

RAPPORT ANNUEL
1^{er} avril 2014 au 31 mars 2015

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

Faisant affaire sous le nom de
Boeuf Canada



Message du Président



Au nom de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, communément appelé **Boeuf Canada**, j'ai le plaisir de présenter ce rapport annuel pour la période du 1er avril 2014 au 31 mars 2015.

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie est devenu opérationnel en 2002. L'Ordonnance de prélèvement national a été enregistrée le 14 avril 2005. Toutes les provinces canadiennes ayant une organisation structurée des bovins de boucherie sont en mesure de percevoir le prélèvement fédéral (aussi appelé « **prélèvement national** ») sur les bovins de boucherie vendus au Canada et verser les redevances à l'Office.

Il s'agit du troisième rapport annuel de l'organisme national unique et indépendant de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, lequel a été constitué lors de la fusion et l'intégration de trois entités: 1) la Fédération canadienne des exportateurs de bœuf 2) le Centre d'information sur le boeuf et 3) l'Office de prélèvement national (OPN). L'organisme consolidé a débuté ses opérations sous le nom de Boeuf Canada le 1er juillet 2011. Cette dernière et troisième année conclut le plan stratégique initial de trois ans de Boeuf Canada. Nous avons atteint tous les objectifs que nous nous étions fixés en tant qu'organisation au nom de l'Industrie canadienne du boeuf. Boeuf Canada compte continuer à créer des gains d'efficacité et atteindre des résultats quantifiables.

L'objectif de Boeuf Canada d'établir la Proclamation fédérale ainsi que la mise en œuvre du Prélèvement à l'importation de boeuf s'avère être une réussite. Le Prélèvement à l'importation a rapporté un financement de 900 000 \$ à Boeuf Canada en 2014/15, sa première année complète de collection, ajoutant à notre capacité de promouvoir le bœuf canadien pour ses qualités nutritives et de santé et salubrité.

L'ouverture du Centre d'excellence du bœuf canadien (CEBC) en mars 2015 fut une étape marquante pour Boeuf Canada et pour l'industrie d'un océan à l'autre et nous fournit une excellente plate-forme pour la marque du Boeuf canadien. Le CEBC nous offre la possibilité de prendre contact, de collaborer, communiquer et discuter avec chacun des intervenants potentiels ou existants.

Au cours de la dernière année, la demande de boeuf canadien et les exportations ont augmenté à des niveaux presque records. Ainsi, les prix élevés des bovins ont été soutenus par un approvisionnement nord américain plus serré et une solide demande mondiale de boeuf, en plus d'un dollar canadien plus faible qui a provoqué une hausse des prix locaux. Les exportations de boeuf ont augmenté de 14 % en volume et 46 % en valeur pour un montant total de 1,94 milliards \$. C'est la troisième plus grande valeur d'exportation jamais enregistrée pour l'Industrie canadienne du boeuf. Une autre étape importante et un aspect clé du rétablissement de l'industrie suite à la crise de l'ESB est la diversification des exportations, plus particulièrement en Asie et autres marchés émergents. En 2014, 23 % des exportations étaient destinées à l'extérieur de l'Amérique du Nord (comparé à seulement 15 % en 2002).

Le présent rapport comprend les états financiers 2014/15 ainsi qu'un résumé de haut niveau des activités de développement des marchés, de promotion et de recherche financées par le prélèvement national.

Boeuf Canada profite pleinement de la structure et de l'autorité de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie en consolidant responsabilité et responsabilisation à une organisation pour le développement de la marque aux niveaux national et international et l'élaboration de programmes de marketing. Cela a mené à une seule marque unifiée et une seule équipe de marketing et permet de rendre compte avec plus de précision aux intervenants, y compris les éleveurs de bovins et autres partenaires financiers, incluant le gouvernement.

Le **Conseil de recherche sur les bovins de boucherie** demeure le groupe national de recherche financé par le prélèvement national. Son but est de parrainer la recherche et le développement technologique et l'adoption conformément à la vision de l'industrie canadienne du bœuf afin d'avoir des produits de boeuf canadien de haute qualité reconnus comme les plus remarquables tant par les clients canadiens qu'internationaux.

Les **organisations provinciales** peuvent continuer à utiliser les fonds du prélèvement national pour soutenir des projets propres aux provinces pour la recherche, le développement des marchés et la promotion des produits de bœuf et de veau. Ainsi, le prélèvement national procure le « financement de l'industrie » qui sert de base pour obtenir des fonds de contrepartie du Fonds de développement du marché canadien du bœuf et des bovins et de la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin pour des plans à long terme de marketing et de recherche de l'industrie.

Au cours de la dernière année, l'accent a été mis à raffiner l'administration du prélèvement national. Boeuf Canada a été, et reste engagé à collaborer étroitement avec les bailleurs de fonds à travers le pays pour développer des pratiques efficaces qui sont bien gérées et bien comprises, ce qui nous permet de travailler ensemble vers un objectif commun. En nous réunissant sous une marque unique, notre industrie est supérieure à la somme de ses parties.

Boeuf Canada s'est également joint aux principaux acteurs de l'Industrie canadienne du boeuf pour lancer la Stratégie nationale du bœuf en janvier 2015. À titre de leader de l'industrie, nous croyons fermement que cette stratégie continuera de nous unir d'un océan à l'autre et créera des opportunités de travailler ensemble vers un même but. La stratégie permet de tirer parti de la demande croissante pour le boeuf canadien et de rassembler toutes les priorités de l'industrie et des bailleurs de fonds et atteindre les futurs objectifs fixés pour notre organisation.

C'est le moment de regarder en arrière et être fiers de ce que nous avons accompli. Nous avons également travaillé fort pour préparer la prochaine phase de notre organisation.



Jack Hextall, Président
Boeuf Canada

Profil de l'organisme

PROCLAMATION

La Proclamation visant l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (communément appelé **Bœuf Canada inc.**) a été faite le 17 janvier 2002 et l'enregistrement a été publié dans la Partie II de la Gazette du Canada du 30 janvier 2002.

ORDONNANCE D'IMPOSITION DE PRÉLÈVEMENTS SUR LES IMPORTATIONS

L'*ordonnance d'imposition de prélèvements* a été enregistrée le 14 avril 2005. Toutes les provinces ayant des organisations structurées pour le boeuf de boucherie sont des signataires des accords de l'Office dans leurs provinces respectives (Colombie Britannique, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Québec, Nouveau Brunswick, Île du Prince-Édouard et Nouvelle-Écosse). Ces provinces sont donc en position de percevoir les prélèvements (aussi appelés "prélèvement national") sur les bovins de boucherie vendus sur le marché interprovincial et de les remettre à l'Office. Les efforts se poursuivent dans les provinces Maritimes pour traiter des questions relatives aux ventes interprovinciales et du prélèvement des redevances.

L'introduction d'un prélèvement à l'importation de bovins, de bœuf et de produits de bœuf a été un développement majeur en 2014/15. Le prélèvement à l'importation permet un traitement équitable entre les éleveurs canadiens de bovins et les importateurs de bovins. Après de nombreuses années de travail, l'amendement à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour *la recherche, le développement des marchés et la promotion des bovins de boucherie* pour y inclure un prélèvement sur les importations a été annoncé par Bœuf Canada inc. et le ministre de l'Agriculture, Gerry Ritz, le 30 juillet 2013. Depuis le 1^{er} janvier 2014, toutes les importations de boeuf et de produits de boeuf au Canada sont assujetties au prélèvement de 1 \$ par tête ou équivalent carcasse. Boeuf Canada inc. a tenu plusieurs séances d'information à l'intention des importateurs pour les informer du mécanisme de prélèvement et va poursuivre cet effort pour atteindre autant d'importateurs que possible.

