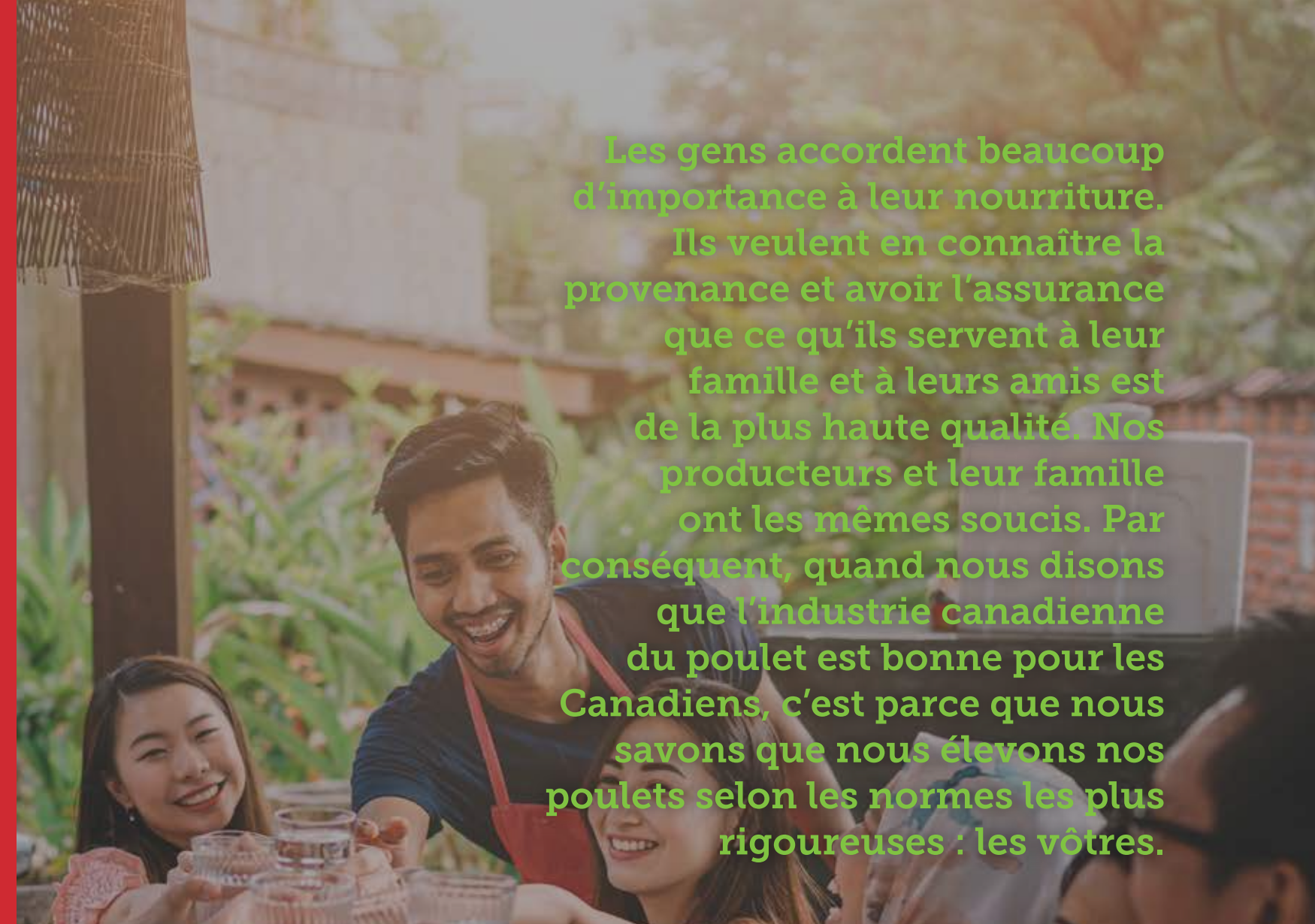
Le poulet canadien : la protéine préférée et digne de confiance des consommateurs.



NOTRE MISSION

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

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



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

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

Au total, le secteur :

MAINTIENT

101 900

emplois

CONTRIBUE

au produit intérieur brut du Canada à hauteur de

**8 MILLIARDS
DE DOLLARS**

VERSE

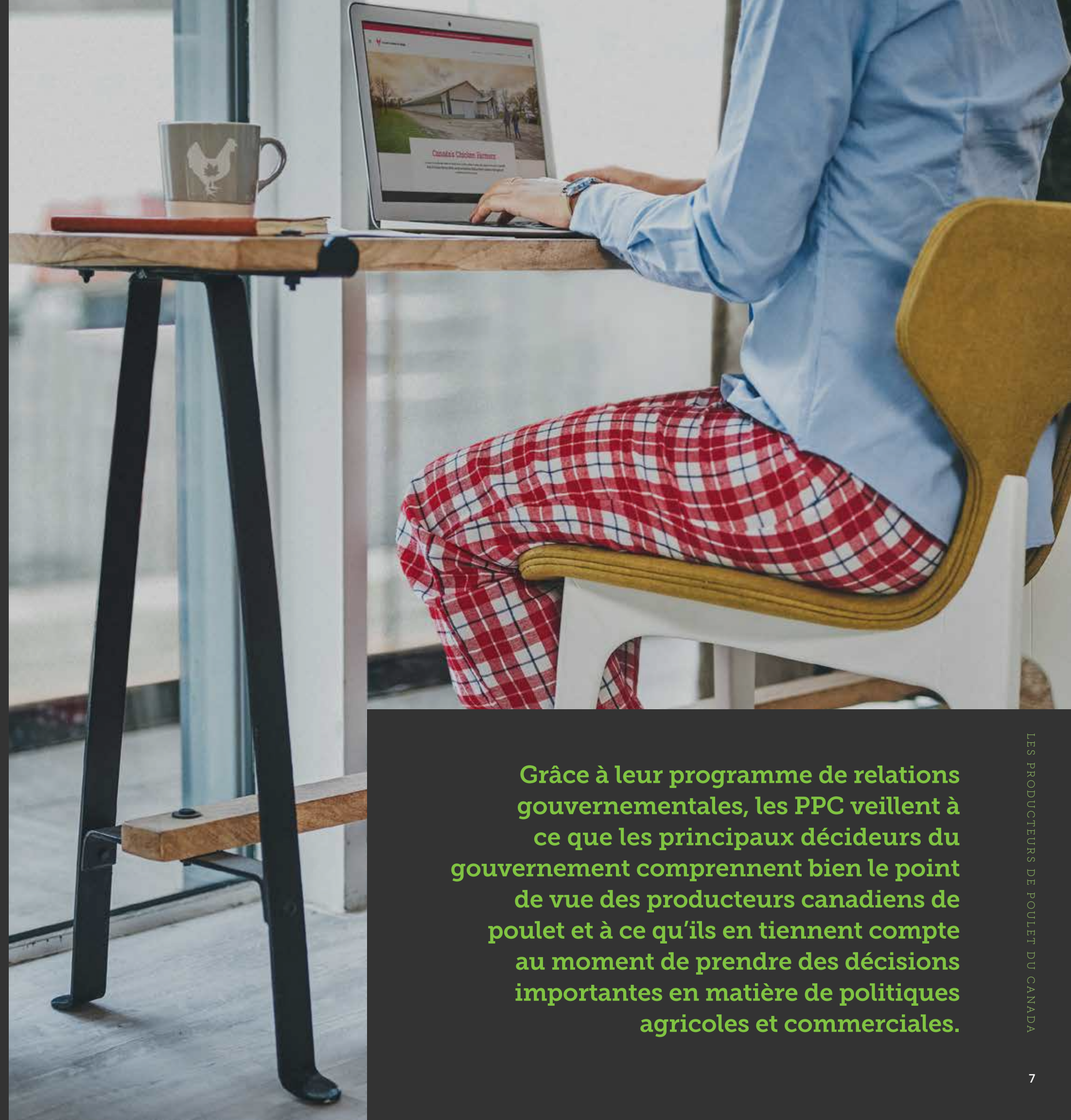
**1,9 MILLIARD
DE DOLLARS**

en impôts

ACHÈTE

3 MILLIONS

de tonnes d'aliments, appuyant ainsi d'autres producteurs



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

RAPPORT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR EXÉCUTIF



L'industrie canadienne du poulet a fait face à d'énormes défis en 2020, et nous croyons que cela nous a permis de révéler notre nature, notre vraie nature. Et c'est une belle révélation. Nous nous sommes montrés forts, inclusifs et collaboratifs en tant que groupe engagé à répondre aux attentes des consommateurs en matière d'excellence.

Mais le plus important, c'est que cela a mis en lumière le besoin de maintenir non seulement la confiance du public, mais aussi de renforcer leur confiance envers nos produits, notre système et nos producteurs.

La confiance du public dépend du rôle essentiel que jouent les producteurs de poulet dans l'élevage de poulet salubre et de première qualité. La population canadienne sait que la santé et la sécurité de nos oiseaux, de nos producteurs et de nos partenaires de l'industrie seront toujours notre priorité. À la mi-avril, le conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada (PPC) a ajusté l'allocation pour la période de mai et de juin afin de réduire la production et de répondre aux préoccupations de ses partenaires de la chaîne de valeur, ce qui a entraîné une réduction de 10,5 % de l'allocation à l'échelle nationale. À la fin avril, le conseil d'administration des PPC a également ajusté de 9,75 % l'allocation pour juillet et août à l'échelle nationale.

Lorsque la COVID-19 a frappé, l'ensemble de notre secteur a travaillé ardemment pour déterminer la manière d'ajuster les niveaux de production afin de répondre aux fluctuations de notre secteur. Ces allocations, et celles qui sont venues par la suite, nous ont aidés à limiter, au meilleur de nos capacités, le besoin de dépeupler les troupeaux dans les fermes. Cela a aussi permis au système de souffler un peu.

En tant que secteur, nous avons la grande responsabilité de nous assurer que chacun d'entre nous s'engage à établir une allocation qui répond aux besoins de la population canadienne, que nous sommes capables d'atteindre sans encombre, qui est réaliste et à laquelle nous pouvons être véritablement fidèles. Cela signifie que nous devons continuer de nous réunir et de discuter, de manière ouverte et honnête, même lorsqu'il semble difficile de parvenir à un nombre.

Durant cette pandémie, nous avons été en mesure de maintenir l'intégrité de la chaîne d'approvisionnement du poulet. Les décideurs du secteur se sont rencontrés régulièrement afin de discuter de la COVID-19, et nous avons ainsi été capables de maintenir une certaine fluidité malgré la situation en constante évolution et de prendre les mesures nécessaires pour veiller à ce que l'ensemble de la chaîne de valeur fonctionne efficacement et assure l'approvisionnement aux consommateurs.

Nous avons montré que notre système de gestion de l'offre est flexible et que nous pouvons nous ajuster pour répondre aux besoins de nos consommateurs et de nos partenaires de la chaîne de valeur. Nous avons montré notre nature collaborative, notre force.

Ne vous y méprenez pas, le travail que nous faisons à la ferme contribue énormément à la crédibilité que nous avons auprès des consommateurs. La marque *Élevé par un producteur canadien* en fait foi. Pour les consommateurs, celle-ci est synonyme de confiance et d'excellence dans tous les aspects de notre identité et de nos actions. Elle signifie que nous fournissons un excellent produit et que nous sommes des producteurs dignes de la confiance des consommateurs en ce qui concerne l'engagement à offrir l'excellence en matière de salubrité des aliments, de soins aux animaux et de développement durable.

Notre marque va au-delà de l'identification de produits canadiens. Elle représente l'engagement que nous avons envers les consommateurs; la confiance du public est essentielle à tout ce que nous faisons.

L'année 2020 marque la deuxième année de notre plan stratégique quinquennal, dans le cadre duquel nous avons établi notre mission, c'est-à-dire diriger et faire croître une industrie canadienne du poulet durable, tout en renforçant la confiance des Canadiens et en créant de la valeur pour eux. Ce renforcement de la confiance est essentiel à notre succès, et le travail que nous avons fait dans la dernière année favorise cette confiance.



L'industrie canadienne du poulet a fait face à d'énormes défis en 2020, et nous croyons que cela nous a permis de révéler notre nature, notre vraie nature.

Lorsque nous avons commencé à réaliser que la pandémie amènerait les gens à utiliser de plus en plus nos produits à la maison, nous avons élargi notre programme de marque pour la seconde moitié de l'année. Nous nous sommes également joints à diverses campagnes à grande échelle visant à promouvoir le secteur des services alimentaires, qui représente 40 % de notre production. Nous avons demandé aux gens, s'ils en avaient les moyens, de penser à commander de leurs restaurants locaux. Il était important pour nous de le faire, puisque cette pandémie a eu des effets dévastateurs sur le secteur des services alimentaires.

Sur le front du commerce international, les récents accords commerciaux ont mené à une plus grande érosion de notre marché canadien du poulet. Nous avons commencé l'année 2020 en demandant au gouvernement de mettre en œuvre le programme d'atténuation des conséquences en lien avec l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

Depuis avril 2019, nous avons passé beaucoup de temps à rencontrer les députés et les représentants du gouvernement pour veiller à ce qu'ils honorent leur engagement à offrir une indemnisation juste et intégrale aux producteurs visés par la gestion de l'offre afin d'assurer la durabilité et la compétitivité à long terme de notre secteur.

Finalement, vers la fin 2020, nous avons obtenu une réponse. Le gouvernement a annoncé des programmes d'investissements et des initiatives d'expansion du marché pour compenser les effets

de ces pertes de marché. Nous croyons qu'il s'agit d'un pas dans la bonne direction pour soutenir les producteurs qui apportent des améliorations continues à leurs opérations et qui rehaussent l'efficacité et la durabilité à long terme de leurs fermes.

Nous remercions la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Marie-Claude Bibeau et son équipe d'avoir défendu les producteurs de volailles et d'œufs, et nous continuerons de travailler avec les représentants à l'élaboration et à la mise en œuvre de ces programmes.

Nous vous remercions de nous avoir aidés dans nos efforts de mobilisation sur cet enjeu. Notre vraie nature nous amène aussi à reconnaître l'aide des gens qui nous entourent. Et tout au long de cette année difficile, vous avez démontré votre engagement envers le secteur canadien du poulet et avez veillé à l'atteinte de nos objectifs. Les administrateurs ont été en mesure de s'ajuster. Du travail de grande qualité a été réalisé à l'échelle du conseil d'administration, appuyé par les efforts des comités des PPC et de notre personnel dévoué.

Un merci particulier au comité exécutif pour les efforts supplémentaires déployés et pour sa participation, ses conseils, ses perspectives et son dévouement envers le secteur canadien du poulet.

Pour le secteur canadien du poulet, révéler notre vraie nature ne consiste pas seulement à faire la bonne chose quand personne ne regarde, mais aussi à faire la bonne chose quand tout le monde regarde. Voilà qui nous sommes. C'est notre vraie nature.

BENOÎT FONTAINE
Président

MICHAEL LALIBERTÉ
Directeur Exécutif

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS



Chaque année, le conseil d'administration et l'équipe de direction des Producteurs de poulet du Canada prennent le temps de célébrer les succès de l'année précédente et d'établir les priorités pour l'année à venir.



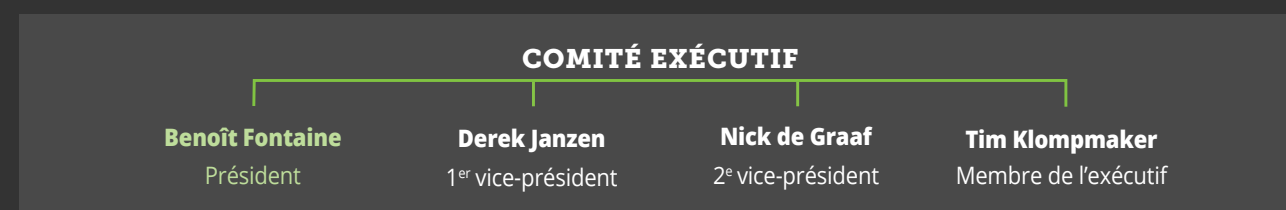
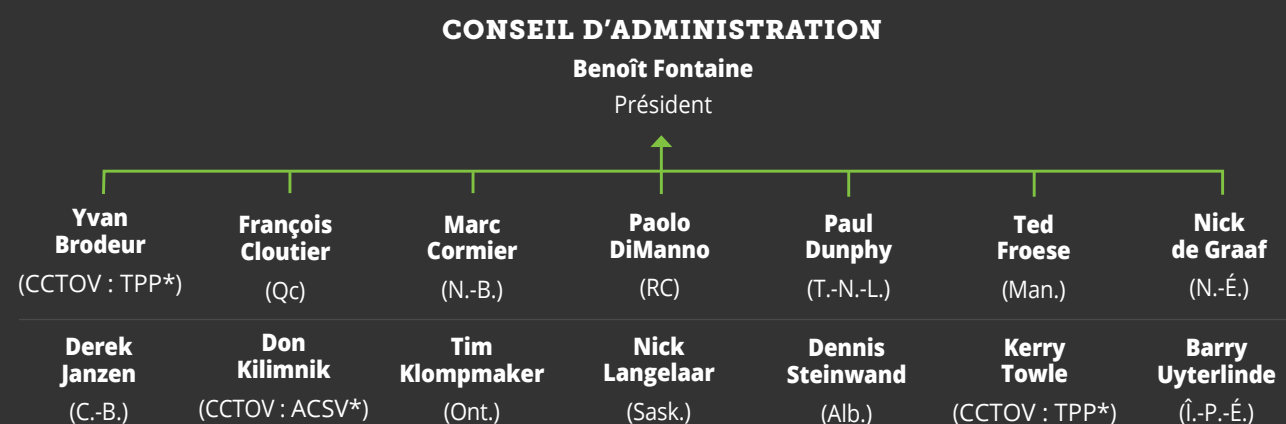
Administrateur sortant

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) souhaitent souligner la contribution de Craig Evans (Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles [CCTOV], secteur de la transformation primaire du poulet, qui a quitté le conseil d'administration en 2020. En plus de siéger au conseil d'administration des PPC à titre de représentant du CCTOV depuis 2017, Craig était un membre de longue date du comité des politiques.

Au cours de la dernière année, le travail avec la chaîne de valeur, l'accroissement de la marque, les nombreuses réunions Zoom et les changements radicaux apportés à l'allocation ont représenté tout un défi pour les administrateurs. Nous n'aurions certainement pas connu le même succès sans leur travail et leur soutien. Les PPC aimeraient remercier Craig de son travail acharné et de ses efforts au fil des ans.

Nous n'aurions certainement pas connu le même succès sans leur travail et leur soutien.

ORGANIGRAMME DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS



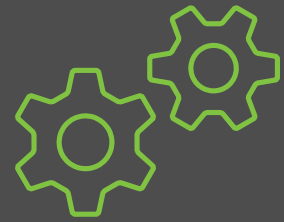
Au cours de la dernière année, le travail avec la chaîne de valeur, l'accroissement de la marque, les nombreuses réunions Zoom et les changements radicaux apportés à l'allocation ont représenté tout un défi pour les administrateurs.



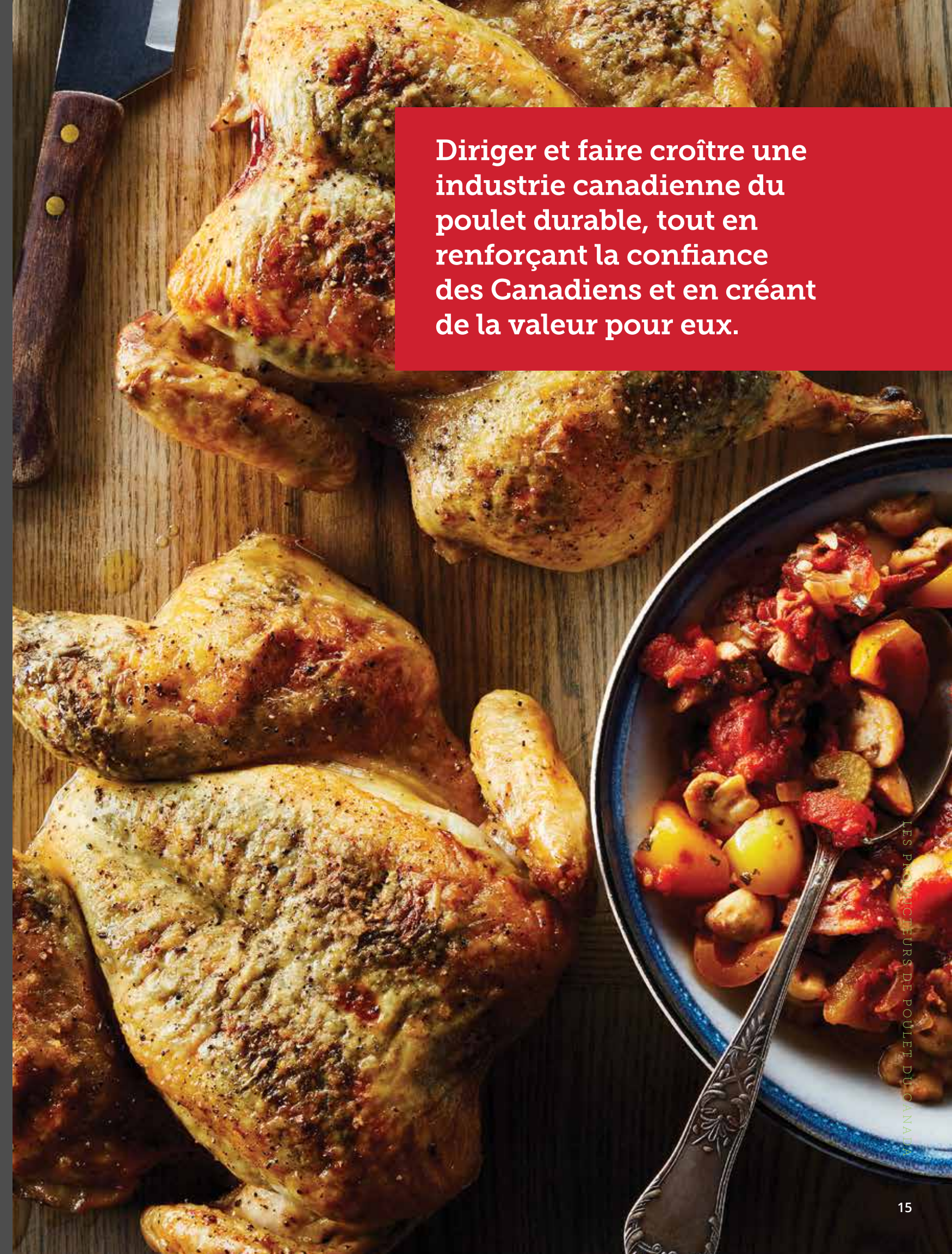
CCTOV : Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles
TPP : Transformation primaire du poulet
ACSV : Secteur des surtransformateurs de volailles



RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS



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



CONFIANCE DES CONSOMMATEURS



RELATIONS AVEC LES CONSOMMATEURS

La question de la confiance du public, et du maintien de la confiance des Canadiens envers les producteurs de poulet canadiens est le fondement de ce résultat stratégique clé (RSC). L'objectif de ce RSC est de s'assurer que les consommateurs continuent d'aimer les producteurs de poulet canadiens et de leur faire confiance, de présenter et de détruire les mythes, et d'assurer aux consommateurs que le poulet canadien est digne de confiance.

VIDÉOS PRATIQUES

En 2020, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont créé dix nouvelles vidéos pratiques pour le site Web poulet.ca et leur chaîne YouTube, dont six recettes et quatre vidéos sur la réduction des agents pathogènes. Les vidéos sont courtes et simples et ne durent que de 30 secondes à une minute. Elles sont par ailleurs partagées régulièrement sur les plateformes de médias sociaux des PPC. Nos vidéos pratiques peuvent être visionnées sur notre chaîne YouTube.

SITE WEB POULET.CA

L'utilisation du site **poulet.ca** a augmenté en 2020, mais pas autant qu'en 2019. Cela s'explique par la mise à jour de l'algorithme de Google en août qui a modifié l'optimisation des moteurs de recherche et le classement des mots clés. Par conséquent, un travail de restructuration a été fait plus tard dans l'année afin de rendre le site plus clair et plus précis, dans le but de mettre le contenu le plus populaire de l'avant et de mettre en lumière les pages les plus pertinentes pour les visiteurs.

Pour ce faire, le contenu existant a été optimisé et du nouveau contenu ayant une voix plus éditoriale a été créé afin que le site sorte en tête de liste dans le référencement naturel. Le référencement naturel désigne les résultats de recherche qui ne peuvent être influencés par des publicités payées et ces résultats sont classés seulement par rapport à la pertinence au mot cherché. La page sur le temps de cuisson du poulet continue d'être la plus cherchée.

Le site repensé sera aussi plus pratique sur les appareils mobiles – la majorité des visiteurs du site utilisent un appareil mobile – et offrira davantage de soutien général pour la marque *Élevé par un producteur canadien*. La refonte du site poulet.ca sera lancée au début 2021.

D'autres hausses marquées de l'achalandage du site Web sont survenues lorsque le bulletin d'information pour les consommateurs mettant en vedette notre concours national destiné aux consommateurs a été envoyé, et généralement, durant toutes les périodes de concours.

Les recettes sont encore un moteur de visite important, et les recherches reflètent les recettes qui sont populaires durant une période donnée de l'année.

En plus de nos mises à jour habituelles du contenu du site Web, nous avons créé une section sur poulet.ca qui s'intitule « Derrière les enclos », une ressource pour aider les gens durant le confinement lié à la COVID-19. Dans cette section, nous partageons des idées de recettes, comme des recettes à faire avec les ingrédients du garde-manger et des bouchées à savourer en famille lors d'une soirée cinéma ou de jeux. Vous pouvez voir tout le contenu de « Derrière les enclos » [ici](#).

MÉDIAS SOCIAUX

Nos gains sur les médias sociaux sont encore une fois impressionnants. Nous avons continué de créer du nouveau contenu attrayant sur les médias sociaux et notre taux d'engagement global avec les consommateurs a augmenté considérablement, ce qui nous a permis de discuter avec eux des bienfaits du poulet canadien.



Nous avons embauché cinq ambassadeurs de la marque, dont trois blogueurs traditionnels et deux influenceurs sur Instagram. Chaque mois, ils ont créé des recettes de poulet populaires, mis en vedette la marque *Élevé par un producteur canadien* et partagé des messages positifs sur l'industrie canadienne du poulet, tout en augmentant l'affluence sur notre site Web.

Nos abonnements et nos impressions Facebook ont augmenté considérablement.

Le nombre d'abonnés sur Instagram a augmenté de

75,9 %

Notre compte Pinterest a une moyenne de

1 million

 de visiteurs par mois

Nous avons plus de

3 944 375

 visionnements sur notre chaîne YouTube

Nous avons également tenu nos soirées Twitter trimestrielles. Elles nous ont énormément aidés à accroître la notoriété de la marque. Nos soirées Twitter anglophones ont généré en moyenne plus de 38 millions d'impressions et nos soirées francophones, en moyenne plus de 300 000 impressions.



POULET À CROISSANCE LENTE

Il y a de cela plusieurs années, le Global Animal Partnership (GAP) avait commandé, en partenariat avec l'Université de Guelph et le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario, une étude de l'Université de Guelph pour comparer les poulets à croissance lente aux poulets élevés de manière traditionnelle sur le plan du bien-être animal. Seize souches ont été étudiées. L'étude a duré environ trois ans.

Une fois l'étude terminée, le GAP a publié un énoncé et certaines conclusions de l'étude en général – qui ont reçu l'appui de l'Université de Guelph. Comme nous nous y attendions, les militants végétaliens et les défenseurs des animaux ont commencé à exploiter l'énoncé et les conclusions du GAP auprès des services alimentaires et des détaillants. La Humane Society International, par exemple, a publié un communiqué de presse et, de pair avec d'autres groupes de militants, a ravivé ses tactiques pour faire pression sur les entreprises de services alimentaires et de vente au détail pour que des changements soient apportés dans les secteurs de l'élevage et de la transformation du poulet.

Les PPC et leurs partenaires intervenants ont travaillé avec leurs homologues du secteur du poulet américain, le National Chicken Council (NCC) et la U.S. Poultry and Egg Association, afin d'avoir accès à l'étude et de bien comprendre cette recherche.

Soyons clairs, le secteur canadien du poulet est ouvert à toutes les nouvelles recherches, puisqu'elles aident à former la base de nos codes de pratiques, qui sont en constante évolution. En ce qui concerne la nouvelle recherche de l'Université de Guelph, lorsque nous l'aurons examinée en profondeur, nous serons en mesure de répondre aux récentes allégations et conclusions plus directement.

Selon nos données, les taux de croissance traditionnels actuels ne mènent pas inévitablement à une diminution du bien-être. De plus, les oiseaux élevés pour leur chair sont aujourd'hui plus vigoureux et n'ont jamais été en aussi bonne santé. En effet, il a été démontré que leur taux de mortalité a chuté et que leurs pattes et leur cœur sont bien plus sains. Le poulet à griller que nous connaissons aujourd'hui est le produit d'années de recherche. Il ne faut pas oublier que les poulets élevés selon les normes actuelles nourrissent la planète et que les poulets à griller atteignent un poids marchand plus vite et en mangeant moins, d'où leur coût plus abordable pour le consommateur.

Les répercussions environnementales de l'élevage du poulet sont un élément important à considérer. À l'heure actuelle, la filière canadienne du poulet a abaissé son empreinte carbone de près de 40 % au cours des 40 dernières années, ce qui en fait l'empreinte carbone la plus faible de tous les types d'élevage en Amérique du Nord. Elle a en même temps réduit sa consommation d'eau de 45 %, et 62 % de toute l'énergie qu'elle utilise vient de sources renouvelables.

Une transition vers le poulet à griller à croissance lente aurait des répercussions négatives sur l'environnement et anéantirait ces gains durement obtenus. La généralisation de l'utilisation de souches de poulet à griller à croissance lente au Canada soulève des préoccupations justifiées, puisqu'elle aurait des répercussions négatives sur l'environnement et le prix abordable des produits. Elle devra donc être étudiée avec circonspection. Ces conséquences ne peuvent être ignorées.

Une transition vers le poulet à griller à croissance lente aurait des répercussions négatives sur l'environnement et anéantirait ces gains durement obtenus.

Par exemple, si seulement le tiers du secteur canadien du poulet convergeait vers un poulet qui prend deux semaines de plus que le poulet traditionnel à croître, on observerait les conséquences suivantes :

La consommation annuelle d'eau augmenterait de

668 509 777 litres

Soit ce qu'il faut pour remplir 267 piscines olympiques ou **4 000 000** de baignoires

Les poulets consommeraient

212 527 411 kg

d'aliments de plus chaque année

Ce qui représente le poids de **20 tours** Eiffel et la masse de près de 2 tours du CN

Les poulets produiraient

393 243 406 kg

supplémentaires de fumier par année

Soit ce qu'il faut pour remplir 157 piscines olympiques et ce qui correspond à une production de **1 077 379 kg** par jour

Les coûts de production augmenteraient de

390 794 112 \$

Ces augmentations devraient être assumées par les producteurs, les transformateurs, les détaillants et, en fin de compte, par les consommateurs

Il faudrait cultiver

103 776 acres

de terre de plus pour nourrir les poulets

Cela correspond à **4 520 482 560** pieds carrés ou **300 000** patinoires de hockey de moyenne taille



Un seul Programme de soins aux animaux s'étend à nos 2 800 fermes d'élevage de poulet au Canada; aucun autre ne peut avoir une telle portée. Il repose sur des principes scientifiques solides et dignes de foi, et reste inégalé ailleurs dans le monde. Il a été créé d'après le Code de pratiques du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE). Ce chef de file mondial n'a pas son pareil pour réunir des acteurs de divers milieux et aux perspectives variées – des producteurs, des scientifiques, des médecins vétérinaires, des transformateurs, des associations de détaillants, des associations de restaurateurs, des transporteurs, des associations de défense du bien-être animal et les gouvernements fédéral et provinciaux – pour mettre au point des codes de pratiques solides et cohérents. Tout le monde a voix au chapitre et les experts, ceux qui possèdent le vrai savoir, en sont les architectes.

Le CNSAE est le seul processus par lequel des changements peuvent être apportés à la filière canadienne du poulet à griller. Les groupes d'intérêt qui ont des questions ou des préoccupations à

propos de l'élevage et de la transformation du poulet au Canada peuvent s'adresser aux responsables du service de consultation du CNSAE.

Le secteur canadien du poulet est fier d'offrir l'une des plus grandes variétés de choix aux consommateurs. Ces derniers peuvent choisir parmi du poulet élevé de manière traditionnelle, nourri au grain végétarien, biologique, à croissance lente et plus encore. En offrant cet éventail de produits, nous pouvons préserver notre excellent palmarès en matière environnementale et continuer d'offrir des produits de grande qualité, nutritifs et polyvalents, à différentes gammes de prix.

LES PROTÉINES VÉGÉTALES

Les PPC savent que la popularité croissante des protéines végétales est une préoccupation pour le secteur canadien du poulet. Afin de mieux comprendre cet enjeu, particulièrement la manière dont les consommateurs perçoivent ces protéines, les PPC ont commandé un sondage auprès de Léger Marketing en mars 2020.



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

En voici les principales conclusions :

- » Quatre personnes interrogées sur dix ont mangé des substituts de viande à base de plantes au cours des six derniers mois.
- » Six personnes sur dix (**62 %**) sont susceptibles de consommer des substituts de viande à base de plantes à nouveau au cours des six prochains mois – ce pourcentage est plus élevé chez les 18-34 ans (**70 %**) et chez les 35-44 ans (**67 %**) que chez les 45 ans ou plus.
- » Trois personnes sur dix (**29 %**) affirment consommer des substituts de viande à base de plantes chaque semaine. Les principales raisons qui motivent la consommation de substituts de viande à base de plantes sont les suivantes :
 - » Volonté de manger moins de viande (**34 %**);
 - » Environnement et bien-être animal (**30 %**);
 - » Curiosité après avoir vu beaucoup de publicités et de promotions (**30 %**);
 - » Croyance que ces substituts sont meilleurs pour la santé (**23 %**);
 - » Les personnes interrogées sont assez divisées lorsqu'il s'agit de savoir si les substituts de viande à base de plantes sont meilleurs pour leur santé ou non. Environ la moitié (**47 %**) ne croient pas qu'ils soient meilleurs pour leur santé, et environ le même nombre (**46 %**) croit que les substituts de viande à base de plantes sont meilleurs pour la santé que la viande.

D'un autre côté, le consommateur veut une communication transparente sur ces produits et ne croit pas que le nom des viandes que l'on imite devrait être utilisé :

- » Huit personnes interrogées sur dix croient que les détaillants et les restaurants devraient être transparents quant aux données nutritionnelles (**88 %**) et aux répercussions environnementales (**80 %**) des substituts de viande à base de plantes qu'ils vendent.
- » Les trois quarts des personnes croient qu'il est important de présenter les faits lorsqu'on nomme et commercialise les substituts de viande à base de plantes.
- » Plus de la moitié (**55 %**) des personnes interrogées croient que les consommateurs se sentent trompés lorsque les détaillants et les restaurants utilisent le nom d'une viande pour désigner un substitut de viande à base de plantes, et un nombre similaire (**53 %**) croit que les substituts de viande à base de plantes ne devraient pas être désignés par un nom de viande.

Les répercussions de la viande sur l'environnement semblent également être un motif :

- » Six personnes interrogées sur dix (**58 %**) croient que les substituts de viande à base de plantes sont meilleurs pour l'environnement, et 56 % croient que la popularité croissante des substituts de viande à base de plantes peut avoir un effet positif sur l'environnement.
- » Le groupe des 18-34 ans est beaucoup plus susceptible d'être motivé par les enjeux environnementaux que les 35 ans ou plus.

Six personnes interrogées sur dix ont mangé ces produits au restaurant, alors que plus de la moitié en ont mangé à la maison.

Cette recherche aidera les PPC à jeter les bases d'une stratégie plus proactive en 2021, visant à s'assurer que les consommateurs sont mieux informés sur les attributs santé du poulet, sur l'importance de lire les étiquettes et sur les histoires de réussite environnementale de l'industrie canadienne du poulet.



LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

RELATIONS PUBLIQUES



NATATION CANADA

En 2020, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont continué de souligner l'importance de leur partenariat à long terme avec Natation Canada, particulièrement en vue des Jeux olympiques et paralympiques prévus en 2020. En février, le personnel des PPC a fait visiter une ferme d'une région rurale du Québec à 10 para-athlètes. Cette visite réussie a été filmée et transformée en courte vidéo promotionnelle afin de montrer la force de ce partenariat continu. La visite a aussi permis d'informer les athlètes sur la provenance du poulet, la manière dont il est élevé, l'importance des protéines dans leur entraînement et plus encore.

En préparation pour les Jeux olympiques et paralympiques, les PPC et Natation Canada ont créé une publicité à diffuser durant les essais canadiens de natation et les Jeux olympiques, à la fois sur les médias sociaux et à la télévision. Mettant en vedette le nageur de l'équipe nationale Montana Champagne, la publicité fait valoir son talent dans la piscine ainsi que ses compétences culinaires dans la cuisine. Les PPC et Natation Canada espèrent dévoiler la publicité au début 2021.

Les PPC et Natation Canada ont aussi créé trois nouvelles éditions spéciales des mascottes « Les amis de la piscine » pour les Jeux olympiques et paralympiques. Représentant tous les aspects de la natation, chaque mascotte a aussi reçu un profil et une médaille, pour commémorer les Jeux olympiques.

Cet adorable trio vaut vraiment un coup d'œil!



NATATION CANADA ET LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA FILMENT UNE COURTE VIDÉO PROMOTIONNELLE



LE PROGRAMME DES JEUNES PRODUCTEURS DES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

Les PPC ont accueilli cinq nouveaux participants au Programme des jeunes producteurs en 2020 :

- » **Andre van Kammen de la Colombie-Britannique**
- » **Taylen Van Den Driessche du Manitoba**
- » **Evan Lambretch de l'Ontario**
- » **Marika Lemieux du Québec**
- » **Amy VanderHeide de la Nouvelle-Écosse**

Les jeunes producteurs ont commencé leur année en se rendant à Île-du-Prince-Édouard pour participer au congrès annuel de la Table pancanadienne de la relève agricole. Lors du congrès, ils ont rencontré d'autres jeunes producteurs, ont participé à des séminaires intéressants et ont discuté avec l'honorable Dennis King, premier ministre de l'Île-du-Prince-Édouard.

Lorsque la pandémie a frappé, le programme a adapté sa formation pour la rendre davantage virtuelle en offrant des séminaires sur Zoom. Un séminaire sur l'allocation organisé par le personnel des PPC s'est tenu en juin et plusieurs séances de formation sur les médias sociaux se sont tenues cet automne avec un consultant en relations publiques. Les séances sur les médias sociaux portaient sur l'ABC des médias sociaux, la manière de raconter son histoire, le discours argumentatif et l'utilisation des vidéos en direct sur Instagram pour les visites de fermes.

En raison de la pandémie de la COVID-19, le programme 2020-2021 a été prolongé jusqu'à la fin 2021, afin de fournir aux jeunes l'occasion de participer à des événements en personne lorsque les autorités de santé jugeront sécuritaire de le faire.

CAMPAGNE DE RELATIONS PUBLIQUES

L'année 2020 a commencé par la promotion des nouvelles vidéos intitulées « Une journée dans la vie » qui ont été filmées en 2019 en **Colombie-Britannique** et au **Manitoba**. Cette campagne s'étalant sur deux mois mettait en lumière les histoires et les familles présentées dans ces vidéos, pour montrer à la population canadienne qui sont réellement les producteurs de poulet. En février, les PPC ont aussi pris part au Jour de l'agriculture de Financement agricole Canada (FAC), qui a été une occasion de mettre de l'avant le travail quotidien acharné des producteurs pour nourrir la population canadienne.

En mars, la pandémie a frappé, et les PPC ont changé leurs priorités pour s'adapter. En adoptant une approche positive et optimiste, les PPC ont fait, en mars et avril, la promotion des entreprises agricoles transmises de génération en génération. Les vidéos **Une journée dans la vie** ont alors été présentées ainsi que des messages de soutien aux producteurs et aux consommateurs canadiens. Cela a aussi permis aux PPC d'informer le public sur les fermes familiales et la gestion de l'offre. De mai à juillet, les PPC ont maintenu les messages positifs et ont demandé aux producteurs de soumettre du contenu sur les répercussions de la pandémie sur leur vie. Le contenu comprenait aussi la promotion d'initiatives locales, les occasions au sein du secteur agricole et la manière dont les familles se sont adaptées au confinement.