Une entente a été conclue entre l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et Agriculture et Agroalimentaire Canada pour permettre la diffusion de données sur les importations de l'ASFC vers Agriculture Canada pour faciliter le prélèvement des redevances. Des factures mensuelles produites par Agriculture Canada sont fournies à Bœuf Canada qui les transmettra aux importateurs. Les fonds provenant du prélèvement à l'importation sont estimés à \$900,000 pour 2014/15. Ces fonds ont été optimisés par des fonds de contrepartie de l'industrie, lesquels ont contribué à une augmentation significative du financement pour la commercialisation, la promotion et la recherche pour l'industrie du boeuf.

L'OFFICE RESTRUCTURÉ (CONSOLIDÉ)

Ce rapport constitue le troisième rapport annuel de l'organisation nationale indépendante et unique de commercialisation, de promotion et de recherche pour les bovins de boucherie formée par la fusion et l'intégration de trois entités : 1) la Fédération d'exportation de bœuf du Canada 2) le Centre d'information sur le bœuf et 3) l'Office national de prélèvement.

Cette organisation unique et consolidée a été créée en date du 1^{er} juillet 2011 en restructurant l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, lequel assume les responsabilités, les programmes et les principales fonctions des trois organismes. Les responsabilités de la recherche sont toujours confiées au Conseil de recherche sur les bovins de boucherie. **La nouvelle organisation exerce ses activités sous le nom de Bœuf Canada inc.**

EXERCICE FINANCIER

L'exercice financier de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie est du 1^{er} avril au 31 mars. L'organisme a débuté ses opérations financières le 1^{er} juillet 2002.

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2014/15

Le Conseil d'administration comporte 16 membres (10 sont des producteurs de bovins de boucherie et 6 proviennent du secteur de l'emballage et de la transformation, du secteur de l'importation et du secteur de la restauration et du détail). Les membres producteurs de bovins de boucherie sont nommés par leurs associations provinciales d'éleveurs de bovins respectives et sont élus lors du forum annuel de Bœuf Canada. Les 6 qui proviennent du secteur de l'emballage et de la transformation, du secteur de l'importation et du secteur de la restauration et du détail sont nommés par le comité sur la gouvernance de Bœuf Canada et sont élus lors du forum annuel de Bœuf Canada inc.

Composition du Conseil d'administration 2014/15:

Président – Jack Hextall, Saskatchewan
Grant Huffman, Colombie-Britannique
John Schooten, Alberta
Trevor Atchison, Manitoba
Arden Schneckenburger, Ontario
Kirk Jackson, Québec
Jennifer MacDonald, Nouveau-Brunswick
Terry Prescott, Nouvelle-Écosse
John MacDonald, Île-du-Prince-Édouard

Association canadienne des importateurs et exportateurs
Dwight Greer – Eastern Meat Solutions

Secteur de la transformation et de la distribution du boeuf
Arthur Batista – Écolait
Mike Kennedy – Cargill
Anthony Petronaci – Ryding Regency
Wesley Batista – JBS
Lonnie Lake – Sysco Canada

PERSONNEL

L'Office, faisant affaire sous le nom de Boeuf Canada inc., était géré par le personnel de direction de Boeuf Canada inc. incluant: Robert Meijer (Président); Michael Shittu (VP, Finance); et Ron Glaser (VP, Affaires générales et opérations).

Le bureau de l'Office est situé au:
146, 6715 – 8 Street NE
Calgary, Alberta T2E 7H7
Tél: (403) 275-5890

Sommaire

Le présent rapport annuel 2014/15 de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, **faisant affaire sous le nom de Bœuf Canada**, présente un résumé des programmes et des résultats des activités de financement du prélèvement national entre le 1^{er} avril 2013 et le 31 mars 2014. Les états financiers vérifiés couvrant la dite période sont inclus à la fin du rapport.

Grâce au prélèvement national, les éleveurs canadiens de bovins de boucherie investissent collectivement dans la recherche, la promotion et le développement des marchés pour réaliser la vision à long terme de l'industrie comme étant une industrie canadienne dynamique et rentable avec des produits canadiens de boeuf de qualité supérieure reconnus comme les plus remarquables par les clients canadiens et mondiaux.

En 2014/2015, Boeuf Canada a marqué un jalon important dans l'achèvement de son premier Plan stratégique de trois ans. Depuis sa formation, après que l'industrie ait consolidé trois organismes, Boeuf Canada a évolué pour devenir non seulement un défenseur de la marque du Bœuf canadien, mais aussi un catalyseur d'innovation et de connectivité. Le Plan stratégique de trois ans a été élaboré avec la participation des parties prenantes et a réussi à encourager l'effort collectif pour communiquer un message de la marque consistant et financer une recherche de pointe pour faire progresser la compétitivité et la durabilité de l'Industrie canadienne des bovins de boucherie. Tout en misant sur la valeur et l'efficacité, Boeuf Canada a restructuré l'organisation, stratégiquement harmonisée avec les partenaires de l'industrie, y compris les établissements d'emballage et les bailleurs de fonds et a mis au point des programmes pour atteindre une efficacité maximale et un retour sur investissement durable.

Soixante-cinq pour cent de l'investissement provenant du prélèvement national a été affecté au développement des marchés intérieurs et internationaux et à la promotion. 16 % a été attribué à la recherche et 19 % a été alloué aux organisations provinciales de producteurs de bovins pour les programmes de marketing et de recherche dans leurs régions respectives.

Activités financées par le prélèvement national et résultats 2014/15

1. Développement et promotion des marchés nationaux et internationaux – Boeuf Canada

En 2014/15, la stratégie de marketing de Boeuf Canada a continué à mettre l'accent sur quatre priorités:

1. La différenciation de la marque – Bœuf Canada s'est concentré sur le développement continu et la communication d'une position de marque différenciée pour le boeuf canadien, s'appuyant sur les attributs de l'Avantage du bœuf canadien (ABC).
2. Segmentation et développement du marché – Boeuf Canada s'assure que les ressources ont été dirigées vers les marchés et segments qui représentaient des occasions d'accroissement de la valeur et un retour sur les investissements et les efforts en marketing.
3. Image du produit et de l'industrie – Boeuf Canada a réussi à faire changer les perceptions générales des consommateurs de boeuf canadien au point de vue des produits et de l'industrie. Les stratégies incluaient la mobilisation de partenaires commerciaux, un marketing destiné

directement aux consommateurs et des programmes de relation publique et de médias sociaux auprès des consommateurs et des principaux influenceurs.

4. Connectivité des parties prenantes – Boeuf Canada a joué un rôle de leader dans un effort commun pour accroître la capacité de l'industrie à répondre aux défis, communiquer un message cohérent de la marque du bœuf canadien et mesurer et communiquer de façon transparente les avantages à investir dans Boeuf Canada par le biais du prélèvement national.