LES VIDÉOS UNE JOURNÉE DANS LA VIE

Août et septembre ont vu le lancement de la toute première campagne sur les femmes en agriculture (#Femmesenagriculture). Les PPC ont demandé à leurs offices provinciaux de rassembler des **vidéos de productrices** de partout au pays pour expliquer pourquoi elles sont fières d'être des productrices de poulet et des femmes en agriculture. Les PPC ont aussi été heureux des vidéos d'appui de l'honorable Marie-Claude Bibeau, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, et de Madame Candice Bergen, députée conservatrice, qui a aussi participé à cette campagne. Ces vidéos ont été promues sur toutes les plateformes de médias sociaux, y compris dans les publicités sur YouTube, et ont été incroyablement populaires. En plus de ces vidéos, les PPC ont recueilli de l'information sur diverses ressources offertes aux femmes en agriculture, notamment les subventions, les programmes, les conférences et les bourses. Finalement, cette campagne comprenait aussi une infographie présentant des statistiques sur les femmes en agriculture et le secteur canadien du poulet. Cette infographie a été partagée sur Instagram et Twitter. Cette campagne a été la plus fructueuse de 2020 et les PPC prévoient la répéter en 2021.

La santé mentale a été le sujet de discussion en septembre et octobre, et les PPC sont fiers de prendre part à une discussion aussi importante. Particulièrement durant la pandémie de la COVID-19, les PPC reconnaissent l'isolement et le stress que vivent les producteurs et sont présents pour

les aider. De la plantation à la récolte, en passant par la surveillance des poussins et la vérification du bon fonctionnement de la technologie du poulailler, il ne reste souvent plus de temps dans la journée pour penser à soi et les PPC ont donc demandé aux producteurs de soumettre une photo de quelque chose qui les apaise pour le contenu de la campagne #PrendsUnePause.

Cette campagne avait pour objectif de partager des photos calmes et sereines sur le réseau « The Inside Coop », afin de rappeler aux producteurs de prendre une pause lorsqu'ils font défiler leur fil d'actualités. Cela a été couplé à deux infographies informatives, créées à partir de renseignements fournis par Santé Canada et DoMoreAg (en anglais seulement), un organisme à but non lucratif qui promeut la santé mentale au sein de la communauté agricole. Finalement, le personnel des PPC a collaboré avec un psychothérapeute pour créer une page de ressources sur producteurs de **poulet.ca**. Sous l'onglet « Nos producteurs », les producteurs peuvent trouver une page de ressources qui comprend de nombreux renseignements sur la santé mentale.

LE BALADO « THE INSIDE COOP »

Les PPC sont fiers d'annoncer le lancement de leur balado intitulé The Inside Coop Podcast (en anglais seulement) en 2020. Ce balado vise à informer le public sur ce qui se passe dans le secteur canadien du poulet en matière de développement durable, de santé mentale, de gestes pour redonner à la communauté et plus encore. La première saison compte cinq épisodes qui ont été lancés en décembre. Les PPC produiront une deuxième saison en 2021.

Infographie générale sur la santé mentale LES CHIFFRES DES PPC :

La chaîne YouTube des PPC a accumulé **± 3 660 000** visionnements en 2020.

Le compte Twitter TheInsideCoop a atteint **± 1,8 million** d'utilisateurs – une augmentation de 12 % par rapport à 2019.

Le compte Instagram The.Inside.Coop a atteint **± 2,2 millions** d'utilisateurs – une augmentation de 196,6 % par rapport à 2019.



Particulièrement durant la pandémie de la COVID-19, les PPC reconnaissent l'isolement et le stress que vivent les producteurs et sont présents pour les aider.



COULISSES DES VIDÉOS « UNE JOURNÉE DANS LA VIE »

COLLABORATION



Dans le but de remplir leur mission, les Producteurs de poulet du Canada (PPC) collaborent régulièrement avec l'ensemble de la chaîne de valeur pour veiller à ce que le secteur canadien du poulet demeure vigoureux, stable et durable. Ce résultat stratégique clé (RSC) prend appui sur une collaboration significative avec les intervenants du secteur de sorte que nous puissions tous travailler ensemble sur les questions d'intérêt mutuel. Cet engagement reflète le besoin d'établir la confiance et reconnaît la nécessité de faire front commun en matière d'innovation, d'occasions et de défis, tout en communiquant d'une voix unie et en adoptant des stratégies coordonnées.

LA CHAÎNE DE VALEUR DE L'INDUSTRIE DU POULET

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, les PPC ont fait preuve de souplesse et ont montré leur capacité à s'adapter afin d'assurer une collaboration continue avec la chaîne de valeur du secteur. Nous avons ainsi entretenu une collaboration solide et fructueuse avec les offices provinciaux de commercialisation du poulet grâce à une communication régulière et à des réunions fréquentes avec les gérants des offices provinciaux par vidéoconférence. Les membres du comité exécutif se sont aussi déplacés pour rencontrer directement quelques offices provinciaux pour communiquer le plan stratégique avant la pandémie, et ont tenu des réunions virtuelles avec quelques autres offices pour revoir les priorités annuelles des PPC et discuter des enjeux et des priorités à l'échelle provinciale.

Nous déployons des efforts considérables pour tenir le Conseil des produits agricoles du Canada au courant des événements en organisant des réunions régulières; et un compte rendu est fourni par le Conseil lors de chaque réunion sur les allocations du conseil d'administration.

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

Bien que la technologie ait permis au secteur de poursuivre ses activités durant la pandémie, les PPC ont hâte de recommencer à voyager pour tenir des discussions fructueuses en personne et travailler en collaboration afin d'améliorer l'industrie du poulet.

Ce RSC prend appui sur une collaboration significative avec les intervenants du secteur de sorte que nous puissions tous travailler ensemble sur les questions d'intérêt mutuel.

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, les PPC ont fait preuve de souplesse et ont montré leur capacité à s'adapter afin d'assurer une collaboration continue avec la chaîne de valeur du secteur.

SYSTÈME DE GESTION DE L'OFFRE



ENTENTE OPÉRATIONNELLE ET ALLOCATION

À la fin de 2019, tous les signes pointaient vers une autre année de croissance modérée et constante lorsque le conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada (PPC) a établi la cible de croissance à moyen terme à 2,5 % pour le prochain bloc de périodes d'allocation, soit A-163 à A-169. Cette cible n'est pas contraignante, mais donne à la chaîne de valeur du poulet canadien une idée de ce qui est attendu sur le plan de la croissance pour l'année à venir.

L'allocation pour les périodes A-163 (10 mai au 4 juillet 2020) et A-164 (5 juillet au 29 août 2020) a été établie au début février. Peu après, le secteur de la transformation primaire du poulet du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) a déposé une plainte auprès du Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) parce que, selon lui, le seuil d'allocation était trop élevé. Au début mars, les PPC ont envoyé une lettre en réponse à la plainte, et le CPAC a organisé une discussion non officielle. Au milieu de tout cela, la crise de la COVID-19 a émergé, ce qui a forcé l'industrie à faire volte-face rapidement. Les discussions entourant les conditions du marché en rapide évolution tenues entre les représentants des PPC et du CCTOV ont mené au retrait de la plainte du CCTOV et à une réduction de l'allocation pour les deux périodes.

Le 14 avril, le conseil d'administration a considérablement réduit l'allocation pour la période A-163, étant donné le déclin féroce des ventes dans le secteur des services alimentaires et les enjeux de capacité de transformation liés à la COVID. L'allocation pour les provinces du centre et de l'est du Canada a été réduite davantage que celle des provinces de l'ouest en raison des différentes répercussions de la COVID selon les régions.

Deux semaines plus tard, le conseil d'administration a aussi réduit l'allocation pour la période A-164 et, de manière similaire à la période A-163, des réductions ont été apportées sur une base régionale dans les provinces du centre et de l'est du Canada, réductions qui se sont avérées plus importantes que dans les provinces de l'ouest. Le conseil d'administration a aussi convenu d'analyser les conditions du marché quelques semaines plus tard pour s'ajuster au besoin.

La demande du secteur des services alimentaires était encore considérablement inférieure à celle d'avant la pandémie, mais les restaurants à service rapide montraient des signes de reprise, et les ventes de poulet au détail, ainsi que les ventes d'autres protéines de viande, étaient très solides. Le 21 mai, l'allocation a été révisée légèrement à la hausse, mais représentait tout de même une réduction de 10 % par rapport à la production aux mêmes semaines en 2019.

Lors de l'établissement des allocations régionales pour les périodes A-163 et A-164, le conseil d'administration a usé de son pouvoir discrétionnaire qui fait partie intégrante de l'Entente opérationnelle, et les administrateurs étaient d'avis que cela était justifié par la situation et les conditions du marché particulières. Le conseil d'administration a convenu d'un cadre de relance qui permettra aux provinces du centre et de l'est du Canada de produire les kilogrammes qui ne leur ont pas été alloués en raison de l'approche d'allocation régionale dans les périodes A-163 et A-164 lorsque les marchés seront rétablis.

La demande du secteur des services alimentaires était encore considérablement inférieure à celle d'avant la pandémie, mais les restaurants à service rapide montraient des signes de reprise, et les ventes de poulet au détail, ainsi que les ventes d'autres protéines de viande, étaient très solides.

L'allocation pour la période A-165, qui s'étend du 30 août au 24 octobre 2020, a été établie à la mi-juin. Malgré la pression exercée par les provinces de l'ouest et les transformateurs primaires pour qu'une autre approche d'allocation régionale soit employée, le conseil d'administration a établi une allocation nationale de 2 % inférieure à la base. Bien qu'il s'agisse encore une fois d'une baisse, les administrateurs étaient plus positifs que dans les mois précédents, en raison de la réouverture graduelle des restaurants, des ventes au détail solides et de l'augmentation des prix de gros.

L'allocation suivante, qui concerne la période A-166 (du 25 octobre au 19 décembre 2020), s'est soldée par une allocation nationale de 1 % supérieure à la base, mais tout de même sous le seuil de production de l'année précédente. Cette allocation représentait un compromis entre l'optimisme, démontré par les recommandations de volume bien supérieures à la base, et une approche beaucoup plus prudente prévoyant une allocation inférieure à la base.

L'allocation pour la période A-167 (du 20 décembre 2020 au 13 février 2021) reflète l'allocation précédente en ce qui a trait aux recommandations et aux demandes d'allocation. Après de longues discussions et une pression exercée par les transformateurs primaires pour établir l'allocation sur une base régionale, le conseil d'administration a décidé d'établir une allocation nationale à 0,5 % au-dessus de la base. Le fait que les restaurants à service rapide surpassent le secteur des services alimentaires, qui est en difficulté, a contribué grandement au sentiment d'optimisme prudent qui teinte cette période. Les administrateurs ont discuté des demandes de réexamen de l'allocation à deux occasions, mais les demandes de réduction de l'allocation n'ont pas reçu suffisamment de soutien.

À la fin novembre, le CCTOV, l'Association of Ontario Chicken Processors (AOCP) et le Conseil québécois de la transformation de la volaille (CQTV) ont déposé une demande de révision judiciaire de la décision du CPAC du 19 novembre 2020 concernant l'approbation des modifications proposées par les PPC au Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets pour la période A-167. L'année 2021 sera probablement bien avancée lorsque la Cour fédérale rendra sa décision.

Lors de la dernière réunion sur les allocations de l'année, le conseil d'administration a établi l'allocation pour la période A-168 (du 14 février au 10 avril 2021). Bien que tous les intervenants des provinces et de l'industrie aient convenu d'une allocation inférieure à la base, ils avaient des points de vue différents sur l'étendue de la coupe. Reconnaissant l'aggravation de la situation de la COVID et les règles de confinement plus strictes, le

conseil d'administration a décidé d'établir l'allocation nationale à 2,5 % en dessous de la base. Juste avant Noël, le secteur de la transformation primaire du CCTOV a envoyé une lettre dans laquelle il mentionne les enjeux d'absentéisme dans les usines de transformation, le nombre élevé de cas de COVID et les conditions du marché difficiles, et demande une réunion d'urgence concernant l'allocation pour la période A-168.

Le conseil d'administration s'est réuni au début janvier 2021, et après avoir entendu de nombreux arguments pour et contre une allocation régionale et une coupe considérable, le conseil d'administration a décidé de diminuer l'allocation déjà établie d'un pour cent, soit à 3,5 % sous la base, et ce, à l'échelle nationale. Quelques jours plus tard, les administrateurs se sont réunis à nouveau pour examiner et approuver une demande de l'Ontario concernant une réduction supplémentaire de son allocation à 8 % sous sa base, tout en maintenant l'allocation des neuf autres provinces à 3,5 % en dessous de la base.

Lors de cette même réunion tenue au début février, en plus d'établir l'allocation pour les périodes A-163 et A-164, le conseil d'administration a décidé de revenir, pour le moment, à l'établissement d'une allocation à la fois afin d'être en mesure d'intervenir promptement en raison des conditions du marché qui évoluent rapidement.

Toutes les provinces du Canada atlantique, sauf l'Île-du-Prince-Édouard, se sont vu allouer des kilogrammes en vertu de l'Entente relative aux mesures de sauvegarde au Canada atlantique (EMSCA) pour la période A-166, qui a été établie au-dessus de la base. L'allocation pour la période A-167 a également été établie au-dessus de la base, mais n'est pas suffisamment élevée pour entraîner l'allocation de kilogrammes additionnels pour les provinces de l'Atlantique. Le processus d'intégration de l'EMSCA à l'Entente opérationnelle à titre d'addenda qui a été entamé en 2018 s'est poursuivi en 2020, et à la fin de 2020, la plupart des signataires avaient signé l'addenda. Ce processus devrait se terminer en 2021.

Comme par le passé, les PPC ont participé à trois réunions du comité consultatif des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC). Ces réunions se tiennent en mars, en juillet et en novembre. Le mandat du comité est de conseiller le conseil d'administration des POIC sur la demande attendue de poulet pour les deux prochaines années et la production requise pour répondre à cette demande, ce qui aide les POIC à produire le bon nombre d'œufs d'incubation pour le marché canadien. Le comité a recommandé une allocation réduite pour 2020 à la lumière des coupes de production de poulet associées à la COVID et des augmentations modestes prévues pour 2021.

L'élaboration de la politique des petites exploitations agricoles devait se poursuivre en 2020, mais a été mise sur pause puisque d'autres enjeux d'allocation ont été jugés prioritaires. Le travail devrait reprendre en 2021.



La protection de l'intégrité du pilier de contrôle des importations du système de gestion de l'offre du poulet, soit le troisième résultat stratégique clé des PPC, nous dicte de surveiller les négociations commerciales et de veiller à ce que des mesures d'atténuation intégrales et équitables soient mises en place pour notre secteur, en réponse à toutes les répercussions liées au commerce sur notre secteur. Elle nécessite également que nous discutions avec le gouvernement canadien pour éliminer les failles en matière de contrôle des importations qu'entraînent l'importation de viande de poulet à griller étiquetée à tort « viande de poule de réforme », et les critères inappropriés du Programme d'exonération des droits. Comme ce fut le cas pour tous les autres aspects de la vie, la pandémie mondiale a influé sur la scène du commerce international, ralentissant les négociations et orientant les priorités des PPC et du gouvernement canadien vers des mesures liées à la COVID-19.

L'ACCORD CANADA-ÉTATS-UNIS-MEXIQUE (ACEUM)

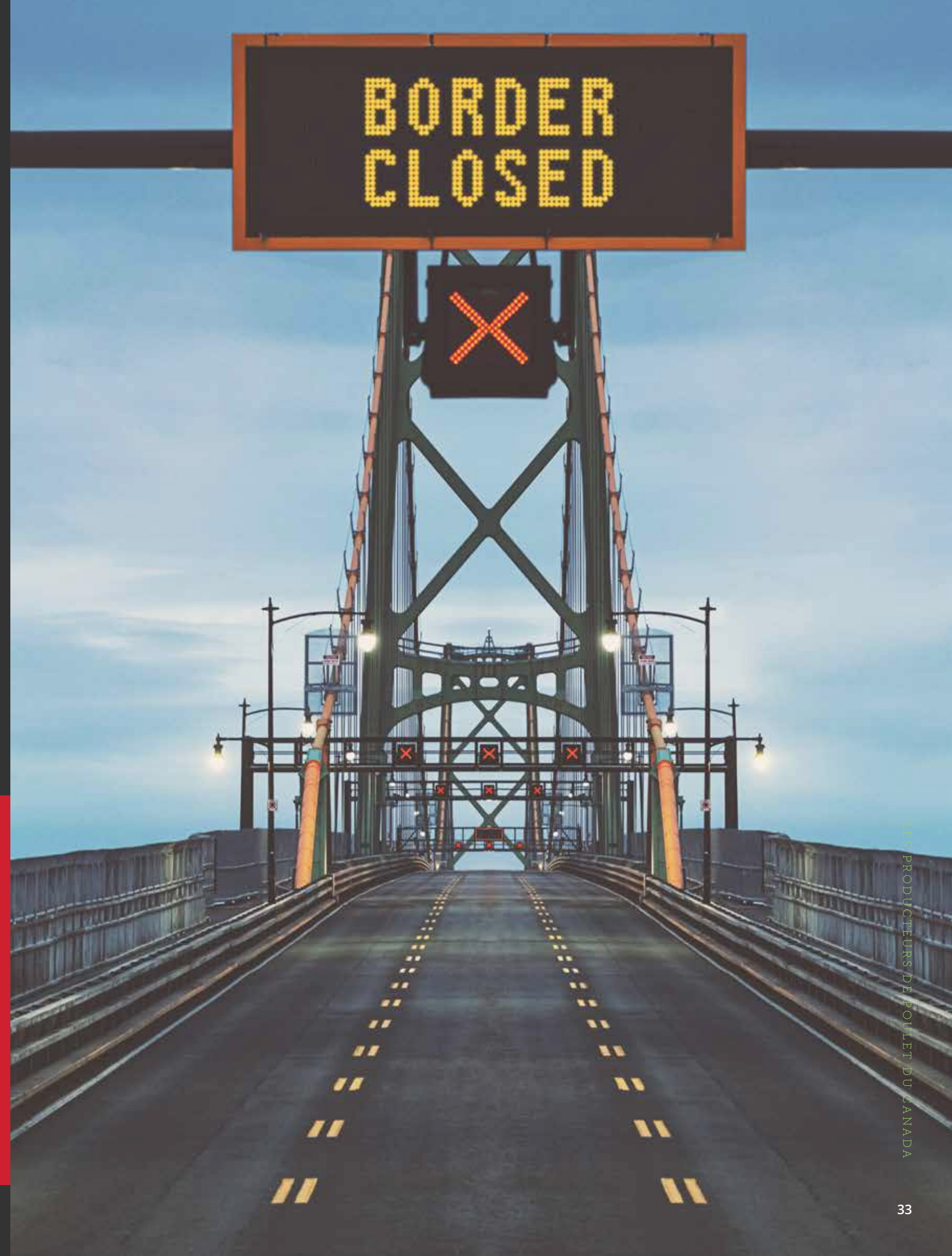
Bien qu'il ait officiellement été signé le 30 novembre 2018, l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) est entré en vigueur le 1^{er} juillet 2020. Cette mise en œuvre au milieu de l'année a poussé Affaires mondiales Canada (AMC), à ajuster les allocations du contingent tarifaire (CT) pour les importations afin de se conformer à l'accès au marché octroyé en vertu de l'ACEUM, qui a été réparti au prorata à 23,5 millions de kilogrammes (Mkg). Les changements associés à l'ACEUM à la définition des mélanges définis de spécialité pour les produits qui ne sont pas soumis au contrôle des importations n'ont pas eu d'effet sur l'allocation du CT cette année, car AMC a décidé de n'en tenir compte que pour l'allocation du CT de 2021. À la fin de la période de mise en œuvre de 16 ans de l'ACEUM, les États-Unis auront obtenu un total de 62,9 Mkg d'accès en franchise de droits exclusif au marché canadien du poulet, consolidant leur statut de principale source d'importations de poulet au Canada. Les PPC s'attendent à ce que le gouvernement du Canada travaille avec le secteur du poulet afin d'élaborer des programmes qui aideront à atténuer les répercussions de cette concession.

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA ET LE MERCOSUR

En raison de la pandémie, les négociations commerciales officielles entre le Canada et le Mercosur, c'est-à-dire l'union douanière de pays d'Amérique du Sud regroupant l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay, ont pour la plupart été mises sur pause cette année. Les pays devaient se rencontrer pour la huitième ronde au Brésil en mars 2020, mais la réunion en personne a été annulée. Bien qu'il y ait eu des engagements techniques virtuels sur des enjeux non controversés comme les définitions, les négociations sur des enjeux comme l'accès au marché, ne se tiendront que lorsque les rencontres en personne pourront reprendre.