SEE TRANSLATION BELOW

Différenciation
des marques

Segmentation &
développement
des marchés

Image
du produit/des marques

Entrer en contact
Consulter
Communiquer
Collaborer

Connectivité des
parties prenantes / RSI

Le but principal de la stratégie de marketing était de renforcer la fidélité envers la marque du boeuf canadien. Des investissements considérables ont été faits quant au développement du contenu afin de fournir des arguments convaincants au sujet du boeuf canadien, lesquels s'appuient sur les attributs fonctionnels et émotionnels du produit et de l'industrie. Ceci est devenu le fondement des efforts de marketing qui, en 2014/15, incluaient : mener des campagnes de marketing destinées directement aux consommateurs; tirer partie des détenteurs de licence de marque; utiliser la presse écrite ou des applications multimédias électroniques pour le marché intérieur où les perceptions des consommateurs peuvent être plus positivement influencées; et des activités de marketing à l'exportation hautement ciblées.

Les marchés d'exportation ont été primordiaux pour assurer une valeur croissante pour la production canadienne et fournir des marchés plus lucratifs pour les programmes de niche. Boeuf Canada a affecté des ressources à des marchés offrant les rendements les plus élevés possibles sur les efforts de marketing de Boeuf Canada.

Afin de déterminer la juste répartition des ressources pour les marchés d'exportation, des exportateurs ont été engagés durant la phase de planification et ont été invités à participer à une évaluation annuelle du marché pour aider à identifier les marchés d'exportation prioritaires. Les exportateurs comprenant de grandes entreprises canadiennes de transformation de bœuf et de veau

(représentant plus de 90 pour cent de l'abattage de bovins inspectés par le Gouvernement fédéral du Canada), de plus petits exportateurs canadiens spécialisés et des programmes axés sur la chaîne de valeur verticalement intégrée du boeuf canadien de marque ont fourni une rétroaction sur les priorités des marchés et les produits qui sont visés pour chaque marché.

Si l'on compare avec les allocations des ressources de l'année précédente, les allocations ont augmenté au Japon tout comme en Chine ainsi que pour les marchés émergents du Moyen-Orient et de l'Europe pour une deuxième année consécutive. Les allocations étaient stables en Asie du Sud-Est (en gardant un oeil sur les marchés asiatiques émergents) et ont diminué aux États-Unis, en Amérique Latine et à Hong-Kong en raison de la maturité relative de ces marchés. Bien que la Corée soit dépourvue de représentation, des ressources y ont été allouées pour maintenir la fidélité à la marque de la clientèle existante, en collaboration avec l'ambassade et le Service des délégués commerciaux et l'élimination du droit tarifaire par le biais d'un accord commercial tant attendu. Aucune ressource n'a été allouée à la Russie puisque les conditions d'accès laissaient supposer que le marché n'était pas commercialement viable pour les exportations.

L'an dernier, Boeuf Canada a développé une nouvelle approche de sensibilisation des marchés dont une série d'activités de promotion du boeuf canadien dans le centre d'activité de l'Asie. Ces activités rassemblent les principaux contacts commerciaux, médias, gouvernements et gastronomes pour les renseigner sur l'industrie canadienne du boeuf, la marque et l'Avantage du boeuf canadien aux niveaux émotionnel et technique comme moyen de différencier le boeuf canadien des autres marques. Plusieurs activités de promotion ont eu lieu dans toute l'Asie avec le Ministre de l'Agriculture, Gerry Ritz, qui a participé activement à bon nombre d'entre elles.

En passant d'une stratégie d'exécution globale axée sur le marché à une stratégie plus flexible basée sur un marché spécifique, Boeuf Canada a accru sa capacité à atteindre des segments ciblés à forte valeur sur les marchés régionaux sans créer des frais généraux additionnels. L'approche a permis à Boeuf Canada d'atteindre des segments de marchés grâce à des approches ciblées, y compris le lancement d'une série d'activités de promotion du boeuf canadien. Le développement de relations grâce à ces initiatives et aussi en s'associant avec le Service des délégués commerciaux dans les marchés sélectionnés a également fourni l'occasion d'étendre la portée de Boeuf Canada et renforcer la notoriété de la marque du boeuf canadien sur les marchés avec et sans représentation sur le terrain.

Pour le marché intérieur, un partenariat de trois ans a été instauré avec la Ligue canadienne de football (LCF) pour sensibiliser les consommateurs à la marque du boeuf canadien. Ce partenariat avec une icône canadienne comme la LCF permet à Boeuf Canada d'exploiter davantage ses relations avec les détaillants, les entreprises de biens de consommation emballés, les associations provinciales d'éleveurs de bovins et les médias conventionnels et sociaux. Les éléments du partenariat incluent: mettre en évidence la marque du boeuf canadien à un auditoire national, élargir la portée médiatique numérique et sociale de Boeuf Canada par l'intermédiaire de la LCF, valoriser des familles locales d'éleveurs de boeuf canadien avec les associations partenaires provinciales et diffuser largement des messages portant sur la santé et la nutrition. Ces actions appuient les efforts en cours du programme de nutrition de Boeuf Canada.

Boeuf Canada a entrepris une refonte complète de ses propriétés numériques pour optimiser les performances des périphériques mobiles, rationaliser ses fonctions web, réduire la complexité et diminuer les coûts. Au cours des cinq dernières années, le trafic sur le site Web destiné aux consommateurs a augmenté de près de 500 % à 624 000 visiteurs en 2014. Le trafic sur les autres propriétés Web de Boeuf Canada a augmenté de plus de 200 % au cours des quatre dernières années

à 116 000 visiteurs en 2014. Le développement de l'application de Roundup et d'autres atouts de l'histoire du boeuf canadien, comme des vidéos sur YouTube, trace une nouvelle voie pour la création d'une image de marque de Boeuf Canada et d'outils de marketing pour donner aux consommateurs de boeuf canadien la possibilité de mieux se faire entendre.

Une mesure clé du rendement de l'organisation est le montant des investissements de l'industrie que les activités de Boeuf Canada peuvent rentabiliser sur le marché avec certaines initiatives exécutées en partenariat avec les partenaires commerciaux et les titulaires de licence de marque. Les projets ont été obtenus grâce au programme de développement des marchés, lequel évalue le niveau d'investissement de Boeuf Canada en se basant sur un ensemble de mesures objectives et dans quelle mesure le projet s'harmonise avec les objectifs de Boeuf Canada. Au total, 45 programmes de développement des marchés ont été menés à terme en 2014/15, incluant 15 programmes nationaux et 30 programmes internationaux. Au cours de l'exercice financier, Boeuf Canada a investi 494 297,15\$ dans des activités de partenariat. L'investissement total obtenu par le biais de ces programmes s'élève à 2 971 568,33\$ - ce qui signifie que pour chaque 1 \$ investi par Boeuf Canada, les partenaires de l'industrie ont investi 6\$.

Depuis plus de trois ans, Boeuf Canada a persisté dans sa vision de créer un Centre d'excellence pour le boeuf canadien, avec le désir de « donner vie à la marque ». L'intention était de créer un centre de coordination mondial qui aurait le rôle de révéler et présenter l'Avantage du boeuf canadien en termes réels.

En 2014, une entente de financement pluriannuelle avec *Western Economic Diversification Canada* a été conclue et prévoyait un investissement en infrastructure et en programmes. La construction a débuté dès l'été et le Centre est devenu opérationnel en février 2015. Aujourd'hui, le Centre d'excellence pour le boeuf canadien est ouvert grâce à un partenariat fort et la reconnaissance par le gouvernement fédéral, plus particulièrement le ministère de la Diversification de l'économie de l'Ouest et Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le Centre d'excellence pour le boeuf canadien promet d'apporter un niveau de sophistication dans la formation, l'éducation et la connectivité autour de la marque du boeuf canadien et l'ABC avec les partenaires et les marchés qui se distinguent de tout ce qui existe dans l'industrie. Boeuf Canada estime qu'il est un lieu unique de créativité et de connectivité générant des résultats significatifs.

De plus amples informations sur les programmes et les activités de Boeuf Canada sont disponibles au www.canadabeef.ca.

2. Recherche – Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB)

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) finance des recherches de pointe pour faire progresser la compétitivité et la durabilité de l'industrie canadienne des bovins de boucherie. Le CRBB gère l'allocation de recherche du prélèvement national et reçoit actuellement en moyenne 0,15 \$ pour chaque 1,00 \$ de prélèvement national perçu par les provinces.

À titre d'unique agence nationale de recherche de l'industrie des bovins de boucherie, le CRBB joue un rôle important dans l'identification des priorités de recherche et développement de l'industrie et par la suite influence les investissements du secteur public dans la recherche sur les bovins de boucherie. Le CRBB facilite et encourage la collaboration et la coordination entre chercheurs, autres organismes de financement et l'industrie afin de maximiser les bénéfices provenant de tous les investissements dans la recherche sur les bovins de boucherie.

En plus des dollars provenant du prélèvement national, la majeure partie de la recherche et des programmes d'extension du CRBB en 2014/2015 a été financée par la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin sous Cultivons l'avenir 2. Il s'agit de la deuxième grappe scientifique, laquelle couvre la période du 1^{er} avril 2013 au 31 mars 2018. C'est un programme de 20 millions \$, incluant 5 millions \$ de l'industrie qui comprend le prélèvement national, 1 million \$ des gouvernements provinciaux et 14 millions \$ d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les dollars du prélèvement national sont jumelés à un investissement de contrepartie par le biais de la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage bovin selon un ratio de 1:3 (industrie : gouvernement). Le CRBB a également collaboré avec d'autres organismes de financement afin d'identifier les priorités de recherche de l'industrie, de maximiser la valeur des investissements en recherche et influencer les investissements du secteur public dans la recherche sur les bovins de boucherie.

Au cours de 2014/15, 26 projets ont été financés par la Grappe scientifique de l'industrie de l'élevage des bovins, chacun cadrant avec l'un des domaines prioritaires de recherche suivants :

- Productivité des cultures fourragères et des pâturages
- Efficience alimentaire
- Santé animale et maladies qui affectent la production
- Salubrité des aliments
- Environnement
- Technologie et diffusion des connaissances

Bien que les recherches se poursuivent, plusieurs cas de réussite peuvent être constatés pour 2014/15. Par exemple, au titre de la salubrité alimentaire, il a été constaté que la transformation à pression élevée peut prolonger la durée de conservation du boeuf sans effets négatifs sur la qualité de la viande, la qualité nutritionnelle ou les attributs sensoriels des consommateurs. Un modèle générique de pratique de nettoyage a été élaboré, lequel permet aux installations de transformation du boeuf d'améliorer considérablement les conditions microbiologiques de l'équipement et, par conséquent, des produits de boeuf. Au sujet de la qualité du boeuf de 1999 à 2014, le nombre des lésions au point d'injection a chuté de 36 à 90 % dans deux des coupes sous-primaires examinées. Des occasions de réduire davantage le taux de lésions au point d'injection par le biais de l'éducation des producteurs ont été identifiées.

La recherche dans les domaines de la productivité des cultures fourragères et des pâturages ainsi que l'efficacité alimentaire aidera les éleveurs de bovins de boucherie à gérer les coûts de production et de choisir les variétés de pâturage en andains appropriées qui réduisent les coûts d'entretien du troupeau de vaches en hiver. Lors de l'élaboration des protocoles de recherche, il a été mentionné comment produire avec succès une boulette durable riche en fibre et en gras, offrant des possibilités pour convertir les pellicules et les criblures de canola en supplément à valeur ajoutée pour les bovins de boucherie. Une nouvelle variété d'orge mise sur le marché grâce à un programme de reproduction a donné 29 % plus de fourrage avec 11 % de plus d'amidon que la variété de contrôle. La création d'une Chaire de l'industrie fourragère, dirigée par la Grappe scientifique, aidera à faire en sorte que le Canada continue de mener des recherches de pointe sur la culture fourragère.

Une recherche spécifique à la santé animale a validé que la recommandation de l'industrie de castrer les veaux le plus jeune possible convient autant au point de vue de la production animale que du bien-être des animaux. Des stratégies pour éviter ou réduire les défis de santé et de bien-être animal associés à la restriction alimentaire et à l'acidose continuent d'être élaborées. L'impact environnemental de la production de bœuf canadien au cours des 30 années comprises entre 1981 et 2011 est documenté. Les résultats préliminaires indiquent que chaque kg de boeuf produit au Canada a requis 22 % moins d'espace et 28 % moins de bovins et a produit 17 % moins de méthane, 19 % moins d'oxyde nitreux et 15 % moins de CO₂ en 2011 qu'en 1981. L'intensité du gaz à effet de serre par kg de boeuf produit a diminué de 16 % au cours de cette période.

Le CRBB est également responsable de la prestation du Programme canadien de salubrité des aliments à la ferme appelé Verified Beef Production (VBP) ainsi que l'incorporation de nouveaux modules VBP pour les soins aux animaux, la biosécurité et l'environnement. En 2014/2015, une grande priorité a été accordée au développement de ces nouveaux modules VBP. Le programme VBP devrait croître en importance puisqu'il commence à livrer des résultats sur tous les quatre modules et devient un pilier de base dans la vérification de la production durable de viande bovine en partenariat avec les utilisateurs finaux tels que McDonald's. Par conséquent, dans le cadre du processus de développement de modules, le CRBB a également lancé un processus de planification stratégique en 2014/15, axé sur le développement d'affaires et d'un plan de financement à long terme.

Le CRBB assure aussi la poursuite de la mise en œuvre de la Stratégie nationale de recherche sur le boeuf, en partenariat avec l'industrie et les organismes gouvernementaux de financement de recherche sur le boeuf partout au Canada, afin d'être plus efficace avec un financement limité et d'assurer que les principales priorités de recherche, de capacité et d'infrastructure sont prises en compte. La stratégie nationale de recherche sur le boeuf est disponible au <http://www.beefresearch.ca/about/national-beef-research-strategy.cfm>

Le CRBB joue un rôle prépondérant dans l'adoption des nouvelles technologies pertinentes par le biais de sa stratégie de diffusion des connaissances et de technologie. Visitez www.beefresearch.ca pour en savoir plus sur les ressources disponibles, y compris des vidéos, des feuillets d'information, des webinaires et des outils de prise de décision. Le succès du développement et du lancement du Programme de mentorat aux chercheurs sur le boeuf (*Beef Researcher Mentorship Program*) en 2014 a favorisé un engagement plus ferme de la part des nouveaux chercheurs appliqués prometteurs pour l'industrie canadienne du boeuf. Trois stagiaires sélectionnés ont participé et ont eu l'occasion d'approfondir leur compréhension des besoins de l'industrie du boeuf de façon concrète et significative, les préparant à une carrière productive en recherche appliquée, enseignement et vulgarisation sur le boeuf et le fourrage.