Les PPC continuent de porter une attention particulière à ces pourparlers commerciaux, car le Mercosur inclut le Brésil, le plus important exportateur mondial de poulet, qui contrôle à lui seul 33 % du marché mondial. Il y a également l'Argentine, qui devient un joueur de plus en plus important et qui devrait augmenter ses exportations, passant de 124 Mkg en 2018 à 165 Mkg estimés en 2021. Le Brésil domine le commerce mondial de la viande de poulet à griller,

Comme ce fut le cas pour tous les autres aspects de la vie, la pandémie mondiale a influé sur la scène du commerce international, ralentissant les négociations et orientant les priorités des PPC et du gouvernement canadien vers des mesures liées à la COVID-19.



ayant exporté près de 3,9 milliards de kilogrammes en 2020. Il est déjà la deuxième source d'importations de poulet en importance du Canada après les États-Unis, ayant importé 10,8 Mkg en 2020. Il est impératif que le Canada maintienne ses contingents tarifaires et tarifs hors quota aux niveaux actuels pour veiller à l'intégrité de ses contrôles des importations et au développement continu de son secteur du poulet.

Qui plus est, alors que le Canada continue à négocier avec le Mercosur un accord de libre-échange, le traité commercial conclu entre la zone d'échanges commerciaux de l'Amérique latine et l'Union européenne est scruté avec grande attention en Europe, en raison des preuves grandissantes liant les exportations agricoles du Brésil (membre du Mercosur) à ses politiques environnementales destructrices. La France, les Pays-Bas, l'Autriche, la Belgique, l'Irlande et le Luxembourg ont déjà affirmé leur opposition à l'accord en raison de son potentiel d'accélérer le changement climatique par la dégradation de l'environnement causée par l'agriculture. La question est maintenant de savoir si le Canada croit que la valeur de son accord commercial potentiel avec le Brésil et ses partenaires du Mercosur, qui engloberait une valeur estimée de 9,9 milliards de dollars d'échanges bilatéraux de marchandises, lui donnera un plus grand effet de levier sur les politiques environnementales du Brésil, que l'accord signé par le Mercosur avec les 27 membres de l'Union européenne, qui couvre des échanges bilatéraux d'une valeur approximative de 120 milliards de dollars de biens.

ACCORD COMMERCIAL TRANSITOIRE ENTRE LE CANADA ET LE ROYAUME-UNI

Le 9 décembre, le gouvernement canadien a signé l'Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni, un accord commercial transitoire entre les deux pays. Une fois ratifié et pleinement mis en œuvre, ce traité transitoire dictera les modalités des échanges entre le Canada et le Royaume-Uni à la suite du retrait de ce dernier de l'Union européenne et conséquemment de l'Accord économique et commercial global (AECG), l'accord de libre-échange entre le Canada et l'Union européenne. L'accord transitoire reproduit les dispositions négociées en vertu de l'AECG afin d'atténuer toute perturbation commerciale découlant du retrait du Royaume-Uni de l'AECG. Le gouvernement canadien prévoit éventuellement lancer des négociations commerciales officielles avec le Royaume-Uni, en plus de mener un processus de consultation auprès du public et de l'industrie. Comme pour l'AECG, le nouvel accord transitoire n'accorde pas d'accès au marché intérieur du poulet.

Malgré la pandémie, les activités au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) se sont intensifiées.

LE PARTENARIAT RÉGIONAL ÉCONOMIQUE GLOBAL (PREG)

Le Partenariat régional économique global (PREG), le nouvel accord de libre-échange entre 15 nations d'Asie-Pacifique (Australie, Brunei, Cambodge, Chine, Corée du Sud, Indonésie, Japon, Laos, Malaisie, Myanmar, Nouvelle-Zélande, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam), a été signé le 15 novembre. Initialement lancé pour servir de contrepoint au Partenariat transpacifique (PTP) original dirigé par les États-Unis, le PREG est le plus important accord de libre-échange de l'histoire, dont les membres constituent près du tiers de la population mondiale et qui représente 29 % du produit intérieur brut mondial. Bien que le Canada ne fasse pas directement partie du PREG, certains observateurs commerciaux croient que la signature de cet accord pourrait pousser la nouvelle administration Biden à réexaminer la participation des États-Unis à l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

29 %
du produit intérieur brut mondial

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

Malgré la pandémie, les activités au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) se sont intensifiées. Le Canada joue un rôle essentiel de meneur du Groupe d'Ottawa dans la promotion de réformes organisationnelles pragmatiques, alors que le président du Comité de l'agriculture a priorisé l'atteinte d'un consensus concernant certains accords partiels qui seront présentés lors de la prochaine Conférence ministérielle (CM12) de l'OMC, qui devait avoir lieu au Kazakhstan du 8 au 11 juin 2020, mais qui a été reportée en raison de l'éclosion de la COVID-19. Actuellement, l'OMC envisage de tenir la Conférence ministérielle en décembre 2021, bien que cela dépende ultimement du succès des efforts mondiaux pour atténuer la pandémie.

Initialement lancé pour servir de contrepoint au Partenariat transpacifique (PTP) original dirigé par les États-Unis, le PREG est le plus important accord de libre-échange de l'histoire.

691
millions de dollars à la disposition de programmes d'investissements et d'expansion du marché

ANNONCE DE MESURES DE SOUTIEN POUR ATTÉNUER LES EFFETS DU PTPGP

Le 27 novembre, madame Marie-Claude Bibeau, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, a annoncé que 691 millions de dollars seraient mis à la disposition de programmes d'investissements et d'expansion du marché afin d'aider les producteurs de volaille et d'œufs à atténuer les répercussions des concessions accordées dans leurs marchés en vertu de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP). Cette annonce reflète le dur labeur du groupe de travail conjoint gouvernement-industrie sur la volaille et les œufs, qui a présenté des recommandations de programme en avril 2019.

Ces recommandations comprennent l'élaboration d'un programme d'investissements afin de soutenir les producteurs dans le financement d'améliorations de leurs exploitations, l'établissement d'un fond d'expansion du marché pour favoriser la promotion du poulet élevé au Canada, une méthode d'allocation des CT qui limiterait les distorsions du marché, l'imposition des normes élevées de production du Canada aux importations, et l'assurance que le marché interne ne fait plus l'objet de fuites ou d'importations illégales. Par exemple, les règles régissant le Programme d'exonération des droits doivent être adaptées aux réalités du secteur du poulet en bannissant la substitution et la marinade pour le poulet importé et en réduisant le délai autorisé pour la réexportation, qui est actuellement de quatre ans. Également, l'enjeu

Malgré les défis posés par la pandémie, les administrateurs et le personnel des PPC ont réussi à continuer à travailler avec les représentants du gouvernement et ses représentants officiels afin de résoudre les enjeux du contrôle des importations qui troublent le secteur canadien du poulet.

de la viande de poulet à griller étant frauduleusement importée en tant que viande de poule de réforme peut être résolu par la mise en œuvre du test d'ADN qui permet de distinguer la viande de poulet à griller de la viande de poule de réforme, ce qui permettrait de garantir un classement tarifaire adéquat.

Les producteurs de poulet canadiens sont reconnaissants envers le gouvernement d'avoir énoncé son engagement à veiller à ce qu'aucune autre concession ne soit accordée dans le marché canadien du poulet. Il est impératif que cet engagement soit maintenu durant les négociations commerciales en cours et futures, ainsi que durant les discussions à l'OMC.

CONTRÔLE DES IMPORTATIONS

Malgré les défis posés par la pandémie, les administrateurs et le personnel des PPC ont réussi à continuer à travailler avec les représentants du gouvernement et ses représentants officiels afin de résoudre les enjeux du contrôle des importations qui troublent le secteur canadien du poulet. Il s'agit entre autres de la mauvaise utilisation du Programme d'exonération des droits (PED) et de l'importation continue de viande de poulet à griller étiquetée à tort comme « viande de poule de réforme ».

PROGRAMME D'EXONÉRATION DES DROITS (PED)

Le Programme d'exonération des droits (PED) de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) permet à des entreprises canadiennes d'importer des intrants destinés à la réexportation sans avoir à payer les tarifs des douanes applicables. Conçues principalement pour les biens manufacturiers, les règles régissant le PED ne prévoient pas de mesures de sauvegarde adéquates pour atténuer le risque de fuites dans le marché interne qui se présente lorsque du poulet est importé au Canada aux fins de surtransformation puis de réexportation. Particulièrement, la capacité de mariner, de substituer et de retenir les importations pendant quatre ans avant la réexportation peut entraîner des distorsions dommageables pour le marché interne. Les PPC continuent de demander des modifications au PED dans la mesure où il s'applique au poulet et à d'autres produits visés par la gestion de l'offre qui refléteraient la réglementation du Programme d'importation pour réexportation (PIR), qui est administré par Affaires mondiales Canada (AMC), en vertu duquel la marinade et la substitution ne sont pas permises, et la réexportation doit avoir lieu dans un délai de trois mois.

VIANDE DE POULET À GRILLER MAL ÉTIQUETÉE ET IMPORTÉE COMME VIANDE DE POULE DE RÉFORME

Alors que la viande de poulet à griller est soumise au contrôle des importations, la viande de poule de réforme peut être importée au Canada en quantité illimitée en franchise de droits ou à un taux de droit de douane très bas. Étant donné qu'il est impossible de distinguer ces deux produits visuellement, certains importateurs canadiens importent frauduleusement de la viande de poulet à griller en l'étiquetant à tort comme « viande de poule de réforme ». Cela se traduit par des pertes de revenus pour le secteur intérieur du poulet, des pertes d'emplois pour l'économie, une diminution des recettes douanières pour le gouvernement, en plus de causer des risques pour les consommateurs canadiens, car la chaîne de traçabilité du système alimentaire est ainsi rompue.

Le volume d'importations est généralement déclaré en équivalent de poids éviscéré, un calcul qui double le poids des parties désossées, afin de prendre en compte à la fois les produits désossés et non désossés. Cependant, la majorité des importations de viande de poule de réforme s'orientent maintenant vers les parties non désossées, qui correspondent à la moitié avant de l'oiseau, c'est-à-dire la poitrine et les ailes. Ces parties représentent maintenant 52 % de toutes les importations. Par conséquent, bien que les importations de 2020 en équivalent de poids éviscéré aient diminué de 4 %, passant de 88,3 Mkg en 2019 à 85 Mkg en 2020, le volume réel d'importations a augmenté de 4 %, passant de 67,8 Mkg à 70,3 Mkg au cours de la même période.

Pour une année qui a vu un déclin considérable de la production interne de poulet, il est troublant de constater une telle augmentation constante des importations de viande de poule de réforme. La croissance continue des importations de viande de poule de réforme souligne l'importance de mettre en œuvre le test d'ADN de manière intégrale afin de veiller à éliminer les importations de produits mal étiquetés, ce qui permettrait de rehausser la salubrité des aliments et l'activité économique au Canada.

MISE À JOUR SUR LES CT

L'engagement en matière d'accès au marché total du Canada pour les importations de poulet en vertu de tous les contingents tarifaires (CT) des accords commerciaux de l'OMC, de l'ALENA/ACEUM et du PTPGP est passé de 102,5 Mkg en 2019 à 103,7 Mkg en 2020.

L'incertitude quant à la date d'entrée en vigueur de l'ACEUM a forcé AMC à procéder à une allocation partielle des CT au début de l'année. Après l'annonce de l'entrée en vigueur en juillet de l'ACEUM, l'allocation annuelle des CT a été complétée. Dans l'ensemble, en 2020, 39,8 Mkg ont été attribués en vertu du CT de l'OMC, les dispositions de l'ALENA et de l'ACEUM représentaient ensemble un CT de 52,1 Mkg, et le CT du PTPGP était de 11,8 Mkg.

Malgré le changement à la définition des mélanges définis de spécialité (MDS) appliqué dans le cadre de l'ACEUM le 1^{er} juillet, AMC a décidé de fournir des autorisations d'importation pour toute l'année aux fabricants de produits qui sont maintenant soumis à la réglementation sur le contrôle des importations du Canada. Les produits comme les ailes de poulet emballées avec des sachets de sauce, qui étaient classés comme étant des MDS, généraient des CT d'importations. La définition de MDS a été précisée en vertu de l'ACEUM pour refléter la liste du Canada à l'OMC et pour mettre fin aux manipulations des tarifs qui ont mené à l'ajout de sachets de sauce simplement pour tirer profit des classements tarifaires. En ne mettant pas en œuvre cette nouvelle définition avec l'entrée en vigueur de l'ACEUM le 1^{er} juillet, on a assisté à l'émission de 7,4 Mkg d'importations supplémentaires pour fins de concurrence. Heureusement, la nouvelle définition de MDS a été mise en œuvre pour l'allocation de 2021.

Les importateurs canadiens n'ont utilisé aucun des CT du PTPGP, car leurs collègues membres du PTPGP ne sont pas des exportateurs importants de poulet, ne respectent pas les exigences canadiennes pour exporter du poulet, ou n'ont pas encore ratifié l'accord. Les autorisations d'importation mondiale de produits de poulet en vertu des CT de l'OMC et de l'ALENA/ACEUM représentent 91,9 Mkg, desquels 90,5 Mkg ont été importés durant l'année. Les 7,4 Mkg d'importations supplémentaires pour fins de concurrence ont mené le total des importations à 97,9 Mkg ou 106,5 % de l'allocation mondiale initiale.

Les volumes de viande de poulet importés par l'entremise du Programme d'importation pour réexportation (PIR) et du Programme d'exonération des droits (PED) sont également supérieurs aux volumes de l'an dernier. Au total, 23 Mkg en équivalent

de poids éviscéré ont été importés en vertu du PIR, une augmentation de 4,36 % par rapport à l'an dernier et de 14,2 Mkg en vertu du PED, soit 13 % de plus que le volume importé par l'entremise du programme en 2019. Malheureusement, la réglementation du PED permet toujours la marinade des produits, la possibilité de substituer le poulet à griller à la viande de poule de réforme et accorde un délai de quatre ans pour la réexportation. Ces règlements permissifs augmentent le risque de fuites qui perturbent le marché canadien; ils doivent être modifiés afin de se conformer à la réglementation qui régit le PIR.

Le Comité consultatif sur les contingents tarifaires (CCCT) d'AMC a tenu de nombreuses réunions cette année, afin de rédiger des politiques d'allocation pour les CT en 2021. Ces politiques d'allocation comprendront des processus distincts pour les CT de l'OMC, de l'ACEUM et du PTPGP. Les PPC auraient préféré que toute demande admissible pour les fabricants de produits non soumis au contrôle des importations (c'est-à-dire non inscrits sur la Liste des marchandises d'importation contrôlée [LMIC]) soit attribuée au CT de l'OMC. Toutefois, les représentants des détenteurs de quotas d'importation ont convaincu AMC d'attribuer les demandes en produits non inscrits sur la LMIC à la fois au CT de l'OMC et au CT de l'ACEUM. Les PPC craignent que l'approvisionnement des demandes en produits non inscrits sur la LMIC à partir des CT de l'OMC et de l'ACEUM entraîne des pressions d'importation supplémentaire, du fait que la plupart des fabricants préfèrent le CT de l'OMC, car il permet l'importation de n'importe quel pays. La méthode d'allocation des CT utilisée pour 2021 devrait être transitoire pour l'année seulement puisqu'AMC prévoit relancer la phase II de l'examen complet des CT qui a été mis sur pause en raison de la pandémie.

RELATIONS GOUVERNEMENTALES



UNE ANNÉE SUR LA COLLINE DU PARLEMENT... EN PERSONNE, ET VIRTUELLEMENT!

EFFORTS DE LOBBYING

La pandémie de la COVID-19 et les confinements continus n'ont pas empêché les Producteurs de poulet du Canada (PPC) de s'attaquer à leur programme de lobbying en 2020.

Au début de l'année, avant que le monde ne s'enferme, les PPC ont organisé une mini-journée de mobilisation pour rencontrer les nouveaux députés élus afin de leur présenter le secteur canadien du poulet et de discuter de leurs enjeux. À ce moment, le conseil d'administration des PPC était motivé à aborder les mesures d'atténuation pour l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) et l'inaction du gouvernement malgré ses promesses répétées d'annonce. Comme la pandémie est arrivée peu après cette journée de mobilisation, les PPC sont reconnaissants d'avoir eu l'occasion de s'asseoir avec les parlementaires pour discuter du secteur en personne.

Alors que leur activité de lobbying annuelle devait avoir lieu à la fin du printemps à Ottawa, les Producteurs de poulet du Canada ont décidé de la tenir plutôt à la fin novembre, et d'organiser des réunions virtuelles avec les parlementaires tout au long de la semaine afin d'interagir avec les représentants de partout au pays.

Les administrateurs, les remplaçants et les représentants des offices provinciaux ont parlé avec les parlementaires de tous les partis et paliers de gouvernement du secteur canadien du poulet – notamment des mesures d'atténuation du PTPGP et de la manière dont la gestion de l'offre a aidé à assurer la sécurité alimentaire durant la pandémie de la COVID-19. Les participants ont été soulagés de voir le gouvernement annoncer 691 millions de dollars en appui aux producteurs de volaille et d'œufs à la fin de la semaine.

Plutôt que de se disperser dans la cité parlementaire, toutes les réunions se sont déroulées sur Zoom, ce qui a permis une grande flexibilité, sans toutefois offrir la même expérience que lors d'une rencontre en personne d'un nouveau député. D'ailleurs, la très populaire Réception sur la Colline des Producteurs de poulet du Canada a été regrettée de tous!

Le personnel des PPC et les membres du comité exécutif ont également consacré beaucoup de temps aux enjeux durant l'année, en dehors de la journée de mobilisation et de la semaine de lobbying. Les enjeux continus, comme les mesures d'atténuation pour le PTPGP, la sécurité alimentaire et les assurances gouvernementales en cas de dépeuplement, les enjeux de contrôle des importations, et l'administration des contingents tarifaires (CT), entre autres sujets, ont été constamment abordés avec les représentants élus et les fonctionnaires.

Les PPC remercient tous les représentants élus et leur personnel pour leur mobilisation et leur soutien continu envers le secteur canadien du poulet.

CONCOURS DE RECETTES DE POULET POUR LES PARLEMENTAIRES EN TEMPS DE CONFINEMENT

Les Producteurs de poulet du Canada ont organisé un concours de recettes de poulet pour les députés et les sénateurs vers la fin de l'été 2020, intitulé « Derrière les enclos ». Dans le cadre du concours, on demandait aux parlementaires de soumettre leur recette de poulet préférée puis d'inviter 3 à 5 de leurs collègues de la Colline du Parlement sur Twitter à faire de même. En participant à ce concours, les parlementaires ont non seulement rivalisé pour la meilleure recette de poulet, mais ils ont aussi aidé à soutenir les banques alimentaires du Canada! Au départ, les PPC offraient 12 000 \$ en don à trois banques alimentaires du Canada, et pour chaque député ou sénateur qui soumettait une recette, les PPC ajoutaient 100 \$ à la somme. Au total, les PPC ont donné 14 000 \$ à trois banques alimentaires différentes de chaque région du Canada : Feed Nova Scotia, Feed Ontario, et Food Banks of Saskatchewan.

Regardez la vidéo ici!

IMPORTATIONS PAR TYPE (KG)

	2020	2019
Importations globales	90 618 752	91 724 218
Permis d'importation supplémentaire	-	-
Importations pour concurrence (supplémentaire)	7 459 917	4 721 101
Importations pour réexportation (PIR)	23 267 108	19 570 402
Programme d'exonération des droits (PED)	28 466 000	25 184 000
Total	149 811 777	141 199 721
Importations de volaille de réforme	84 971 142	88 304 498

Source: Affaires mondiales Canada, AAC



La pandémie de la COVID-19 et les confinements continus n'ont pas empêché les Producteurs de poulet du Canada de s'attaquer à leur programme de lobbying en 2020.

PRÉSENTATION DEVANT DES COMITÉS

Les Producteurs de poulet du Canada apprécient toujours l'ouverture du Parlement à écouter une variété d'intervenants sur des sujets d'importance pour la population canadienne. Tout au long de l'année 2020, les PPC ont été invités à soumettre des mémoires ou à faire des présentations devant certains comités afin de discuter d'enjeux comme l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM), les répercussions de la pandémie de la COVID-19 sur le secteur du poulet et, notamment, les conséquences du PTPGP sur les producteurs de volaille et d'œufs. Alors que nos représentants n'ont pas toujours eu la chance de témoigner, les PPC remercient particulièrement le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire, le Comité permanent des finances, le Comité permanent du commerce international et le

Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie de la Chambre des communes d'avoir tenu compte du secteur canadien du poulet lors de la rédaction de leurs rapports au Parlement.