Un rapport des résultats 2014/15 du CRBB plus complet, incluant les résultats des projets individuels, est disponible via le lien suivant : <http://www.beefresearch.ca/resources/reports.cfm>

3. Recherche, développement des marchés et promotion provinciaux

En 2014/2015, le prélèvement national a transféré des fonds pour la recherche régionale et pour des programmes de marketing pour le boeuf et le veau gérés par: les Éleveurs de bovins de boucherie du Manitoba, les Producteurs de boeuf de l'Ontario, la Fédération des producteurs de bovins du Québec, les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick, les Éleveurs de bovins de la Nouvelle-Écosse et les Éleveurs de bovins de l'Île-du-Prince-Édouard. Les programmes provinciaux portaient sur les

domaines de la recherche régionale, de la promotion auprès du consommateur et du développement des marchés.

LES ÉLEVEURS DE BOVINS DU MANITOBA ont utilisé le financement provenant du prélèvement national pour la création d'une Chaire pour l'industrie fourragère de l'Ouest canadien pour élargir le bassin d'expertise de l'Ouest canadien dans ce domaine de recherche. Le rôle de la Chaire de l'industrie fourragère est d'améliorer la communication et le transfert de technologie entre chercheurs et personnes impliquées dans l'industrie du boeuf et de l'industrie fourragère. Une autre activité a été la création de parcelles de plantes fourragères vivaces au *Western Beef Development Centre* et à l'Université du Manitoba. D'autres recherches incluaient la gestion et le contrôle des maladies grâce à une surveillance plus rigoureuse de la tuberculose bovine au Manitoba et l'achèvement des évaluations du risque à la ferme afin d'identifier les zones à risque de tuberculose bovine dans les fermes.

www.mbbef.ca

LES PRODUCTEURS DE BOEUF DE L'ONTARIO ont utilisé le financement provenant du prélèvement national pour la création d'un établissement au *Centre de recherche et d'innovation sur les bovins* de l'Université de Guelph pour remplacer les étables de vaches/veaux. Le financement a aussi été appliqué à sept projets de recherche se rapportant à la recherche et l'analyse économique, la durabilité de l'environnement, la santé et le bien-être animal, le développement de produits de boeuf pour l'Ontario, la productivité et la salubrité du boeuf à la ferme. Aussi, une session de planification de stratégie de recherche et développement sur le boeuf réunissant 40 intervenants de la chaîne d'approvisionnement a été convoquée pour planifier la gestion des futurs investissements dans la recherche.

Dans le domaine du développement et de promotion des marchés, les Producteurs de boeuf de l'Ontario ont utilisé le prélèvement national pour continuer la promotion du bœuf nourri au maïs de l'Ontario (*Ontario Corn Fed Beef*) qui est maintenant disponible dans plus de 240 magasins dans la province. Une campagne conjointe avec Mushrooms Canada auprès des consommateurs a donné lieu à des nouvelles recettes de boeuf (et de champignons), des vidéos de cuisine, des expositions et des commandites lors de la Conférence des blogueurs alimentaires du Canada. Des recettes et des ressources Web ont également été présentées au makeitontariobeef.ca en partenariat avec l'*Ontario Independent Meat Processors*. Un projet à plus long terme a été amorcé afin d'étudier le réaménagement durable des terres du Nord pour aider à agrandir le troupeau de vaches de la province et y établir de jeunes éleveurs de bovins.

www.ontariobeef.com

La **FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE BOVINS DU QUÉBEC** a utilisé les fonds du prélèvement national pour soutenir divers programmes de recherche et de développement des marchés. Les programmes de recherche portaient sur: la production et la qualité du fourrage; l'efficacité de vaccin pour les veaux d'engraissement; les systèmes de commercialisation et l'amélioration de la qualité pour les veaux de race laitière; et l'alimentation aux grains et aux sous-produits végétaux. Les investissements dans le développement et la promotion des marchés incluaient : des études sur les débouchés; des vidéos dédiés aux consommateurs et mettant en valeur la production bovine; de la publicité grand public sur le veau; le développement d'un site Web sur le veau de grain en français et en anglais; diverses promotions sur le veau dédiées au détail et aux services alimentaires; et des espaces publicitaires dans les journaux visant les consommateurs. .

www.bovin.qc.ca

LES ÉLEVEURS DE BOVINS DU NOUVEAU-BRUNSWICK ont utilisé le financement provenant du prélèvement national pour trois programmes de recherche basés sur la production visant à identifier

les taureaux reproducteurs très performants pour les producteurs de bétail commercial, la mise en œuvre de programmes axés sur la santé des troupeaux pour augmenter la valeur et la performance des veaux d'engraissement et l'amélioration des systèmes de manipulation des animaux à la ferme. Leurs priorités portaient sur la promotion, l'éducation et la communication avec les éleveurs au sujet des avantages de travailler ensemble sur ces nouveaux programmes ainsi que sur la valeur du prélèvement national et le retour aux éleveurs. Ils travaillent très étroitement avec les négociants d'animaux afin de déterminer leurs besoins pour bâtir une industrie forte au Nouveau-Brunswick. Ils travaillent également très étroitement avec la Nouvelle-Écosse et l'Î.-P.-É. sur plusieurs projets par le biais du *Maritime Beef Council*, tel que le projet d'harmonisation du prélèvement, pour établir des règles du jeu équitables entre éleveurs et négociants de bétail dans les trois provinces.

www.bovinsnbcattle.ca

LES ÉLEVEURS DE BOVINS DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE ont utilisé le financement provenant du prélèvement national pour deux projets de recherche: la performance productive et les mesures indirectes pour l'efficacité alimentaire et la fertilité des taureaux. Le développement et la promotion des marchés incluaient l'événement *Meet Your Farmer at the Mall* (Rencontrer votre producteur au centre commercial) qui était une initiative conjointe avec les organisations de produits et le ministère de l'Agriculture de la Nouvelle-Écosse. Ce fut un événement de deux jours dans le plus grand centre commercial de la province, soit à Dartmouth, et a attiré plus de 40 000 personnes. Pendant l'événement, les agriculteurs et le personnel ont informé les consommateurs sur les avantages de consommer du boeuf et où acheter de la viande de boeuf produite localement. Ils ont également fourni des recettes et des conseils de cuisson. Le programme *Farmer for a Day* (Éleveur d'un jour) fut une autre initiative conjointe pour éduquer les élèves de troisième et quatrième année sur les avantages de l'agriculture et la provenance de leurs aliments.

www.nscattle.ca

LES ÉLEVEURS DE BOVINS DE L'ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD ont utilisé le financement provenant du prélèvement national pour financer la recherche sur l'amélioration de l'efficacité alimentaire chez les génisses de remplacement. Les projets de développement et de promotion des marchés incluaient la campagne *Burger Love* de l'I.P.É. qui a recruté des consommateurs et des restaurants dans une campagne de médias sociaux pour acheter des hamburgers et les évaluer en ligne pour couronner le hamburger le plus aimé de l'I.P.É. Le *Certified Island Brand* a aussi bénéficié du financement pour aider à développer et soutenir la marque. Une séance de planification stratégique pour l'industrie du boeuf de l'I.P.É. a été convoquée afin de déterminer les objectifs qui pourraient être partagés entre l'industrie et Atlantic Beef Products. Ainsi, un forum de traçabilité a eu lieu conjointement avec le *Maritime Beef Council* pour examiner les exigences des réglementations fédérales imminentes en matière de traçabilité.

www.peicattleproducers.com

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

États financiers

31 mars 2015

Responsabilité de la direction

Au conseil d'administration de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie,

La responsabilité de la préparation et de la présentation des états financiers ci-joints, y compris des jugements et estimations comptables importants, selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, incombe à la direction. Cette responsabilité comprend le choix des méthodes comptables appropriées et la prise de décisions ayant une incidence sur l'évaluation des transactions pour lesquelles un jugement objectif est requis.