FRANCHISSEMENT DE LA LIGNE D'ARRIVÉE DANS LE DOSSIER DES MESURES D'ATTÉNUATION POUR LE PTPGP

Les Producteurs de poulet du Canada, les Producteurs d'œufs du Canada, les Éleveurs de dindon du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (GO4) ont travaillé avec le gouvernement fédéral depuis le début de 2019 pour aborder les pertes auxquelles les producteurs de volaille et d'œufs font face en raison de l'accès octroyé dans le cadre du PTPGP. Agriculture et Agroalimentaire Canada a

conclu le travail du Groupe de travail sur la volaille au printemps 2019, et les secteurs de la volaille et des œufs ont proposé plusieurs recommandations que le gouvernement pourrait mettre en œuvre afin d'aider à atténuer les pertes découlant du PTPGP.

Le gouvernement fédéral avait promis une annonce pour les producteurs avant l'élection de 2019, promesse qu'il n'a pas tenue. Par conséquent, les PPC ont concentré la majorité de leurs efforts en 2020 à obtenir du gouvernement qu'il respecte finalement sa promesse. La gouverneure générale avait inclus dans son discours du Trône de décembre 2019 une indemnisation intégrale et équitable aux producteurs de lait, de volaille et d'œufs, laquelle était aussi incluse dans la lettre de mandat de la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire pour la session parlementaire à venir, et les PPC souhaitaient que cet engagement soit respecté.

En 2020, les groupes de la volaille et des œufs ont employé diverses tactiques de sensibilisation pour encourager les parlementaires à défendre les producteurs. Des réunions avec les députés, les sénateurs et les bureaux des ministres aux correspondances avec le premier ministre et le ministre des Finances, et à l'intégration de notre message dans toute communication avec le gouvernement, les groupes de la volaille et des œufs ont travaillé fort pour les agriculteurs. Les PPC ont particulièrement apprécié le travail des membres du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes qui ont milité avec ferveur sur ce dossier.

Avant la prorogation du Parlement à l'été, les membres ont demandé une réunion d'urgence du Comité afin d'étudier l'enjeu et de faire pression sur la ministre pour qu'elle annonce le moment où elle livrerait les programmes de soutien. Malheureusement, en raison de la prorogation, la présentation a été reportée à une date ultérieure, soit après l'annonce.

Le samedi 28 novembre 2020, madame Marie-Claude Bibeau, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, a annoncé le versement de 691 millions de dollars en programmes d'investissement et en initiatives d'expansion du marché pour les producteurs de volaille et d'œufs du Canada afin de compenser les pertes de marché découlant du PTPGP. Cet investissement dans les secteurs de la volaille et des œufs est un pas dans la bonne direction pour appuyer les producteurs qui améliorent constamment leurs activités et qui rehaussent la durabilité et l'efficacité à long terme de leurs fermes.

Les Producteurs de poulet du Canada remercient la ministre Bibeau et son équipe de défendre les producteurs de volaille et d'œufs et continueront de travailler avec les représentants officiels à l'élaboration et à la mise en œuvre de ces programmes.



MICHAEL LALIBERTÉ, BARRY UYTERLINDE, LE MINISTRE LAURENCE MACAULAY, LAUREN KENNEDY, ET BENOÎT FONTAINE



LA MINISTRE BIBEAU ET NICK LANGELAAR

La Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) a été occupée en 2020, militant au nom de ses membres et attirant l'attention du gouvernement sur les enjeux qui préoccupent les producteurs, particulièrement le soutien nécessaire pour traverser la pandémie.

SOUTENIR NOTRE COMMUNAUTÉ À OTTAWA ET PARTOUT AU CANADA

L'une des composantes des affaires publiques chez les Producteurs de poulet du Canada est d'entretenir des relations avec des partenaires externes afin de promouvoir le secteur canadien du poulet et sa contribution au Canada.

Encore une fois, les Producteurs de poulet du Canada ont commandité le congrès annuel de la Fédération canadienne des municipalités (FCM) de pair avec les Producteurs d'œufs du Canada, les Éleveurs de dindon du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada. Comme le congrès annuel de la FCM du début juin a été annulé, les groupes de la volaille et des œufs ont eu l'occasion de participer à sa conférence virtuelle sur le développement durable à l'automne. La Conférence sur les collectivités durables de la FCM est un événement virtuel axé sur la discussion et le partage des pratiques exemplaires qui mèneront à la vitalité sociale, écologique et économique des collectivités canadiennes.

Les Producteurs de poulet du Canada ont également poursuivi leur partenariat avec le Programme de stage parlementaire (PSP) en 2020. Le PSP accueille chaque année dix jeunes professionnels sur la Colline du Parlement de septembre à juin, qui travaillent pour des députés du gouvernement ou de l'opposition. Au cours

Le GO4 a tenu un kiosque virtuel à la Conférence où les délégués pouvaient s'informer sur la gestion de l'offre, l'agriculture durable et la gestion de la pandémie dans les secteurs de la volaille et des œufs.

de leur stage, les stagiaires rencontrent les principaux décideurs politiques, des diplomates, des journalistes, des universitaires, des politiciens et des leaders de la société civile. Ils participent à des séminaires, rédigent un travail de recherche universitaire novateur, transmettent leurs connaissances sur le Parlement à de jeunes Canadiens et prennent part à des séjours d'études législatives. Les PPC sont heureux de contribuer à l'expérience des stagiaires parlementaires et d'aider à les renseigner sur l'agriculture canadienne.

FÉDÉRATION CANADIENNE DE L'AGRICULTURE

La Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) a été occupée en 2020, militant au nom de ses membres et attirant l'attention du gouvernement sur les enjeux qui préoccupent les producteurs, particulièrement le soutien nécessaire pour traverser la pandémie.

La FCA a tenu son assemblée générale annuelle (AGA) à la fin février, réunissant des dirigeants agricoles des quatre coins du pays ainsi que des intervenants de l'industrie et des représentants gouvernementaux qui ont aidé à définir les priorités de l'agriculture canadienne pour l'année à venir.

Le thème de l'AGA 2020 de la FCA était « Produire la prospérité pour la prochaine décennie », se tournant vers l'avenir de l'agriculture et les obstacles et occasions qui surviendront.

Durant l'AGA, la FCA a tenu une conférence de presse pour parler des conséquences qu'avaient à ce moment les blocages ferroviaires des Wet'suwet'en sur le secteur canadien de l'agriculture. Des représentants de groupes agricoles de partout au Canada, dont les Producteurs de poulet du Canada, ont participé à la conférence de presse.

Lorsque la pandémie a frappé, la FCA a commencé à tenir des conversations régulières avec les représentants du gouvernement afin d'aborder des questions telles que le Programme des travailleurs étrangers temporaires, les changements aux Programmes de gestion des risques de l'entreprise qui aideraient à atténuer les conséquences de la pandémie, et le soutien global du gouvernement pour aider les producteurs à traverser cette période sans précédent.



CONFÉRENCE DE PRESSE DE LA FCA

La FCA a aussi mis sur pied une campagne publique visant à obtenir le soutien de la population canadienne urbaine envers les producteurs. Dans le cadre de la campagne « Nourrir la réflexion », la FCA a diffusé quelques vidéos et publicités mettant en vedette des producteurs dans des régions ciblées dans le but de faire réfléchir les consommateurs à ce qu'il adviendrait de l'approvisionnement alimentaire sans soutien du gouvernement. La campagne lançait aussi un appel à l'action, demandant aux consommateurs d'écrire à leur député afin qu'il soutienne les producteurs canadiens.

La FCA a fait des présentations à plusieurs reprises au fil de l'année devant les Comités des finances, de l'industrie, et de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes pour discuter notamment de ces enjeux.



DÉVELOPPEMENT DURABLE



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

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

SALUBRITÉ DES ALIMENTS

LA MARQUE – L'APPUI DES PROGRAMMES À LA FERME À LA MARQUE ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN

La marque *Élevé par un producteur canadien* certifie l'origine et la qualité du produit – mais maintenant, lorsque les consommateurs optent pour du poulet qui arbore notre logo, ils savent qu'ils obtiennent le meilleur de leurs producteurs locaux.

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

Les producteurs sont aussi des consommateurs. Ils sont donc très fiers de fournir la source de protéines préférée au Canada et de la voir sur les tables d'un océan à l'autre, y compris sur la leur. Il est logique que la marque *Élevé par*

un producteur canadien devienne une partie intégrante de ce qu'ils font en tant que producteurs. Ainsi, ils peuvent montrer à la population canadienne leur engagement à faire tout ce qui est en leur pouvoir pour conserver notre confiance, une confiance qu'ils ont durement gagnée.

STRATÉGIE SUR L'UTILISATION DES ANTIMICROBIENS

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

Les PPC ont mis en place une approche par étape pour éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens d'importance pour les humains (catégories I à III) en réponse à l'importance des antimicrobiens et à la menace que la résistance aux antimicrobiens représente.

La stratégie des PPC reconnaît l'importance de l'utilisation responsable des antimicrobiens en agriculture animale et se concentre seulement sur l'élimination de l'utilisation préventive des antimicrobiens d'importance pour les humains. La stratégie ne touche pas l'utilisation des antimicrobiens aux fins de traitement, l'utilisation préventive des ionophores, ni l'utilisation des anticoccidiens chimiques.

La réussite de la stratégie en matière d'UAM des PPC à ce jour peut être mesurée par la réduction de la résistance aux antimicrobiens (RAM) depuis que l'utilisation préventive des catégories I et II a été éliminée. Cette réussite a été rapportée par le PICRA (Programme intégré canadien de surveillance de la résistance aux antimicrobiens) de l'Agence de la santé publique du Canada – qui révèle que les efforts de réduction de l'industrie ont eu un effet positif sur la réduction des taux de RAM dans les bactéries ciblées.

Les avantages de la réglementation de la gestion de l'offre sont mis en valeur dans la réussite de la stratégie du fait que la stratégie de réduction a été mise en œuvre et appliquée au moyen du Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) des PPC.

Les valeurs clés des PPC en ce qui a trait au développement durable sont les suivantes :

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

La réussite de la stratégie en matière d'UAM des PPC à ce jour peut être mesurée par la réduction de la résistance aux antimicrobiens (RAM) depuis que l'utilisation préventive des catégories I et II a été éliminée.

Pour assurer la réussite à long terme de la stratégie, les PPC travaillent avec les ministères fédéraux pour s'assurer que les producteurs canadiens ont le même accès aux vaccins, aux additifs alimentaires et aux produits pour l'eau avec le même étiquetage que les marchés internationaux. Cette initiative continue, de pair avec d'autres associations commerciales nationales, d'offrir aux producteurs canadiens la possibilité d'être concurrentiels et d'utiliser une variété de produits pour atteindre les objectifs de la stratégie en matière d'UAM.

En 2020, les PPC ont continué d'évaluer la mise en œuvre de l'objectif d'éliminer l'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie III. Tout en tenant compte des aspects cruciaux du bien-être animal et de la durabilité, les PPC ont repoussé l'examen de cet objectif en raison des répercussions de la COVID-19.

Étant donné que les aspects du bien-être animal et de la durabilité demeurent non résolus, les PPC ont repoussé l'objectif original de mise en œuvre en 2020. Ce faisant, les PPC ont réaffirmé que la stratégie demeure une priorité pour le secteur canadien du poulet et que d'autres consultations avec l'industrie continueront de se tenir afin de s'assurer que le secteur adopte une approche responsable et pragmatique dans la réduction de l'utilisation des antimicrobiens.

Voici un aperçu de l'échéancier de la stratégie :

- » L'utilisation préventive des antimicrobiens de catégorie I a été éliminée en 2014, suivie par l'élimination de l'utilisation préventive de la catégorie II à la fin de 2018.
» L'efficacité de cette pratique a été démontrée par le Programme intégré canadien de surveillance de la résistance aux antimicrobiens (PICRA) du gouvernement.
» L'industrie a établi l'objectif de réduire encore davantage l'utilisation des antimicrobiens (UAM) en éliminant l'utilisation préventive de la catégorie III, sous réserve d'une réévaluation de la disposition de l'industrie à apporter un tel changement.
» À la suite d'une réévaluation qui s'est déroulée tout au long de 2019 et de 2020, les Producteurs de poulet du Canada ont réaffirmé leur engagement à l'égard de leur Stratégie sur l'utilisation des antimicrobiens et envers l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie I, II et III.

INITIATIVE DE RÉDUCTION DES AGENTS PATHOGÈNES (IRAP)

Le Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) des PPC vise à promouvoir la production d'aliments sûrs pour la population canadienne, en se concentrant sur la réduction des agents pathogènes à la ferme. Le PSAF demeure un pilier essentiel de la stratégie de réduction des agents pathogènes des producteurs de poulet.

En effet, tous les membres de la chaîne d'approvisionnement du poulet canadien ont concentré leurs efforts sur la réduction des agents pathogènes. L'industrie explore des tactiques pour réduire les agents pathogènes, et s'intéresse particulièrement à Salmonella. L'industrie souhaite évaluer les niveaux actuels d'agents pathogènes, établir des cibles de réduction et cibler et mettre en œuvre des stratégies pour surveiller et réduire les niveaux d'agents pathogènes.

À cette fin, les résultats préliminaires de 2020 de l'Agence de la santé publique du Canada indiquent qu'il y a eu une réduction du nombre de maladies humaines causées par Salmonella enteritidis.

Afin de poursuivre l'initiative de réduction des agents pathogènes, des efforts considérables ont été déployés en 2020 pour déterminer le seuil de référence de la prévalence à la ferme de Salmonella enteritidis partout au Canada. Grâce aux efforts coordonnés de tous les offices provinciaux, des échantillons ont été recueillis dans toutes les provinces, principalement lors des audits à la ferme du PSAF. Étant donné les retards mineurs engendrés par la COVID-19, le projet de surveillance devrait se terminer au début 2021. Ensuite, le travail d'analyse des données et d'évaluation des résultats pourra commencer.

Comme pour la stratégie en matière d'UAM, les PPC demandent aux ministères fédéraux de donner accès aux produits qui ont un effet sur la réduction des niveaux d'agents pathogènes comme Salmonella et d'en permettre l'étiquetage. Les produits de cette nature représentent une autre occasion d'atteindre les cibles du gouvernement fédéral, des gouvernements provinciaux et de l'industrie.

Les gouvernements fédéral et provinciaux ont présenté la réduction des agents pathogènes comme une priorité de la plus haute importance pour les années à venir. Dans l'avenir, les PPC continueront de collaborer avec leurs partenaires de l'industrie et de rencontrer les intervenants du gouvernement pour discuter de cette initiative importante.

NOUVEAU PORTAIL SUR L'UAM POUR LES PRODUCTEURS

Alors que les producteurs de poulet canadiens mettent en œuvre la stratégie en matière d'UAM et concentrent leurs efforts sur la réduction des agents pathogènes, il est important d'examiner les leçons apprises des autres producteurs et les nouvelles occasions. Pour s'y retrouver dans ces enjeux, les PPC ont déployé une nouvelle plateforme Web sur le site producteursdepoulet.ca.

Le Portail de ressources pour les producteurs a été lancé en 2020 et propose une variété de sujets associés à la réduction des antimicrobiens et des agents pathogènes. Le contenu comprend des revues sur l'UAM, des articles de sources de l'industrie utiles à la réduction de l'UAM et des agents pathogènes, et des histoires de producteurs sur leurs leçons apprises en lien avec la réduction de l'UAM.

Des études de cas informatives et même une série de balados explorent les occasions qui existent pour réussir à bien mettre en œuvre ces stratégies.



SALUBRITÉ DES ALIMENTS

Le Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) des PPC continue de représenter le dur labeur quotidien des producteurs d'un océan à l'autre pour promouvoir la production d'aliments sûrs.

Malgré les perturbations de la COVID-19, les audits à la ferme et la surveillance de la mise en œuvre du PSAF se sont poursuivis en 2020. Le PSAF est un programme coordonné géré en collaboration par les PPC et les offices provinciaux.

Le PSAF a été officiellement reconnu par les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, et les PPC continuent de mener des audits et des examens afin de maintenir cette reconnaissance. Dans le cadre de ce processus, les PPC doivent effectuer un examen du modèle HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point [analyse des risques et maîtrise des points critiques]) et du Manuel du producteur au moins tous les 36 mois. Le manuel actuel des PPC a été publié en 2013 et des mises à jour relatives à l'UAM ont été apportées en 2017.

Les PPC ont effectué une mise à jour de l'examen du PSAF en 2020 en examinant la littérature scientifique, en intégrant des intervenants à l'examen et en explorant différentes options pour atteindre les objectifs en matière de salubrité des aliments.

Parmi les changements proposés à la mise à jour du manuel, on compte l'harmonisation aux réglementations gouvernementales actuelles, la clarification des exigences actuelles, la réduction du chevauchement avec le Programme de soins aux animaux et une plus grande souplesse quant aux options de nettoyage, de désinfection et de période de vide sanitaire.

Ces propositions seront présentées aux administrateurs des PPC aux fins de considération au début de 2021. Elles seront ensuite soumises à l'Agence canadienne d'inspection des aliments aux fins d'examen et d'approbation afin de maintenir la reconnaissance du PSAF. Lorsque ces processus seront terminés, le nouveau manuel sera distribué aux fins de mise en œuvre. Les producteurs et les intervenants continueront d'être informés de ces mises à jour en 2021.

Malgré les perturbations de la COVID-19, les audits à la ferme et la surveillance de la mise en œuvre du PSAF se sont poursuivis en 2020.

SOINS AUX ANIMAUX, RECHERCHE AVICOLE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



Le Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* est en place depuis 2009 et demeure le seul programme permettant de veiller à ce que les normes des soins aux animaux soient mises en œuvre et vérifiées dans toutes les fermes d'élevage de poulets au Canada.

- » Le programme se fonde sur le Code de pratiques et a obtenu la reconnaissance du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE).
- » Des audits annuels dans les fermes ainsi que des audits par un tiers assurent la responsabilisation de chaque ferme.
- » Le programme est obligatoire dans les 10 provinces, et des mesures d'application rigoureuses sont mises en place en cas de non-conformité.
- » Le programme est examiné régulièrement et s'améliore et évolue sans cesse.

CNSAE

Le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) est le chef de file national en matière de bien-être et de protection des animaux d'élevage au Canada. Il détermine les normes nationales de bien-être animal en se fondant sur les plus récentes données scientifiques et expériences pratiques. Le CNSAE est le seul organisme au monde qui réunit des groupes voués au bien-être des animaux, des agences d'exécution, des gouvernements et des éleveurs dans le cadre d'un modèle de prise de décisions concertées pour faire progresser le bien-être des animaux d'élevage.

Les Producteurs de poulet du Canada sont membres du CNSAE depuis 2006, et Nicholas de Graaf, l'administrateur de la Nouvelle-Écosse, est le représentant des PPC au conseil d'administration du CNSAE.

Le processus de révision du Code de pratiques pour le transport du bétail et de la volaille s'est poursuivi en 2020. La révision du code a commencé en 2018 à

la suite d'un examen scientifique complet des enjeux de bien-être prioritaires et devrait se terminer au printemps 2023. Il s'agit d'un projet complexe qui inclut de nombreuses filières et qui requiert l'expérience et l'expertise de nombreux intervenants. Les PPC participent activement à deux groupes de travail : le Groupe de travail sur la capture et le transport de la volaille et le Groupe de travail sur le transport dans les couvoirs. De plus, Nick de Graaf est le représentant du secteur de la volaille qui siège au Comité général d'élaboration du code sur le transport, le comité décisionnel. La mise à jour du Code de pratiques sur le transport doit être complétée en 2023.

AUDITS PAR UN TIERS

Les Programmes de soins aux animaux et de salubrité des aliments à la ferme *Élevé par un producteur canadien* sont audités de manière indépendante par NSF International. NSF est un organisme de certification tiers reconnu à l'échelle internationale qui est agréé auprès de l'American National Standards Institute pour la norme ISO 17065 et qui utilise les auditeurs certifiés de la PAACO (Professional Animal Auditor Certification Organization).

Chaque année, des audits par un tiers sont réalisés au bureau national, dans trois à quatre des offices provinciaux et dans un échantillon de fermes de chaque province. En outre, les auditeurs à la ferme des PPC sont évalués. Depuis mars 2020, la plupart des offices provinciaux ont temporairement cessé les audits à la ferme et ont limité la planification des audits en présence de témoins de NSF. Les audits des PPC pour le Programme de soins aux animaux et le Programme de salubrité des aliments à la ferme se sont poursuivis, ainsi que ceux des offices provinciaux du Manitoba, du Québec et du Nouveau-Brunswick.