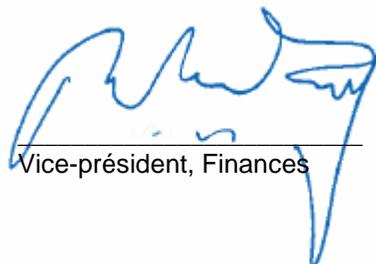
En s'acquittant de ses responsabilités à l'égard de l'intégrité et de la fidélité des états financiers, la direction conçoit et maintient les systèmes comptables et les contrôles internes connexes nécessaires pour fournir l'assurance raisonnable que les transactions sont dûment autorisées, que les actifs sont protégés et que les documents comptables sont maintenus de manière appropriée afin de fournir des informations fiables pour la préparation des états financiers.

Le conseil d'administration et le comité d'audit sont principalement composés d'administrateurs qui ne sont ni des membres de la direction ni des membres du personnel de l'Office. La responsabilité de superviser la direction pour s'assurer qu'elle s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière incombe au Conseil. Le Conseil s'acquitte de ces responsabilités en examinant l'information financière préparée par la direction et en s'entretenant des aspects pertinents avec la direction et les auditeurs externes. Le comité est responsable de recommander la nomination des auditeurs externes de l'Office.

MNP SENCRL, srl a été nommé par le gouverneur général en conseil, sur recommandation du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, pour effectuer l'audit des états financiers et leur faire directement rapport. Notre rapport figure à la page suivante. Les auditeurs externes ont un accès complet et illimité au comité et à la direction, et les rencontrent périodiquement et séparément afin de discuter des résultats de leur audit.



Président



Vice-président, Finances

Rapport des auditeurs indépendants

Au conseil d'administration de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie,

Nous avons effectué l'audit des états financiers ci-joints de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 mars 2015, et les états des résultats, de la variation de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

Responsabilité de la direction pour les états financiers

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

Responsabilité des auditeurs

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

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

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

Opinion

À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie au 31 mars 2015, ainsi que de sa performance financière et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Calgary (Alberta)
23 juin 2015

MNP SENCRL, S.F.I.
Comptables agréés

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
État de la situation financière

Au

	31 mars 2015	31 mars 2014
Actif		
Actifs à court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie (note 3)	6 638 419	5 447 236
Débiteurs (note 4)	3 605 898	3 416 093
Charges payées d'avance et dépôts	197 055	168 546
	10 441 372	9 031 875
Immobilisations (note 5)	1 857 805	212 078
	12 299 177	9 243 953
Passif		
Passifs à court terme		
Créditeurs et charges à payer (note 6)	2 314 873	2 444 488
Apports reportés liés aux immobilisations (note 8)	1 442 409	-
Produits reportés	9 202	15 045
Montant à payer à un apparenté (note 7)	536 092	313 020
	4 302 576	2 772 553
Engagements (note 9)		
Éventualités (note 10)		
Actif net		
Actif non grevé d'une affectation	2 944 805	1 419 604
Actif grevé d'une affectation (note 13)	4 100 000	-
Transferts de la réserve de consolidation (note 13)	951 796	5 051 796
	7 996 601	6 471 400
	12 299 177	9 243 953

Approuvé au nom du Conseil,



Administrateur



Administrateur

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers.

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

Exercice clos le

	31 mars 2015	31 mars 2014
Produits		
Produits tirés des contributions	7 664 602	7 989 230
Canadian Cattlemen Market Development Council	5 377 200	6 840 754
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	419 709	-
Prélèvements à l'importation	911 737	181 807
Intérêts	62 965	55 997
Divers	12 599	150 411
	14 448 812	15 218 199
Charges		
Fonctionnement (tableau 1)	5 274 704	5 889 307
Développement des marchés (tableau 2)	4 973 146	5 533 792
	10 247 850	11 423 099
Recherche		
Beef Cattle Research Council	1 228 387	1 131 055
Investissement provincial (note 12)		
Fédération des producteurs de bovins du Québec	679 937	725 563
Beef Farmers of Ontario	652 077	667 270
Manitoba Cattle Producers' Association	46 640	58 186
Prince Edward Island Cattle Producers	31 995	32 314
Nova Scotia Cattlemen's Association	22 900	16 852
New Brunswick Cattle Producers	13 288	49 143
Saskatchewan Cattlemen's Association	537	2 274
Autres	-	(302)
	2 675 761	2 682 355
Total des charges	12 923 611	14 105 454
Excédent des produits sur les charges	1 525 201	1 112 745

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
État de l'évolution de l'actif net

Exercice clos le

	Non grevé d'une affectation	Grevé d'une affectation	Transferts de la réserve de consolidation	31 mars 2015	31 mars 2014
Actif net à l'ouverture de l'exercice	1 419 604	-	5 051 796	6 471 400	5 358 655
Excédent des produits sur les charges	1 525 201	-	-	1 525 201	1 112 745
Affectation au fonds de réserve (note 13)	-	4 100 000	(4 100 000)	-	-
Actif net à la clôture de l'exercice	2 944 805	4 100 000	951 796	7 996 601	6 471 400

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
État des flux de trésorerie

Exercice clos le

	31 mars 2015	31 mars 2014
Flux de trésorerie liés aux activités suivantes :		
Activités de fonctionnement		
Excédent des produits sur les charges	1 525 201	1 112 745
Comptabilisation hors trésorerie des apports reportés afférents aux immobilisations (note 8)	(15 765)	-
Amortissement	114 682	74 354
Perte à la cession d'immobilisations corporelles (note 5)	22 733	4 187
	1 646 851	1 191 286
Variation des comptes du fonds de roulement		
Débiteurs	592 915	(1 435 068)
Charges payées d'avance et dépôts	(28 509)	23 854
Créditeurs et charges à payer	(129 615)	463 365
Montant à payer à un apparenté	223 072	51 644
Produits reportés	(5 843)	15 045
	2 298 871	310 126
Activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations	(1 783 142)	(175 236)
Rentrée de fonds liée aux apports reportés afférents aux immobilisations (note 8)	675 454	-
	(1 107 688)	(175 236)
Augmentation de la trésorerie	1 191 183	134 890
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	5 447 236	5 312 346
Trésorerie à la clôture de l'exercice	6 638 419	5 447 236

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers.

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

Notes complémentaires

Exercice clos le 31 mars 2015

1. Mission de l'Office

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (l'« Office »), qui exerce ses activités sous le nom Bœuf Canada, a été créé le 17 janvier 2002 à titre d'organisme sans but lucratif sous le régime de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (la « Loi »). À ce titre, l'Office est exonéré d'impôt. Afin de préserver son statut d'organisme sans but lucratif, l'Office doit respecter certaines exigences de la Loi. La direction est d'avis que ces exigences ont été respectées.

L'Office a pour mission de rehausser et de maintenir la rentabilité des éleveurs canadiens de bovins de boucherie en favorisant l'excellence dans la recherche, la promotion et le positionnement des produits et la facilitation des mesures de commercialisation au pays et à l'étranger. L'Office est financé par l'intermédiaire d'un prélèvement (ou d'une contribution) non remboursable initialement fixé à 1,00 \$ par tête appliqué aux bovins de boucherie vendus au pays et importés au Canada.

2. Principales méthodes comptables

Les états financiers ont été établis conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif publiées par le Conseil des normes comptables au Canada et comprennent les principales méthodes comptables suivantes :

Conversion des devises

Les montants des opérations libellées en devises sont convertis en dollars canadiens aux taux de change en vigueur à la date des opérations. Les comptes des activités des succursales de l'Office situées au Japon, en Corée du Sud, à Hong Kong, en Chine, à Taïwan et au Mexique sont convertis au taux de change en vigueur à la date de l'état de la situation financière, et les éléments non monétaires sont convertis aux taux historiques applicables. Les produits et les charges sont convertis aux taux de change moyens en vigueur au cours de la période. Les gains et les pertes découlant de ces écarts de conversion sont inclus à l'état des résultats.

Impôts sur les bénéfices

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

Immobilisations

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

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

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

Comptabilisation des produits

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

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

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

Notes complémentaires

Exercice clos le 31 mars 2015

2. Principales méthodes comptables (suite de la page précédente)

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

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

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

Apports reportés afférents aux immobilisations

Les apports reportés afférents aux immobilisations correspondent à la tranche non amortie des apports grevés d'une affectation utilisée pour financer la mise en place du Canadian Beef Centre of Excellence de l'Office. La comptabilisation de ces apports à titre de produits est reportée jusqu'au moment où les immobilisations connexes sont amorties, après quoi les apports sont comptabilisés à titre de revenu sur la durée de vie utile des actifs connexes.

Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif exige que la direction fasse des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur les montants des actifs et des passifs présentés, sur les actifs et passifs éventuels présentés à la date des états financiers et sur les montants des produits et des charges comptabilisés pendant la période visée par les états financiers. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

Ces estimations et hypothèses sont examinées périodiquement et, lorsque des ajustements sont nécessaires, ils sont présentés dans l'état des résultats des périodes pendant lesquelles ils se produisent. Les estimations importantes de la direction ont trait à la durée de vie utile estimative des immobilisations, au montant net du recouvrement des débiteurs et au montant des prélèvements comptabilisés sur les bovins de boucherie.

Présentation de l'attribution des charges

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

Instruments financiers

L'Office comptabilise ses instruments financiers lorsqu'il devient partie à leurs dispositions contractuelles. Tous les instruments financiers sont initialement comptabilisés à leur juste valeur, y compris les actifs financiers et les passifs financiers prenant naissance et émis dans le cadre d'une opération entre apparentés avec la direction. Les actifs financiers et les passifs financiers prenant naissance et émis dans le cadre des opérations avec d'autres apparentés sont initialement évalués à leur valeur comptable ou à la valeur d'échange conformément au chapitre 3840, « Opérations entre apparentés » (voir la note 7).

Au moment de la comptabilisation initiale, l'Office peut choisir, de manière irrévocable, d'évaluer ultérieurement tout instrument financier à sa juste valeur. L'Office n'a pas fait ce choix pour la période considérée.

L'Office évalue ses instruments financiers comme suit :

- La trésorerie et les équivalents de trésorerie sont évalués à la juste valeur;
- Les débiteurs sont évalués au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif;
- Les créditeurs et charges à payer et les montants à payer à un apparenté sont classés et évalués à leur coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

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

Notes complémentaires

Exercice clos le 31 mars 2015

2. Principales méthodes comptables (suite de la page précédente)

Perte de valeur d'actifs financiers

L'Office évalue la perte de valeur de tous ses actifs financiers évalués au coût ou au coût amorti. Lorsqu'il y a indication d'une perte de valeur, l'Office doit déterminer s'il y a eu, au cours de la période, un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs. Dans l'affirmative, l'Office réduit la valeur comptable de l'actif financier déprécié au plus élevé des montants suivants : la valeur actualisée des flux de trésorerie attendus de la détention de l'actif; le prix qu'elle pourrait obtenir de la vente de l'actif ou le montant qui devrait être réalisé à l'exercice de tout droit envers une garantie détenue à l'égard de cet actif. Toute perte de valeur jugée durable doit être incluse dans l'état des résultats.

L'Office procède à la reprise des pertes de valeurs d'actifs financiers lorsqu'il y a diminution de la perte de valeur et que cette diminution peut être objectivement liée à un événement se produisant après la comptabilisation de la perte de valeur. Le montant de la reprise est comptabilisé dans l'état des résultats de la période au cours de laquelle la reprise a lieu.

3. Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent les fonds en caisse et les soldes bancaires portant intérêt. La trésorerie porte actuellement intérêt au taux de 1 % par année, sans échéance fixe.

4. Débiteurs

Le tableau suivant présente un sommaire de la composition des débiteurs au :

	31 mars 2015	<i>31 mars 2014</i>
Produits tirés des contributions	1 561 757	1 584 051
Canadian Cattlemen Market Development Council	1 111 710	1 663 986
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (<i>note 8</i>)	782 720	–
Prélèvements à l'importation	116 640	145 997
Autres	33 071	22 059
	3 605 898	<i>3 416 093</i>

5. Immobilisations

		31 mars 2015	<i>31 mars 2014</i>
	<i>Coût</i>	<i>Amortissement cumulé</i>	<i>Valeur comptable nette</i>
Matériel informatique et logiciels	158 698	102 124	56 574
Mobilier et agencements	171 783	57 308	114 475
Améliorations locatives	1 238 303	20 266	1 217 074
Matériel de bureau	42 304	19 750	22 354
Matériel de cuisine et appareils électroménagers	427 082	8 729	419 516
Site Web et logo	44 464	16 652	27 812
	2 082 634	224 829	1 857 805
			<i>212 078</i>

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

Notes complémentaires

Exercice clos le 31 mars 2015

5. Immobilisations (suite de la page précédente)

Au cours de l'exercice, l'Office a procédé à la cession d'immobilisations corporelles pour un produit total de 5 689 \$. Le coût de ces immobilisations corporelles était de 47 751 \$, leur amortissement cumulé s'établissait à 19 328 \$ et leur valeur comptable nette était de 28 423 \$. L'Office a comptabilisé une perte sur cession de 22 733 \$, laquelle est incluse dans les charges de fonctionnement.

6. Crédeurs et charges à payer

Le tableau suivant résume la composition des crédeurs au :

	31 mars 2015	31 mars 2014
Transferts des contributions	829 888	764 863
Dettes fournisseurs	571 856	696 151
Remises au gouvernement	248	2 455
Charges à payer	912 881	981 019
	2 314 873	2 444 488

7. Opérations entre apparentés

L'Office partage certains frais d'administration avec la Canadian Cattleman's Association et l'Alberta Beef Producers. La Canadian Cattleman's Association et l'Alberta Beef Producers sont des apparentés du fait que certains de leurs administrateurs respectifs siègent au conseil d'administration de l'Office. Au cours de l'exercice, l'Office a affecté la somme de 40 524 \$ (51 082 \$ au 31 mars 2014) en charges relatives à des services contractuels et la somme de 16 992 \$ (28 657 \$ au 31 mars 2014) en charges diverses, ainsi qu'il en a été décidé par le conseil d'administration sur une base annuelle. Au 31 mars 2015, les crédeurs et charges à payer comprenaient une somme de 6 641 \$ (1 101 \$ au 31 mars 2014) relative à ces montants.