Les audits des PPC pour le Programme de soins aux animaux et le Programme de salubrité des aliments à la ferme se sont poursuivis, ainsi que ceux des offices provinciaux du Manitoba, du Québec et du Nouveau-Brunswick.

La mise à jour du Code de pratiques sur le transport doit être complétée en 2023.

L'audit partiel des PPC par NSF International s'est tenu le 13 novembre et aucune action corrective n'en a découlé. Les audits des offices provinciaux ont été réalisés en octobre et en décembre. Tous les audits par un tiers à la ferme ont dû être reportés et seront réalisés en 2021.

Pour la cinquième année consécutive, les évaluations de NSF du Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* ont démontré la crédibilité du programme et ont donné aux transformateurs, détaillants et restaurateurs la confiance requise pour appuyer une approche nationale unique.

Étant donné le report des audits à la ferme en raison de la COVID, et grâce à l'expérience de NSF des quatre dernières années avec l'utilisation des Google Glass® pour réaliser les audits des transformateurs alimentaires, un projet pilote a été prévu pour évaluer les Google Glass® avec le système EyeSucceed® en remplacement des audits en présence de témoins à la ferme. La cybersécurité, la fonctionnalité à la ferme et la comparaison des audits virtuels et en personne seront les trois principaux éléments évalués. Les simulations d'audits en présence de témoins devraient être réalisées en janvier 2021.

Si le système est jugé sécuritaire et efficace, ce projet pilote pourrait mener au remplacement des audits en personne de NSF par des audits virtuels lorsque les audits en personne ne sont pas réalisables. Cela souligne l'importance de rétablir les audits à la ferme et notre engagement à restaurer la capacité en matière d'audits à la ferme.

RECHERCHE SUR LA VOLAILLE

Les PPC sont un membre fondateur du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC), qui encourage l'innovation, la science et l'éducation en matière de recherche avicole. Depuis sa création, plus de 8,5 millions de dollars en contributions des membres ont appuyé la recherche, et ces contributions ont eu un effet de levier de plus de 40 millions de dollars. Les PPC ont investi plus de 400 000 \$ pour la recherche avicole en 2020 et s'engagent à égaler cette somme pour les années à venir. Au printemps 2020, Rick Kaptein, de l'Ontario, a passé le flambeau de représentant des PPC au conseil d'administration du CRAC à Ray Nickel, de la Colombie-Britannique.

GRAPPE DE LA SCIENCE AVICOLE III

Grâce à la troisième ronde de financement de grappe scientifique – cofinancée par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) – le secteur avicole du Canada bénéficie d'un investissement de 12 millions de dollars en projets de recherche. En tout, 12 universités canadiennes, deux stations de recherche d'AAC et

Depuis la création du CRAC, plus de

8,5 millions \$

en contributions des membres ont appuyé la recherche, et ces contributions ont eu un effet de levier de plus de

40 millions \$

Les PPC ont investi plus de

400 000 \$

pour la recherche avicole en 2020 et s'engagent à égaler cette somme pour les années à venir

plus de 55 chercheurs différents sont engagés dans ces projets. Les projets financés par ce programme quinquennal (2018–2023) portent sur ces questions :

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

Une initiative clé qui est née de cette grappe est le Transfert des connaissances et des technologies (TCT) découvertes lors de recherche dans le cadre de la Grappe de la science avicole. Dirigé par le Conseil de l'industrie avicole, le TCT vise à améliorer la communication entre les chercheurs et les organismes avicoles du Canada. Un site Web présentant les résultats des projets de la grappe peut être consulté [ici](#). Le site présente actuellement des articles de recherche écrits pour certains de ces projets et d'autres sont en développement.

Le nouveau site bilingue est destiné à toute personne s'intéressant aux résultats de recherche : producteurs, industrie, chercheurs et étudiants. Les projets sont classés selon les secteurs d'intérêt mentionnés plus tôt. Dans chaque secteur, les utilisateurs peuvent filtrer l'information afin de voir les recherches qui concernent les reproducteurs, les poules pondeuses, les poulets de chair, les dindons, les couvoirs, les transformateurs, ou tout voir.

Pour la cinquième année consécutive, les évaluations de NSF du Programme de soins aux animaux *Élevé par un producteur canadien* ont démontré la crédibilité du programme et ont donné aux transformateurs, détaillants et restaurateurs la confiance requise pour appuyer une approche nationale unique.



CHAIRE DE RECHERCHE IRAA

En 2018, les PPC ont uni leurs efforts à ceux de l'Institut de recherche avicole de l'Atlantique, l'Université Dalhousie et la province de la Nouvelle-Écosse pour créer un poste de titulaire de la Chaire de recherche de l'industrie axée sur la réduction durable des antibiotiques. Depuis, la Dre Deborah Adewole occupe le poste de titulaire de la Chaire de recherche de l'industrie avicole à la faculté d'agriculture de l'Université Dalhousie, à Truro, en Nouvelle-Écosse. La Dre Adewole est principalement responsable de la recherche et du développement technologique en nutrition et en nutriginomique, en lien avec la production de poulets sans antibiotiques.

Les objectifs du programme sont les suivants :

1. Étudier l'effet prébiotique des ingrédients riches en fibres sur l'amélioration de la fonction intestinale des poulets de chair.
2. Faire des recherches sur l'utilisation d'extraits phyto-géniques et d'autres substances bioactives dans la prévention des infections et des myopathies chez la volaille.
3. Étudier les voies d'administration des composés bioactifs (probiotiques, huiles essentielles, et acides organiques) pour améliorer la santé intestinale des poulets de chair.
4. Surveiller les agents pathogènes entériques et leur résistance aux antibiotiques dans les fermes de poulets de chair au Canada atlantique et leur lien avec la santé des troupeaux.

La Dre Adewole est la chercheuse principale de nombreux projets qui visent à faire état des stratégies alimentaires ayant pour but de réduire l'utilisation des antibiotiques dans la production de poulet. La recherche menée sous la supervision de la Dre Adewole pourrait résoudre des enjeux importants pour l'industrie canadienne du poulet de chair.

Voici les projets de recherche presque terminés et devant commencer l'an prochain :

- » Les stratégies nutritionnelles pour prévenir le stress oxydatif dans les myopathies des stries blanches (SB) et des filets de bois (FB) chez les poulets de chair.
- » L'administration in ovo de substances bioactives pour favoriser la santé intestinale des poulets de chair élevés sans antibiotiques.
- » Les effets prébiotiques des fibres alimentaires sur la santé intestinale des poulets de chair.
- » L'effet de l'extrait de cornouiller stolonifère (*Cornus stolonifera*) sur le microbiote intestinal, la morphologie, la réponse immunitaire et la prévalence de *Salmonella* chez les poulets de chair exposés à *Salmonella enteritidis*.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

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

INDICE NATIONAL SUR LE RENDEMENT AGROALIMENTAIRE

L'analyse du cycle de vie (ACV) réalisée en 2018 a fourni des renseignements utiles pour les secteurs de la volaille à propos de leurs forces et des aspects à améliorer. En 2020, afin de réaffirmer leur dévouement à l'amélioration continue, les PPC se sont joints à une coalition de partenaires du secteur agroalimentaire canadien afin d'élaborer un indice national sur le rendement agroalimentaire – un ensemble d'indicateurs de rendement et de progrès visant à maintenir le rôle de leader de confiance que joue le Canada dans l'industrie alimentaire mondiale. Dans le cadre de ce nouveau partenariat, les PPC participeront à un dialogue afin d'élaborer les normes utilisées par les intervenants du secteur agroalimentaire afin d'assurer la compétitivité sectorielle, de démontrer les avantages pour la société et d'améliorer les politiques.

En ce qui a trait à la durabilité environnementale, l'empreinte carbone du poulet canadien est inférieure à celle des autres élevages produits en Amérique du Nord. Et il ne s'agit là que de l'une des conclusions positives issues de l'analyse du cycle de vie complétée en 2018, une analyse qui a fourni une évaluation exhaustive du rendement environnemental et social de notre industrie. La promotion de ces résultats et d'autres résultats clés de l'étude a été l'une de nos priorités en 2019, notre objectif étant de continuer à communiquer aux détaillants, restaurateurs et consommateurs la valeur qu'offre la marque *Élevé par un producteur canadien* et de maintenir la confiance du public.

Pour ce faire, des vidéos et éléments infographiques ont été créés en 2019 et promus dans les médias sociaux en 2020. De nombreux publiereportages et publipostages électroniques ont été rédigés et publiés dans des revues destinées au secteur du détail et de la restauration en 2020, en plus de la diffusion d'un balado sur la durabilité du poulet canadien ([cliquez ici](#)).

RÉPERCUSSIONS ENVIRONNEMENTALES DE LA CROISSANCE LENTE

En se fondant sur une étude menée par Elanco Animal Health en 2016 – *The Sustainability Impacts of Slow-Growing Broiler Production in the U.S.* (Les répercussions sur la durabilité de la production de poulets de chair à croissance lente aux États-Unis) – les PPC ont travaillé avec plusieurs offices provinciaux pour estimer les répercussions environnementales qu'aurait la transition d'un tiers de la production canadienne du poulet de chair vers une race à croissance lente. Les estimations de ce modèle ont été utilisées pour rédiger des messages clés destinés aux services alimentaires et aux détaillants.

En voici quelques-unes :

- » **668 509 777 litres** supplémentaires d'eau consommée par année si le tiers de la production du poulet de chair canadienne passait au poulet à croissance lente;
- » **212 527 411 kg** supplémentaires de moulée consommée par année;
- » **393 242 406 kg** de fumier additionnel produit par année;
- » **103 776 acres** de terres additionnelles nécessaires à la culture des aliments.

En ce qui a trait à la durabilité environnementale, l'empreinte carbone du poulet canadien est inférieure à celle des autres élevages produits en Amérique du Nord.

Poulets à croissance lente
IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

Qu'est-ce qu'un oiseau à croissance lente?
Il s'agit essentiellement d'une race de poulet dont la croissance est prolongée d'environ deux semaines par rapport à un poulet conventionnel.

Les élevages conventionnels utilisés par l'industrie avicole produisent de manière durable, des poussins en santé dont le bien-être n'est à aucun moment compromis.

TOUTEFOIS, IL EXISTE UNE CRAINTE JUSTIFIÉE QUE LA MISE EN ŒUVRE GÉNÉRALISÉE DE PRODUCTION DE POULETS À GRILLER À CROISSANCE LENTE AU CANADA AIT DES RÉPERCUSSIONS NÉGATIVES IMPORTANTES SUR L'ENVIRONNEMENT ET SUR LE PRIX DES PRODUITS ET DOIVÊTRE ÉVALUÉE AVEC PRUDENCE.

Une consommation supplémentaire de **668 509 777 litres d'eau par année**
De quoi remplir **267 piscines olympiques**, ou **4 000 000 baignoires**

Une consommation supplémentaire de **212 527 411 kg** d'aliments pour animaux, par année
Ce qui équivaut à un poids **20 fois** celui de la tour Eiffel et à la **masse de près de 2** tours du CN

Une production supplémentaire de **393 243 406 kg** de fumier par année
De quoi remplir **157 piscines olympiques**, soit une production de **1 077 379 kg** par jour

Une superficie supplémentaire de **103 776** acres serait requise pour la production d'aliments pour animaux
Cela représente **4 520 482 560** pieds carrés, soit **300 000** patinoires de hockey de taille moyenne

Vous avez le choix entre la volaille à croissance lente, biologiques, les poulets élevés en parcours libre, les poulets nourris au grains végétariens, les poulets de races spéciales ou les poulets conventionnels. En proposant ces choix, nous pouvons maintenir notre excellent bilan environnemental et continuer à fournir aux consommateurs un produit excellent, nutritif et polyvalent.

CONSOMMATION



L'objectif de ce RSC est d'accroître la demande des consommateurs pour du poulet canadien de façon durable. Pour arriver à cet objectif, il importe de mieux comprendre les consommateurs, les valeurs qu'ils chérissent et les tendances changeantes qui les concernent. Le RSC : 1) s'appuiera sur le succès de la marque *Élevé par un producteur canadien*; 2) permettra à la chaîne de valeur de l'industrie de répondre aux désirs et aux besoins évolutifs des consommateurs; 3) mènera à une croissance durable constante. Le but est que le poulet demeure la protéine de viande préférée au Canada, le premier choix des consommateurs et le choix le plus fiable.

PROGRAMME DE LA MARQUE *ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN*

La marque *Élevé par un producteur canadien* continue de prendre de plus en plus de place dans le cœur et l'esprit des consommateurs canadiens. D'après notre sondage auprès des consommateurs réalisé en 2020, la notoriété du logo a augmenté de manière constante entre 2015 et 2019. Bien qu'elle n'ait pas augmenté cette année, les niveaux de notoriété pour 2019 et 2020 sont statistiquement supérieurs à ceux de n'importe quelle autre année. De plus, conformément à notre objectif de 2020, d'un point de vue démographique, les personnes de la génération du millénaire sont le groupe d'âge qui reconnaît le plus le logo.

Nous continuons de diffuser quatre campagnes publicitaires annuelles à la télévision, et sur les plateformes numériques et imprimées. La cote de sympathie générée par notre présente campagne publicitaire est considérable, atteignant presque 80 %. À l'instar des autres années, 87 % des Canadiens qui ont vu l'annonce croient qu'il est important que le poulet canadien soit étiqueté comme tel. Les trois quarts sont d'avis qu'il est important pour eux d'acheter du poulet canadien, élevé par des producteurs en qui ils peuvent avoir confiance.

Nos initiatives traditionnelles de publicité incluaient quatre phases de publicité télévisée et numérique,

qui ont rehaussé le profil de la marque à l'échelle du Canada. Les consommateurs se sont intéressés à la marque par l'entremise de concours, dans les médias sociaux et d'autres plateformes numériques. De plus, le nombre d'abonnés à nos bulletins destinés aux consommateurs s'élève à plus de 74 000.

Les éléments créatifs de la marque *Élevé par un producteur canadien* ont encore été utilisés en 2020 afin d'en étendre le rayonnement au-delà de notre principal public cible, à savoir les femmes de 25 à 54 ans, et de continuer d'inclure les personnes de la génération du millénaire. L'objectif était également de développer une image plus contemporaine et plus distinctive dans le but de favoriser la valorisation constante de la marque.

La nouvelle création publicitaire a été diffusée à l'échelle nationale dans trois organes de presse, soit Rogers Media, Québecor Groupe Média (TVA) et Ricardo Media, en misant sur de multiples plateformes intégrées : télévision, numérique, marketing par courriel et médias imprimés.

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

La marque certifie l'origine et la qualité du produit – mais maintenant, quand les consommateurs optent pour du poulet arborant notre logo, ils savent qu'ils obtiennent le meilleur de ce qu'offrent leurs producteurs locaux.

Les consommateurs se sont intéressés à la marque par l'entremise de concours, dans les médias sociaux et d'autres plateformes numériques. De plus, le nombre d'abonnés à nos bulletins destinés aux consommateurs s'élève à plus de **74 000.**

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

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

Durant nos initiatives publicitaires de la mi-année, nous avons élargi la campagne afin de cibler le marché du confinement lié à la COVID-19. La campagne était axée sur la télévision et les plateformes d'actualité numériques afin d'atteindre un nouveau segment de marché pour les PPC - les adultes de 25 à 54 ans, en tirant profit de l'augmentation du nombre de Canadiens qui regardent les émissions d'actualité d'après les habitudes de consommation liées à la COVID-19. Ce groupe cible a été atteint grâce à des émissions d'actualité en anglais

et en français sur la chaîne de nouvelles de CTV, les vidéos sur demande et le réseau CTV et la chaîne de nouvelles 24/7 de TVA, LCN. Nos groupes cibles traditionnels, c'est-à-dire les femmes de 24 à 54 ans et les adultes de 18 à 34 ans, ont été atteints par l'entremise de TVA et des chaînes de spécialité de Corus.

Ces publicités, et d'autres, sont aussi disponibles sur la chaîne YouTube des Producteurs de poulet du Canada : www.youtube.com/user/chickenfarmers1/featured - cliquez sur les listes de lecture pour les voir par catégorie.

Dans le cadre de l'expansion de la marque, nous avons également alloué des fonds à la croissance de notre présence sur les médias sociaux. Une campagne de quatre mois sur Instagram, qui a été diffusée d'août à novembre, a été créée avec le mot-clic #defipouletcan. Les PPC ont recruté trois différents influenceurs par mois sur Instagram pour concocter des recettes de poulet, mettre en vedette le logo de la marque et expliquer à leurs abonnés pourquoi ils devraient choisir d'acheter des produits arborant le logo, en plus de présenter des messages clés sur l'industrie.

Ils ont aussi organisé chaque mois un concours dont le prix était un chèque-cadeau de 500 \$. Leurs abonnés devaient suivre le compte Instagram chickendotca pour être admissibles au concours. Conformément à notre objectif, la majorité des influenceurs étaient des hommes, puisque nous avons saisi cette occasion pour élargir la portée de notre audience actuelle, c'est-à-dire les femmes de 25 à 54 ans. La campagne a connu un grand succès, et nous avons reçu de nombreux commentaires positifs.

Voici quelques exemples de publicités de 15 secondes :

Poulet et riz... tellement exquis

Publicité de 15 secondes des Producteurs de poulet du Canada 2020 (Anglais seulement)



PARTICIPANTS AU PROGRAMME DE MARQUE

À ce jour, nous avons 40 participants à notre programme de marque qui utilisent activement le logo.



ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES



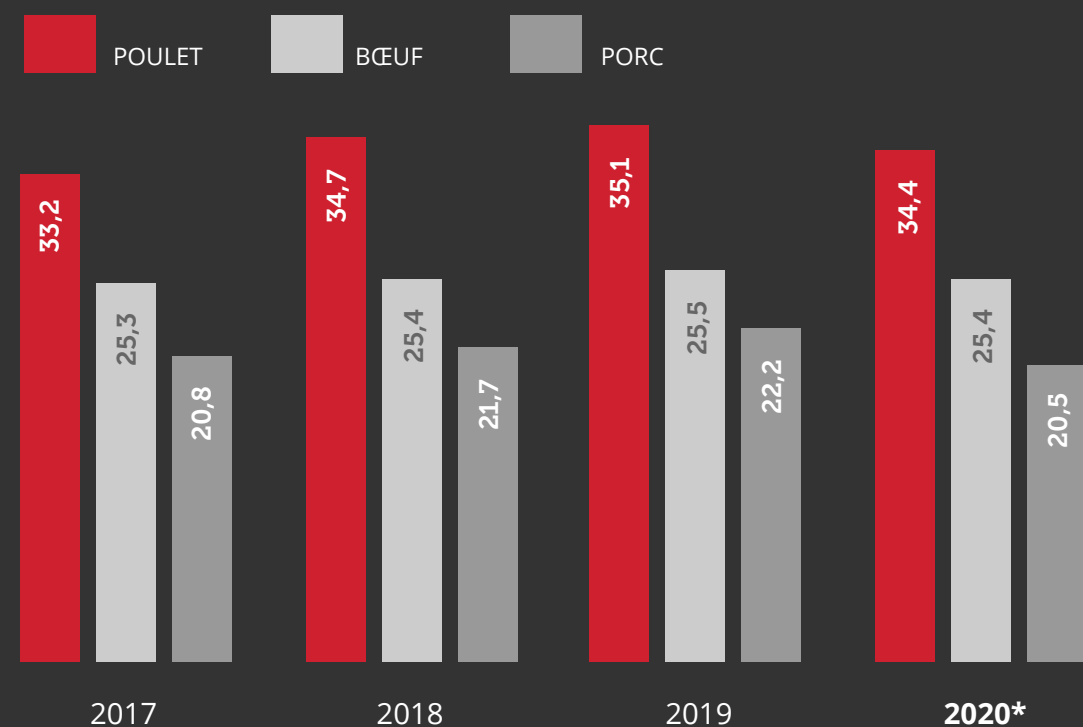
SURVEILLANCE DU MARCHÉ

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 272 millions de kg (Mkg) de poulet en 2020. Après dix ans de croissance continue, l'industrie canadienne du poulet a connu une diminution de 2 % par rapport à 2019 en raison de la pandémie de la COVID-19.

Les estimations préliminaires montrent qu'en 2020, la consommation de poulet par habitant a été de 34,4 kg, ce qui correspond à une diminution de 0,7 kg par rapport à l'année précédente. Simultanément, la consommation par habitant estimée était de 25,4 kg pour le bœuf, soit 0,1 kg de moins qu'en 2019, et de 20,5 kg pour le porc, une baisse de 1,7 kg par rapport à l'année précédente.

En 2020, le prix vif moyen payé aux producteurs canadiens était de 1,615 \$/kg, soit une hausse de 0,028 \$ comparativement à 2019. En date du 1^{er} janvier 2020, les stocks de poulet congelés s'élevaient à 56,4 Mkg, et les stocks de clôture pour l'année se sont établis à 59,1 Mkg. Les volumes de stocks en entrepôt montrent habituellement des tendances saisonnières standards; ils sont à leur plus faible niveau entre mai et septembre et atteignent un sommet au début et à la fin de l'année. Cependant, en raison de la pandémie, les stocks en mai et juin 2020 ont été les deuxième et troisième plus élevés (57,3 Mkg et 57,2 Mkg, respectivement) puisque la chute soudaine de la demande des services alimentaires a forcé le placement d'une grande quantité de produits en entrepôt frigorifique.

Consommation par habitant (kg)



* Estimation

Après dix ans de croissance continue, l'industrie canadienne du poulet a connu une **diminution de 2 %** par rapport à 2019 en raison de la pandémie de la COVID-19.

PRODUCTION PROVINCIALE

Il y a eu huit périodes en 2020, allant de la période A-160 (24 novembre 2019 au 18 janvier 2020) à la période A-167 (20 décembre 2020 au 13 février 2021). Les allocations nationales vs les allocations de base ont varié de 10,5 % sous la base pour la période A-163 (10 mai 2020 au 4 juillet 2020) à 3 % au-dessus de la base pour la période A-161 (19 janvier 2020 au 14 mars 2020). Les allocations pour les périodes A-163 à A-167 ont été fortement touchées par la pandémie de la COVID-19 et les enjeux connexes liés à la demande et à la capacité des usines. Les coupes les plus importantes ont été faites au cours des périodes A-163 et A-164, où les allocations ont été fixées sur une base régionale. Les ajustements ont été plus importants dans le centre et l'est du Canada que dans les provinces de l'ouest.

Les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 272 Mkg de poulet en 2020. Cela représente une diminution de 2 % (26,2 Mkg) par rapport à l'année précédente. La production en vertu de la Politique d'expansion du marché des Producteurs de poulet du Canada (PPC) a été estimée à 38,4 Mkg, ce qui représente une diminution de 2,1 Mkg par rapport à 2019. Par ailleurs, 9,4 Mkg de poulet ont été produits dans le cadre du Programme de production de spécialité, nombre qui demeure inchangé par rapport à l'an dernier.

Les changements sur 12 mois de la production mensuelle montrent clairement l'impact de la COVID-19 sur l'industrie. La production n'a augmenté que durant les quatre premiers mois, comparativement à 2019. Mars 2020 a connu la plus forte augmentation de production mensuelle, soit une hausse de 4,6 % par rapport à mars 2019. En raison des coupes effectuées dans les allocations, la production a été à son plus bas durant les mois d'été, qui sont habituellement la période de l'année où la production est la plus élevée.

PRIX À LA PRODUCTION

En 2020, la moyenne pondérée du prix vif qu'ont reçu les producteurs a été de 1,615 \$ par kilogramme, ce qui représente une hausse de 0,028 \$ par rapport à 2019. Au niveau national, jusqu'à la période A-166, les prix vifs ont été les plus élevés de mai à août, atteignant un sommet à 1,629 \$ durant la période A-164 (5 juillet 2020 au 29 août 2020). En revanche, c'est pendant l'automne et l'hiver que les prix vifs ont été les plus faibles, la période A-165 ayant affiché le plus faible prix à 1,594 \$.

Le prix de la moulée fait partie des principaux coûts des intrants associés à la production de poulet, et les fluctuations dans les prix du maïs, du soya et des autres grains se traduisent par des changements au prix à la production. Le prix de la moulée a été stable jusqu'à l'automne, lorsque le prix du maïs et du soya a commencé à augmenter drastiquement en raison de la demande en exportation exceptionnelle pour le maïs et le soya des États-Unis. Les répercussions de ces augmentations entraîneront une hausse du prix à la production à partir de la période A-167.

PRIX DE GROS

Express Markets Inc. (EMI), une compagnie de recherche des prix, fournit un indice des prix de gros pour quatre principales catégories de coupes de poulet : poitrines, ailes, cuisses et poulets entiers, ainsi qu'un indice composite du marché. En moyenne, l'indice composite du marché s'est établi à 3,55 \$/kg en 2020, soit une baisse de 0,06 \$ par rapport à 2019. C'est l'indice poitrines qui a connu la baisse la plus considérable (0,30 \$), pour atteindre 5,18 \$/kg, tandis que l'indice poulets entiers a diminué légèrement de 0,01 \$ pour une moyenne de 3,73 \$/kg en 2020. L'indice ailes a augmenté de 0,261 \$ par rapport à 2019 en raison de la forte demande des services alimentaires et des enjeux d'importation relatifs à la COVID. L'indice cuisses a augmenté de 0,03 \$/kg par rapport à 2019 et s'est établi en moyenne à 2,52 \$/kg en 2020.

Production provinciale de poulet (000 kg éviscérés)

Province	2020	2019	% variation
Colombie-Britannique	186 853	187 216	-0,19 %
Alberta	127 279	127 198	0,06 %
Saskatchewan	47 955	47 212	1,57 %
Manitoba	52 182	52 911	-1,38 %
Ouest	414 269	414 537	-0,06 %
Ontario	428 736	438 747	-2,28 %
Québec	333 354	347 342	-4,03 %
Centre	762 089	786 089	-3,05 %
Nouveau-Brunswick	33 808	33 251	1,68 %
Nouvelle-Écosse	41 062	42 727	-3,90 %
Île-du-Prince-Édouard	4 498	4 428	1,58 %
Terre-Neuve-et-Labrador	15 823	16 693	-5,21 %
Atlantique	95 191	97 097	-1,96 %
CANADA	1 271 549	1 297 724	-2,02 %

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

Province	Allocation de base (Mkg)	Allocation nationale (Mkg)	% de croissance au-dessus de la base
Colombie-Britannique	210,3	208,6	-0,83 %
Alberta	150,8	150,4	-0,26 %
Saskatchewan	52,5	52,0	-1,08 %
Manitoba	61,5	60,8	-1,00 %
Ontario	519,9	509,8	-1,95 %
Québec	401,7	392,5	-2,29 %
Nouveau-Brunswick	41,2	40,1	-2,57 %
Nouvelle-Écosse	51,6	50,2	-2,59 %
Île-du-Prince-Édouard	5,5	5,4	-2,22 %
Terre-Neuve-et-Labrador	20,3	19,8	-2,53 %
CANADA	1 515,2	1 489,6	-1,69 %

* Périodes A160-A167

Le prix de toutes les coupes a encaissé un coup dur au début de la pandémie, alors que presque tout le pays s'est retrouvé en confinement et que les ventes des services alimentaires ont fortement diminué. Les

prix sont repartis à la hausse au printemps et à l'été et ont diminué de façon saisonnière vers la fin de l'année, à l'exception du prix des ailes qui est demeuré exceptionnellement élevé pendant le reste de l'année.

PRIX DE DÉTAIL

Les prix de la viande au détail ont connu des hauts et des bas en 2020. Dans les premières semaines de la pandémie, la demande et les ventes au détail ont fait un bond, lorsque les restaurants ont fermé et sont passés en mode livraison et commandes à emporter. Comme les produits destinés à la restauration n'étaient pas conditionnés de manière appropriée pour la vente au détail, les fournisseurs ont eu besoin de temps pour se rééquiper et ajuster leur offre de produits. De nombreuses usines de production de bœuf, de porc et de poulet ont dû réduire leur capacité, ce qui a influé sur la gamme de produits, et certaines usines ont dû fermer leurs portes temporairement. Les prix du poulet étaient à leur plus bas durant les mois d'été, alors que les prix du bœuf et du porc étaient en forte hausse.

Selon Statistique Canada, le prix de détail moyen du poulet en 2020 était de 7,43 \$/kg, soit 0,01 \$ de moins que le prix rapporté en 2019. Les prix ont augmenté durant le premier trimestre de 2020, mais ont chuté dans les trois mois suivants. Durant cette période, de nombreuses usines de bœuf et de porc ont dû fermer temporairement, ce qui a entraîné certains problèmes d'approvisionnement et la mise en valeur accrue des produits de poulet par les détaillants.

Les prix de détail rapportés par Statistique Canada pour le porc font état de la situation pour le bacon et les côtelettes de porc. Le prix moyen des côtelettes de porc a été de 11,99 \$/kg, soit 0,01 \$ de plus qu'en 2019. Simultanément, 500 grammes de bacon ont coûté 7,15 \$ aux consommateurs canadiens, ce qui représente une hausse de 0,03 \$ par rapport à 2019.

Les prix au détail du bœuf ont affiché une hausse, à la fois pour les coupes haut de gamme comme le bifteck de surlonge et la côte, et pour les coupes moins chères comme le bifteck de ronde, la palette et le bœuf haché. La côte, soit la coupe la plus chère parmi

Les prix ont augmenté durant le premier trimestre de 2020, mais ont chuté dans les trois mois suivants. Durant cette période, de nombreuses usines de bœuf et de porc ont dû fermer temporairement, ce qui a entraîné certains problèmes d'approvisionnement et la mise en valeur accrue des produits de poulet par les détaillants.

celles faisant l'objet d'une surveillance par Statistique Canada, a coûté en moyenne 35,70 \$/kg en 2020, soit 3,05 \$ (9,3 %) de plus qu'en 2019. Le bœuf haché, qui est la coupe de bœuf la plus abordable parmi celles rapportées, s'est vendu en moyenne à 11,75 \$/kg, c'est-à-dire 0,34 \$ (3 %) plus cher que l'année précédente.

En 2020, l'indice des prix à la consommation (IPC) pour le poulet frais et congelé a été en moyenne de 169,8, soit une hausse de 5,4 points par rapport à 2019. L'IPC de toutes les viandes, à l'exception de la dinde, a connu une hausse significative en 2020. L'IPC du bœuf a augmenté de 12 points et celui du porc, de 6,8 points, portant l'indice moyen annuel à 196,3 et 149,2, respectivement.

IMPORTATIONS

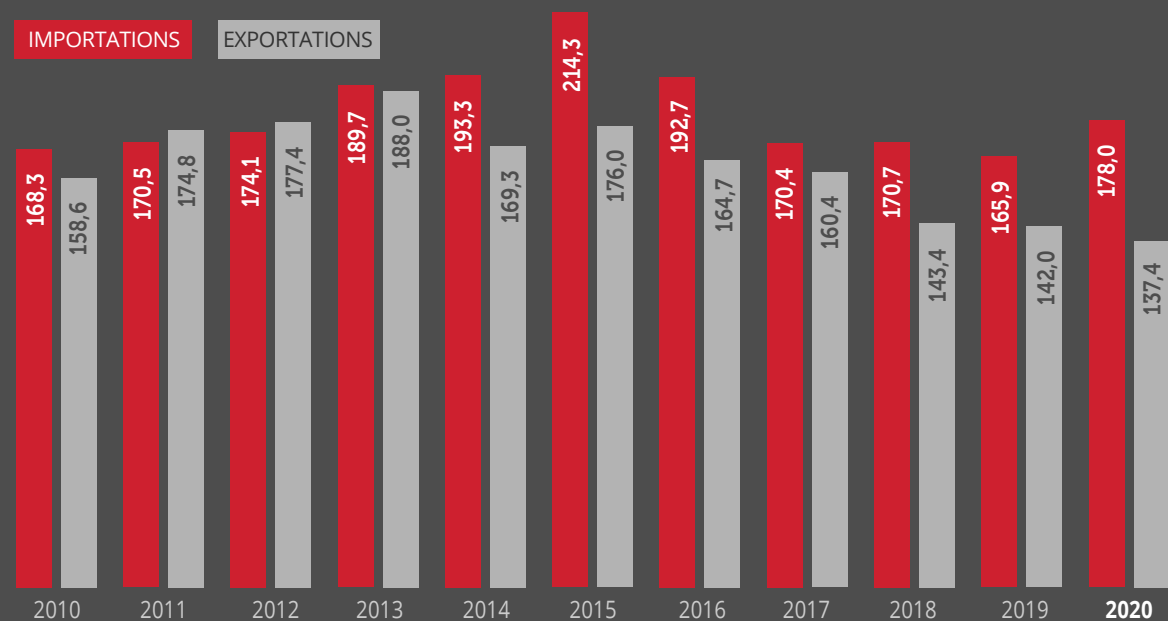
Administré par Affaires mondiales Canada (AMC), le contingent tarifaire (CT) pour 2020 a été établi à 91,9 Mkg, avec une retenue de 0,5 Mkg, donnant un volume total de 91,4 Mkg. Le volume réel des importations en vertu du CT a atteint 90,6 Mkg.

Les morceaux de poulet désossé représentaient 39 % du volume total importé en 2020, tandis que les morceaux de poulet non désossé représentaient 42 %. Pour sa part, le poulet transformé comptait pour 18 % du volume total, tandis que le poulet vif et le poulet entier éviscéré représentaient des volumes marginaux. Les importations ont connu un léger mouvement des produits de poulet désossé vers les produits de poulet non désossé en raison de problèmes de capacité de désossage aux États-Unis.

Les États-Unis sont le plus important exportateur de poulet vers le Canada en vertu du CT à 61,8 Mkg, représentant 68,2 % des émissions totales de CT. Des permis d'importation en provenance des États-Unis totalisant 22,9 Mkg ont été émis en vertu de l'ACEUM après l'entrée en vigueur de l'accord le 1^{er} juillet 2020. Comme par les années passées, le Brésil et la Thaïlande sont au deuxième et troisième rang des exportateurs de poulet en importance vers le Canada à 13 % et 10 % respectivement, mais les quantités étaient inférieures à celles des années passées en raison de problèmes de logistique liés à la COVID. Quatre pays européens (Hongrie, Allemagne, Grande-Bretagne et Belgique) totalisent ensemble 9 % des permis de CT. Le Canada a également importé de petites quantités de l'Argentine, du Chili et d'Israël en 2020.

AMC a aussi pour mandat d'administrer et de surveiller le Programme d'importation pour réexportation (PIR). Ce programme permet à l'industrie de la surtransformation d'importer du poulet en franchise de droits pourvu que ce dernier soit surtransformé et que le produit soit ensuite exporté. En 2020, 23,3 Mkg de poulet ont été importés en vertu du PIR, soit une augmentation de 3,7 Mkg par rapport à 2019.

Importations et exportations de poulet canadien (Mkg, AAC)



L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) administre un programme similaire appelé le Programme d'exonération des droits (PED). Les participants à ce programme sont autorisés à importer du poulet et ont quatre ans pour le réexporter en tant que produit surtransformé. Les volumes importés en vertu du PED ont diminué de manière constante depuis le pic atteint en 2015, passant de 96,3 Mkg à 25,2 Mkg en 2019, mais ont augmenté de 13 % en 2020 pour atteindre 28,5 Mkg.

Les importations de volailles de réforme ont atteint 85 Mkg en 2020, une baisse de 3,4 Mkg (3,8 %) par rapport à 2019. Les importations de morceaux de poulet non désossés (devants) ont considérablement augmenté, soit de 46 %, pour atteindre 44,2 Mkg et ont représenté plus de la moitié de toutes les importations totales de volailles de réforme. La diminution des importations de poitrines désossées (30 %) et de volailles vivantes (40 %) a largement compensé l'augmentation des importations de morceaux non désossés.

EXPORTATIONS

Les données d'Agriculture et Agroalimentaire Canada montrent que 137,4 Mkg de poulet ont été exportés en 2020, ce qui représente une baisse de 4,8 Mkg (-3,4 %) par rapport à 2019. La catégorie des morceaux désossés exportés en vertu du Chapitre 16 (préparations de viande), le produit le plus exporté, a connu la croissance de volume la plus importante, soit de 1,4 Mkg par rapport à 2019. Les cuisses non désossées, le produit ayant le deuxième volume d'exportation le plus important, ont connu un déclin important de 2,4 Mkg. Les exportations de morceaux désossés et non désossés ont diminué de

1,2 Mkg et de 1,1 Mkg, respectivement. Les États-Unis sont demeurés la plus importante destination pour les exportations en 2020, mais le Canada a également expédié du poulet aux Philippines, à Taïwan, en Jamaïque, en Arménie, au Tadjikistan, à Cuba, en Haïti, au Libéria, à Trinité-et-Tobago, et dans plusieurs autres pays.

STOCKS EN ENTREPÔT

Le volume total des stocks de produits congelés en entrepôt était de 56,4 Mkg au début de 2020 et de 59,1 Mkg, soit une hausse de 2,7 Mkg, à la fin de l'année, atteignant ainsi le nombre le plus élevé enregistré de stocks de produits congelés. Les produits de poulet surtransformés et les morceaux de poulet représentaient plus de 90 % des stocks totaux. La hausse des stocks est attribuable aux produits de poulet surtransformés (+2 Mkg) et aux poulets entiers (+1,2 Mkg). Les stocks de poulet de la catégorie « divers » sont demeurés stables, alors que les stocks de morceaux de poulet ont diminué de 0,5 Mkg. Les baisses de stocks de produits congelés dans les provinces de l'ouest ont en partie compensé les hausses dans le centre et l'est du Canada.

MOUVEMENTS INTERPROVINCIAUX

Les PPC, en collaboration avec les offices de commercialisation du poulet provinciaux, surveillent les mouvements interprovinciaux (MIP) des poulets vivants. Les données sur les MIP sont déclarées sur une base hebdomadaire et mensuelle et font ensuite l'objet d'un audit par des vérificateurs externes toutes les quatre périodes. Le MIP total en 2020 a diminué de 21,2 Mkg (21,3 %) par rapport à 2019 pour atteindre 78,5 Mkg. La majorité des MIP se font vers le Nouveau-Brunswick, qui a enregistré un

Mouvement interprovincial des poulets vivants (en kg poids vifs)

	À					TOTAL À
	N.-B.	N.-É.	Ont.	Qc	Sask.	
N.-É.	19 132 641	-	-	-	-	19 132 641
Î.-P.-É.	911 072	4 069 653	-	-	-	4 980 725
Qc	31 393 036	-	1 609 017	-	-	33 002 053
Ont.	-	-	-	20 504 402	-	20 504 402
Alb.	-	-	-	-	873 139	873 139
TOTAL DE	51 436 749	4 069 653	1 609 017	20 504 402	873 139	78 492 960

volume de 51,4 Mkg, c'est-à-dire 65,5 % de tous les MIP au Canada. Une grande partie des MIP est attribuable au Québec, avec 20,5 Mkg (26 %) qui sont entrés dans la province. En outre, le Québec et le Nouveau-Brunswick ont été les plus importants partenaires pour ce qui est des MIP. En effet, 31,4 Mkg sont passés du Québec au Nouveau-Brunswick, soit 40 % des MIP totaux en 2020.

TENDANCES DANS LE SECTEUR DU DÉTAIL ET DES SERVICES ALIMENTAIRES EN 2020

Selon Nielsen, les ventes totales de poulet frais au détail ont atteint 300 Mkg, une augmentation de 5 % par rapport à 2019. En dollars, les ventes totales de poulet frais au détail ont représenté 2,82 milliards de dollars, une hausse de 7,7 % par rapport à 2019. Nielsen fait le suivi des ventes au détail dans la plupart des grandes chaînes d'épicerie et les Walmart, mais n'inclut pas les ventes chez Costco. Les données mensuelles montrent que les consommateurs ont fait des réserves de grandes quantités de poulet à la mi-mars lorsque le confinement a commencé, comme le démontre l'augmentation de 11 % par rapport aux mêmes

semaines en 2019. Lorsque de nombreuses usines de transformation de bœuf ont été temporairement fermées à la fin du printemps, les ventes de poulet au détail ont fait un bond de 19,4 % par rapport aux mêmes semaines en 2019. Les ventes au détail de bœuf, de porc et d'autres viandes (dont la dinde) ont aussi connu de fortes hausses en 2020.

Le secteur des services alimentaires au Canada a été durement touché par la pandémie de la COVID-19. Selon Statistique Canada, en 2020, les ventes totales des services alimentaires ont chuté de 28 % par rapport à 2019, la première baisse après 20 ans de hausses continues. Les ventes des services de restauration spéciaux et des débits de boissons ont été les plus touchés, baissant de 48 % par rapport à 2019 puisque la plupart des événements en personne ont été restreints ou annulés. Les établissements de restauration à service restreint (qui incluent les chaînes de restauration rapide) ont rapidement élargi leurs options de vente à emporter et de livraison et ont été les moins touchés du secteur de la restauration, accusant une baisse de ventes de 13 % par rapport à 2019. Les ventes des restaurants à service complet ont chuté de 37 % comparativement à 2019.