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

Au cours de l'exercice, le Canada Beef International Institute (« CBII »), une entité apparentée à l'Office en raison de leur administration commune, a engagé des dépenses devant lui être remboursées par l'Office afin de mener des activités dans certains territoires étrangers. Au 31 mars 2015, un remboursement de 536 092 \$ (313 020 \$ au 31 mars 2014) était payable au CBII à titre de remboursement. Cette somme ne porte pas intérêt, est remboursable à vue, n'est pas garantie et n'est assortie d'aucune modalité de remboursement fixe.

Au cours de l'exercice, le CBII a inscrit des charges totales de 16 289 \$ (25 030 \$ en 2014) et un actif net de 564 239 \$ (580 528 \$ en 2014).

8. Apports reportés afférents aux immobilisations

Au cours de l'exercice, l'Office a reçu des fonds pour la construction et l'exploitation du Centre d'excellence du bœuf canadien (le « Centre »). Les fonds totaux engagés dans ce projet se sont chiffrés à 1 458 174 \$, dont une tranche de 1 024 497 \$ a été affectée à l'amélioration des immobilisations et une tranche de 433 677 \$ à l'achat de matériel. Le Centre a entrepris ses activités au printemps 2015, en conséquence de quoi un montant reporté de 15 765 \$ a été comptabilisé en tant que produits durant l'exercice considéré. Au 31 mars 2015, une tranche de 782 720 \$ du financement affecté était comptabilisée dans les débiteurs.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
Notes complémentaires
Exercice clos le 31 mars 2015

9. Engagements

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

2016	379 128
2017	232 379
2018	180 135
2019	163 857
2020	168 766
Par la suite	548 115
	1 672 380

10. Éventualités

En 2014, l'Office a été nommé à titre de partie défenderesse dans une réclamation de 300 000 \$ dans le cours normal des activités. L'action en justice a été réglée en décembre 2014 contre un paiement forfaitaire de 75 000 \$.

11. Instruments financiers

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

Risque de change

Le risque de change est le risque que la juste valeur ou que les flux de trésorerie futurs provenant d'un instrument financier fluctuent en raison de la variation des taux de change. Dans le cours normal de ses activités, l'Office conclut diverses opérations libellées en devises dont les produits, les charges, les débiteurs et les créditeurs connexes sont assujettis à la variation des taux de change. Au 31 mars 2015, les éléments suivants étaient libellés en devises :

	31 mars 2015 \$ CA	<i>31 mars 2014 \$ CA</i>
Trésorerie et équivalents de trésorerie (découverts bancaires)	8 023	(1 512)
Débiteurs	11 857	6 652
Créditeurs et charges à payer	398 551	328 954

Risque de crédit

L'Office tire ses produits et ses débiteurs sous la forme de prélèvements auprès d'associations actives dans le secteur des bovins de boucherie. L'Office est exposé au risque de crédit relatif à ces produits dans la mesure où ces associations pourraient éprouver des difficultés financières et ne pas être en mesure de respecter leurs obligations en raison des risques liés au secteur des bovins de boucherie en général. Au 31 mars 2015, 77 % du solde des débiteurs (40 % en 2014) de l'Office était à recevoir de trois de ces associations (trois en 2014).

12. Investissement provincial

Il s'agit de la tranche des prélèvements fédéraux remis aux associations provinciales de bovins de boucherie en fonction des pourcentages d'attribution des contributions nationales convenus. La remise à la Saskatchewan a trait aux prélèvements fédéraux sur les importations de bovins de boucherie vivants depuis les États-Unis.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
Notes complémentaires
Exercice clos le 31 mars 2015

13. Actif net

Actif net grevé d'une affectation

Au cours de l'exercice, le Conseil d'administration de l'Office a grevé d'une affectation un actif net de 4 100 000 \$ au titre d'un fonds de prévoyance afin de pouvoir assurer le bon déroulement des activités en cas de changement dans le financement obtenu ou de dissolution de l'Office.

Transferts de la réserve de consolidation

Le 1^{er} juillet 2011, l'Office a regroupé ses activités avec celles du Centre d'information sur le bœuf (le « CIB ») et de la Fédération d'exportation de bœuf du Canada (la « FEBC ») et exerce depuis ses activités sous la dénomination Bœuf Canada Inc. Conformément à la convention de consolidation intervenue entre la Canadian Cattlemen's Association et l'Office, la somme de 5 051 796 \$ a été transférée du CIB et de la FEBC à l'Office à titre de montant résiduel après règlement des obligations.

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

Tableau 1 – Fonctionnement

Exercice clos le 31 mars

	2015	2014
Fonctionnement (Canada)		
Amortissement	103 061	60 936
Frais bancaires et intérêts	11 523	14 645
Entretien du matériel informatique et fournitures	57 033	11 874
Honoraires de services-conseils, juridiques et d'audit	231 337	166 809
Perte (gain) à la cession d'actifs	7 627	(2 680)
Perte de change	(504)	–
Licences et abonnements	28 954	30 031
Bureau et réunions	221 812	246 079
Recrutement et formation	37 781	22 658
Loyer et paiements de location	398 952	388 898
Salaires et avantages	2 078 103	2 446 680
Commandites et dons	5 443	6 631
Frais de déplacement et assurances	490 374	627 937
Services publics	96 468	106 452
	3 767 964	4 126 950

	2015	2014
Fonctionnement (à l'étranger)		
Amortissement	11 621	13 418
Frais bancaires et intérêts	6 583	9 247
Entretien du matériel informatique et fournitures	2 547	2 423
Honoraires de services-conseils, juridiques et d'audit	41 105	43 396
Perte (gain) de change	5 783	(4 490)
Licences et abonnements	13 898	11 564
Bureau et réunions	26 619	63 599
Recrutement et formation	20 697	3 221
Loyer et paiements de location	197 365	255 100
Salaires et avantages	1 076 506	1 216 553
Frais de déplacement et assurances	46 396	98 477
Services publics	42 514	45 662
Perte à la cession d'actifs	15 106	4 187
	1 506 740	1 762 357
	5 274 704	5 889 307

**Office canadien de recherche, de développement des marchés
et de promotion des bovins de boucherie**
Tableau 2 – Développement des marchés

Exercice clos le 31 mars

	2015	2014
Développement des marchés – Amérique du Nord		
Campagne de reconnaissance de la marque	300 000	71 476
Développement du marché canadien	723 543	1 474 840
Soutien au service à la clientèle	258 345	158 647
Gestion des enjeux	–	26 000
Initiative de positionnement sur le marché	4 852	110 224
Développement du marché mexicain	–	2 999
Communication en matière de nutrition	320 850	217 280
Relations publiques	232 321	180 595
Communications avec les intervenants	213 141	254 854
Développement du marché américain	245 364	513 834
Mesures à valeur ajoutée	–	(1 679)
	2 298 416	3 009 070
	2015	2014
Développements des marchés – Marchés mondiaux		
Chine	406 756	317 240
Hong Kong	130 905	141 829
Marchés émergents	297 347	386 193
Japon	521 799	433 855
Corée	68 572	139 743
Asie du Sud-Est	284 367	95 765
Amérique latine	501 718	706 640
Marchés mondiaux	463 266	303 457
	2 674 730	2 524 722
	4 973 146	5 533 792