Aperçu de l'industrie

	C.-B.	Alb.	Sask.	Man.	Ont.	Qc	N.-B.	N.-É.	Î.-P.-É.	T.-N.-L.	TOTAL
Nombre de producteurs	311	252	68	122	1 289	650	39	92	8	6	2 837
Taille moyenne de l'exploitation (000 kg poids vif)	817	685	959	582	450	696	1 179	607	765	3 588	608
Usines inspectées par le gouvernement fédéral	8	4	2	2	10	10	2	1	0	1	40
Usines inspectées par le gouvernement provincial	19	70	1	3	9	5	1	10	6	5	129
Prix moyen à la production (\$/kg poids vif)	1,697	1,656	1,639	1,639	1,575	1,585	1,668	1,690	-	-	1,615

SUIVI ET APPLICATION



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

AUDIT DU SYSTÈME

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

En 2020, le personnel et les auditeurs externes des PPC ont mené des audits auprès des offices provinciaux de commercialisation du poulet afin d'établir leur conformité aux politiques et règlements pour les

périodes A-154 à A-157, qui vont du 23 décembre 2018 au 3 août 2019, et ils ont également procédé à l'audit des périodes A-158 à A-161, couvrant la période du 4 août 2019 au 14 mars 2020, audits qui seront complétés en mars 2021.

Les audits concernant la commercialisation de poulet vivant, y compris les mouvements interprovinciaux de poulet vivant, et le respect des politiques et règlements par les titulaires de permis d'expansion du marché et de production de spécialité, ont été réalisés par des auditeurs externes des PPC pour les périodes A-158 à A-161.

Le rapport d'audit pour les périodes A-154 à A-157 a été présenté au conseil d'administration en juin 2020, alors que celui des périodes A-158 à A-161 devrait être présenté aux administrateurs en mars 2021.

IMPOSITION DE REDEVANCES EN RAISON D'UNE COMMERCIALISATION À OUTRANCE

Les impositions suivantes ont été présentées et approuvées par le conseil d'administration en 2020 :

PÉRIODE D'AUDIT	OFFICE PROVINCIAL	REDEVANCES IMPOSÉES
A-154/A-155	Alberta	157 160 \$
A-154/A-155	Manitoba	108 898 \$

Les montants ci-dessus ont été réglés en totalité.

EXPANSION DU MARCHÉ

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

PÉRIODE DE CONTINGENT	REDEVANCES IMPOSÉES	ÉQUIVALENCE EN KG DE POIDS VIF	IMPOSITION DE REDEVANCES
A-156	7 903 \$	7 903	Janvier 2020
A-160	63 848 \$	63 848	Novembre 2020
A-161	13 985 \$	13 985	Novembre 2020

Les montants ci-dessus ont été réglés en totalité.

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



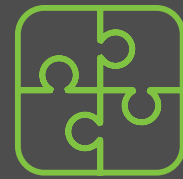
PRODUCTION DE SPÉCIALITÉ

Aucune redevance n'a été imposée en 2020.

TRANSFERTS DE CONTINGENTS INTERPÉRIODES

Aucun transfert de contingents interpériode n'a eu lieu en 2020.

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ORGANISATION



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

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

Le Programme annuel Défi du poulet a permis d'offrir des produits de poulet d'une valeur de près de 44 000 \$ à la Banque d'Alimentation d'Ottawa. Il s'agissait de la onzième année de ce programme couronné de succès, dans le cadre duquel des dons sont sollicités afin qu'un transformateur canadien offre des produits de poulet à la banque d'alimentation.

En mars, les PPC ont répondu à un appel d'urgence de la Banque d'Alimentation d'Ottawa en faisant un don de 20 000 \$. De plus, 5 000 \$ ont été amassés tout au long de l'année par l'entremise de dons du personnel et du jumelage de ces dons à hauteur de 50 % par les PPC. En décembre, 5 000 \$ supplémentaires ont été remis en plus des 20 000 \$ du mois de mars. En tout, ce sont plus de 74 000 \$ qui ont été remis à la Banque d'Alimentation d'Ottawa en 2020.

Ainsi, notre contribution totale à la banque d'alimentation, depuis que nous sommes devenus partenaires et donateurs, a été à ce jour de près de **674 000 \$!**

Autres causes

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

14 000 \$

pour le concours de recettes de poulet « Derrière les enclos » destiné aux députés pour venir en aide à trois banques alimentaires (en Nouvelle-Écosse, en Ontario et en Saskatchewan)

7 500 \$

pour la Table pancanadienne de la relève agricole

5 000 \$

pour commanditer la skieuse alpine canadienne Valérie Grenier



En tout, ce sont plus de 74 000 \$ qui ont été remis à la Banque d'Alimentation d'Ottawa en 2020.



Ottawa Food Bank
La Banque d'Alimentation d'Ottawa



MISES À JOUR ET CHANGEMENTS DE PERSONNEL



NOUVEAUX EMPLOYÉS

Nous avons accueilli les personnes suivantes au sein des Producteurs de poulet du Canada en 2020 aux postes suivants :

Nileeka Irugalbandara – mandat de 18 mois – remplacement de congé de maternité
Agente des communications et des politiques
Février 2020

Mengrou Wang
Analyste des marchés
Juillet 2020

Yanick Tabuteau
Coordonnatrice de la traduction et du bureau
Juillet 2020

DÉPARTS

Les personnes suivantes ont quitté les Producteurs de poulet du Canada en 2020 :

Siobhan Morgulis – mandat de 12 mois – remplacement de congé de maternité
Coordonnatrice de la traduction et du bureau
Février 2020

Judith Cormier
Coordonnatrice de la traduction et du bureau
Juillet 2020

Nous remercions tous les anciens employés des PPC de leur contribution.

Déménagement des PPC et nouvelle adresse

Après 20 ans dans les locaux situés au 350, rue Sparks, les Producteurs de poulet du Canada ont déménagé pour s'installer au 50, rue O'Connor en juin 2020.

Le déménagement a été décidé en partie en raison de la fin du bail locatif à long terme du bureau du 350, rue Sparks, ainsi que de la volonté des PPC de diminuer le nombre de pieds carrés et d'offrir à leur personnel un espace de travail partagé ouvert, en vue de favoriser la collaboration et d'accroître la productivité et d'améliorer la culture d'organisation dans son ensemble.

La date du déménagement, prévue en avril, a été repoussée en raison de la COVID-19.



Avec le déménagement et le changement d'adresse, les PPC en ont profité pour changer leur logo d'organisation en 2020. Les PPC ont lancé un nouveau logo qui vient revitaliser l'image de l'organisation et démontrer de manière visible sa capacité à s'adapter et à changer.

Ce nouveau logo incorpore l'image de poulet distinctive présente sur le logo de la marque *Élevé par un producteur canadien* ainsi que d'autres importants marqueurs de la marque. Le nouveau logo vise principalement à créer un lien visible et identifiable entre la marque et l'identité de l'organisation.

Ce nouveau logo assure une continuité avec notre marque. Sans être identique, il aidera les gens à comprendre ce que nous faisons. Et en retour, il soutiendra la marque et la rendra plus facile à promouvoir. Le nouveau logo est le cinquième depuis la fondation de l'organisation en 1978.

COVID-19 ET DIRECTIVES DE RETOUR AU TRAVAIL

En raison de la COVID-19, le bureau des PPC a été fermé à la fin de mars 2020. Le personnel des PPC a reçu l'équipement nécessaire pour télétravailler.

Après discussions et à la suite du déménagement, le bureau des PPC a rouvert à la fin de juin 2020. Le personnel des PPC avait l'option de continuer de télétravailler, alors qu'un nombre limité de membres du personnel se sont rendus au bureau sur une base volontaire, par rotation, tout en respectant tous les protocoles gouvernementaux.

Des directives de retour au travail ont été mises en place, conformément aux règlements provinciaux et aux recommandations des autorités de santé publique, et ont été mises en œuvre afin de préparer un retour sécuritaire en milieu de travail. L'objectif de ces directives est de présenter le plan de transition dans l'espace de bureau physique et de retour aux activités habituelles des PPC. Ces directives abordent les sujets suivants : santé et sécurité au travail, gestion des maladies, approche de retour au travail par phases, équipement de protection individuelle (EPI) et précautions, nouvelles mesures et exigences en milieu de travail, et ressources supplémentaires et soutien.



The image shows a Zoom meeting interface with a grid of 24 participants. Each tile contains a video feed and a name label. The participants are:

- Tara Molloy
- Bibiane Rietveld
- Jae Yung Chung
- Aline Porrior
- Maria Elena Baisas
- Jeff Graham
- Kavita Walia
- Lori Piché
- Marty Brett
- Mengrou Wang
- Michael Laliberté
- Nicole Faubert
- Yves Ruel
- Lauren Kennedy
- Steve Leech
- Erin Callary
- Lisa Riopelle
- Elyse Ferland
- Nileeka Irugalbandara
- Lisa Bishop-Spencer
- Jennifer Gardner
- Jan Rus
- Karen Ronayne
- Denis Nadeau
- Yanick Tabuteau
- Christine Power
- Jolyn Laszczyk

The bottom control bar includes icons for: profile, chat, heart, mute, video, microphone, a red phone icon (indicating a muted microphone), and a zoom icon.

ORGANIGRAMME DU PERSONNEL



À la fin de 2020, pendant la deuxième vague de la pandémie, les PPC ont continué de travailler principalement à distance, et tous les voyages d'affaires du personnel ont été annulés ou reportés.



RAPPORT DE L'AUDITEUR ET ÉTATS FINANCIERS



TEL./TEL: 613-237-9331
TELEC./FAX: 613-237-9779
WWW.BDO.CA

BDO CANADA S.R.L./S.E.N.C.R.L./LLP
180 KENT STREET
SUITE 1700
OTTAWA ON K1P 0B6 CANADA

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux

Ministre Agriculture et Agroalimentaire Canada

Conseil des produits agricoles du Canada

Membres de Les Producteurs de poulet du Canada

OPINION

Nous avons effectué l'audit des états financiers de Les Producteurs de poulet du Canada (PPC), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2020, et les états des résultats, de l'évolution des soldes des fonds et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'entité au 31 décembre 2020, ainsi que des résultats de ses opérations et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

FONDEMENT DE L'OPINION

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

RESPONSABILITÉS DE LA DIRECTION ET DES RESPONSABLES DE LA GOUVERNANCE À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS

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

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

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

RESPONSABILITÉS DE L'AUDITEUR À L'ÉGARD DE L'AUDIT DES ÉTATS FINANCIERS

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

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

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

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

Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés

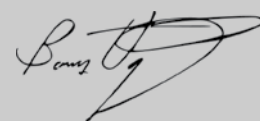
Ottawa (Ontario)
Le 26 février 2021

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

	2020	2019
ACTIF		
COURT TERME		
Encaisse	3 256 608 \$	2 300 584 \$
Placements à court terme (Note 2)	1 848 466	1 134 551
Débiteurs	1 523 974	1 850 119
Frais payés d'avance	191 833	114 609
	6 820 881	5 399 863
Placements à long terme (Note 2)	10 633 507	11 424 603
Immobilisations corporelles (Note 3)	1 162 888	310 503
	18 617 276 \$	17 134 969 \$
PASSIF ET SOLDES DES FONDS		
COURT TERME		
Créditeurs et frais courus	684 350 \$	498 375 \$
Portion à court terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4)	11 453	7 322
	695 803	505 697
Portion à long terme des incitatifs reportés liés à des baux (Note 4)	163 401	-
	859 204	505 697
ENGAGEMENTS CONTRACTUELS (NOTE 5) ÉVENTUALITÉS (NOTE 6)		
SOLDES DES FONDS		
Affectation d'origine interne - Fonds de promotion	3 400 000	-
Affectation d'origine interne - Fonds de recherche	4 270 692	4 447 757
Non affecté - Fonds de fonctionnement	10 087 380	12 181 515
	17 758 072	16 629 272
	18 617 276 \$	17 134 969 \$

Au nom du conseil d'administration :



Barry Uytterlinde,
Administrateur, Comité des finances



Yvan Brodeur,
Administrateur, Comité des finances



Dennis Steinwand,
Administrateur, Comité des finances

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DES SOLDES DES FONDS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	2020	2019
Solde, début de l'exercice	- \$	4 447 757 \$	12 181 515 \$	16 629 272 \$	16 167 490 \$
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	(2 227 400)	(177 065)	3 533 265	1 128 800	461 782
Virement interfonds (Note 7)	5 627 400	-	(5 627 400)	-	-
Solde, fin de l'exercice	3 400 000 \$	4 270 692 \$	10 087 380 \$	17 758 072 \$	16 629 272 \$

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DES SOLDES DES RÉSULTATS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	2020	2019
PRODUITS					
Redevances et frais de service	- \$	- \$	9 749 606 \$	9 749 606 \$	9 535 403 \$
Intérêts	5 492	83 394	202 109	290 995	325 966
Redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés	351 794	-	-	351 794	786 946
Autres produits	-	-	6 520	6 520	6 762
	<u>357 286</u>	<u>83 394</u>	<u>9 958 235</u>	<u>10 398 915</u>	<u>10 655 077</u>
CHARGES					
Amortissement des immobilisations corporelles	-	-	126 630	126 630	72 388
Conseil de recherches avicoles du Canada	-	292 000	-	292 000	490 354
Comités	-	-	57 501	57 501	302 588
Communications	-	-	430 031	430 031	562 585
Responsabilité sociale de l'organisation	-	-	75 465	75 465	54 524
Administrateurs et représentants	-	-	688 874	688 874	1 422 751
Technologie de l'information	-	-	123 688	123 688	68 768
Perte sur disposition d'immobilisations corporelles	-	-	9 223	9 223	969
Cotisations	-	-	243 230	243 230	226 632
Frais de bureau	-	-	441 917	441 917	419 395
Frais professionnels	-	-	365 021	365 021	476 122
Activités de promotion	2 235 212	-	62 250	2 297 462	1 677 407
Salaires, avantages sociaux et déplacements	-	-	3 228 228	3 228 228	3 288 830
Études spéciales	349 474	45 000	616 966	1 011 440	1 048 203
Commerce	-	-	55 223	55 223	70 540
Traduction	-	-	142 448	142 448	151 103
	<u>2 584 686</u>	<u>337 000</u>	<u>6 666 695</u>	<u>9 588 381</u>	<u>10 333 159</u>
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges tirés des opérations	(2 227 400)	(253 606)	3 291 540	810 534	321 918
Augmentation nette de la valeur des placements	-	76 541	241 725	318 266	139 864
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	(2 227 400) \$	(177 065) \$	3 533 265 \$	1 128 800 \$	461 782 \$

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

	2020	2019
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement		
Excédent des produits sur les charges	1 128 800 \$	461 782 \$
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Amortissement des primes nettes liées aux placements	74 444	73 678
Amortissement des immobilisations corporelles	126 630	72 388
Amortissement des incitatifs reportés liés à des baux	(13 049)	(14 074)
Perte sur disposition d'immobilisations corporelles	9 223	969
Gain non réalisé sur placements	(318 266)	(139 864)
	<u>1 007 782</u>	<u>454 879</u>
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Débiteurs	326 145	(304 310)
Frais payés d'avance	(77 224)	(1 604)
Créditeurs et frais courus	185 975	113 663
Incitatifs reportés liés à des baux	180 581	-
	<u>1 623 259</u>	<u>262 628</u>
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement :		
Acquisitions de placements	(800 000)	(1 100 000)
Ventes de placements	1 121 000	1 200 000
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(988 235)	(187 654)
	<u>(667 235)</u>	<u>(87 654)</u>
Augmentation nette de la trésorerie	956 024	174 974
Encaisse, début de l'exercice	2 300 584	2 125 610
Encaisse, fin de l'exercice	<u>3 256 608 \$</u>	<u>2 300 584 \$</u>

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

1. Méthodes comptables

STATUT ET OBJECTIF DE L'ORGANISME

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

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

RÉFÉRENTIEL COMPTABLE

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

UTILISATION D'ESTIMATIONS

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

COMPTABILITÉ PAR FONDS

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

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

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

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

COMPTABILISATION DES PRODUITS

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

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

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

INSTRUMENTS FINANCIERS

Évaluation initiale et ultérieure

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

Dépréciation

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

Coûts de transaction

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

Immobilisations corporelles

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

Matériel de bureau

10 ans

Équipement informatique

3 ans

Améliorations locatives

Durée du bail

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

2. Placements

	2020	2019
PLACEMENTS À COURT TERME		
Certificats de placements garantis (CPG)	300 000 \$	200 000 \$
Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation	1 548 466	934 551
	1 848 466 \$	1 134 551 \$
PLACEMENTS À LONG TERME		
Certificats de placements garantis (CPG)	2 617 000 \$	2 117 000 \$
Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation	8 016 507	9 307 603
	10 633 507 \$	11 424 603 \$

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

Les obligations représentent des instruments d'emprunt produisant des rendements en intérêts comparables à ceux du marché au moment de leur achat. Les obligations et les CPGs seront réalisés à leur valeur nominale et les échéances s'échelonnent au cours des cinq prochaines années (2019 - cinq années). Les taux d'intérêts pour ces valeurs s'échelonnent de 0,95% à 3,8%(2019 - 1,7% à 3,8%).

3. Immobilisations corporelles

	2020		2019	
	Coût	Amortissement cumulé	Coût	Amortissement cumulé
Matériel de bureau	379 937 \$	82 686 \$	334 115 \$	294 823 \$
Équipement informatique	284 303	115 233	231 482	148 227
Améliorations locatives	720 610	24 043	590 382	402 426
	1 384 850 \$	221 962 \$	1 155 979 \$	845 476 \$
Valeur comptable nette		1 162 888 \$		310 503 \$

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

4. Incitatifs reportés liés à des baux

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

	2020	2019
Solde au début de l'exercice	7 322 \$	21 396 \$
Plus: Augmentation au cours de l'exercice	180 581	-
Moins: Montant imputé aux charges au cours de l'exercice	(13 049)	(14 074)
Solde à la fin de l'exercice	174 854	7 322
Portion à court terme	11 453	7 322
Portion à long terme	163 401 \$	-

5. Engagements contractuels

Les PPC louent des locaux en vertu des baux venant à échéance en juin 2035. Les PPC se sont aussi engagés en vertu de baux portant sur la location de matériel de bureau et échéant, au plus tard, en décembre 2021 et d'autres contrats commerciaux. Les paiements minimums futurs totalisent 2 500 777 \$ et comprennent les versements suivants pour les cinq prochains exercices :

2021	904 140 \$
2022	382 011 \$
2023	388 482 \$
2024	413 072 \$
2025	413 072 \$

ENGAGEMENTS CONTRACTUELS LIÉS AUX FUTURES ENTENTES HÔTELIÈRES

Les PPC ont conclu plusieurs ententes hôtelières pour 2021 pour lesquels l'organisme serait assujéti à des frais d'annulation totalisant 168 132 \$.

6. Éventualités

Au cours de l'exercice, les PPC ont été désignés comme défendeur dans un avis de demande de contrôle judiciaire concernant la façon dont les allocations de production de poulet sont établies. Ni l'issue possible ni le montant du règlement éventuel ne peuvent être prévus pour le moment. Par conséquent, aucune provision n'a été comptabilisée dans les états financiers.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2020

7. Virement interfonds

Le conseil d'administration des PPC a approuvé un transfert de 5 627 400 \$ (2019 - 1 250 955 \$) du Fonds de fonctionnement au Fonds de promotion pour couvrir l'insuffisance dans ce fonds plus un excédent de 3 400 000 \$ pour les projets futurs.

8. Instruments financiers

RISQUE DE CRÉDIT

Les PPC sont exposés au risque de crédit sur leurs débiteurs. Les PPC surveillent régulièrement leurs débiteurs et ne prévoient pas de montants non recouvrables. Le risque de crédit est augmenté en raison du COVID-19.

RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Les PPC sont exposés au risque de taux d'intérêt sur leurs instruments financiers à taux fixe. Les instruments à taux d'intérêt fixe assujettissent les PPC à un risque de juste valeur, puisque celle-ci varie de façon inverse par rapport aux variations des taux d'intérêt du marché. Le risque d'intérêt est augmenté en raison du COVID-19.

9. Avantages sociaux futurs

RÉGIME À COTISATIONS DÉTERMINÉES

Les PPC ont un régime de retraite à cotisations déterminées à l'intention de leurs employés. La cotisation correspond à un pourcentage fixe du salaire annuel de l'employé. La cotisation totale des PPC au titre de ce régime en 2020 s'élève à 158 833 \$ (2019 - 146 637 \$).

10. Incertitude due à la COVID-19

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

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