



RAPPORT ANNUEL
1^{er} avril 2013 au 31 mars 2014

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

Faisant affaire sous le nom de
Bœuf Canada



Message du président



Chuck MacLean, Président
Boeuf Canada inc.

Au nom de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, communément appelé **Bœuf Canada inc.**, je suis heureux de présenter ce rapport annuel pour la période du 1^{er} avril 2013 au 31 mars 2014.

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie a débuté ses activités en 2012. L'*Ordonnance sur les redevances à payer* est entrée en vigueur le 14 avril 2005. Toutes les provinces canadiennes ayant une organisation bien structurée pour les bovins de boucherie sont en mesure de percevoir les redevances fédérales (aussi appelées « **prélèvement national** ») sur les bovins vendus au Canada et de payer les redevances à l'Office.

L'introduction du prélèvement sur les bovins de boucherie, le bœuf et les produits de boeuf a constitué un événement majeur en 2013/14. 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* afin d'inclure un prélèvement sur les importations a été annoncé conjointement par Boeuf Canada inc. et le ministre de l'Agriculture, Gerry Ritz, le 30 juillet 2013. Ces règlements donnent à Bœuf Canada inc. le droit de percevoir une redevance sur les importations de bovins de boucherie, de bœuf et de produits de boeuf, ce qui n'a pas été fait avec d'autres produits agricoles importés au Canada. Il s'agit d'un pas en avant important et historique, non seulement pour l'industrie du boeuf mais pour le secteur canadien de l'agriculture. Tout au long du processus, le Conseil des produits agricoles du Canada et le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada ont exprimé leur soutien et se sont révélés une aide précieuse.

Les fonds résultant du prélèvement à l'importation seront optimisés par les investissements de l'industrie et contribueront à une augmentation significative du financement de la commercialisation, de la promotion et de la recherche pour l'industrie du boeuf.

Ce rapport constitue le deuxième rapport annuel de l'organisation nationale indépendante et unique de commercialisation, de promotion et de recherche pour les bovins de boucherie qui a fusionné et intégré 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 entité nouvellement constituée a débuté ses activités sous le nom de Bœuf Canada inc. le 1^{er} juillet 2011. Son évolution et son approche commerciale fonctionnent bien et son avenir est prometteur. Bœuf Canada inc. continue de mettre l'accent sur une plus grande efficacité et des résultats significatifs. Les perspectives de rentabilité de l'industrie ont été plus favorables au second semestre de l'année 2013 qui a été marquée par des baisses drastiques des coûts des aliments pour animaux, de meilleures marges de profit et des prix du bœuf plus élevés. Les prix des bovins ont continué leur ascension en 2014 à des niveaux inégalés depuis un certain nombre d'années.

Ce rapport inclut les états financiers 2013/14 et un sommaire de haut niveau des activités de développement et de promotion des marchés, de recherche et d'activités provinciales financées par le prélèvement national.

Bœuf Canada inc. utilise pleinement la structure et les pouvoirs de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie en centralisant les responsabilités et l'obligation de rendre compte vers une seule organisation pour le développement de programmes nationaux et internationaux de commercialisation et de marques. Cela a mené à une seule marque unifiée et une seule équipe de marketing et permet de rendre des comptes avec plus de précision aux parties concernées dont les éleveurs de bovins et d'autres partenaires de financement y compris le gouvernement.

Le **Conseil de recherche sur les bovins de boucheries** demeure le groupe de recherche national financé par le prélèvement national. Son but est de parrainer la recherche ainsi que l'élaboration et l'adoption de technologies pour appuyer la vision de l'industrie canadienne du bœuf qui est d'avoir des produits de bœuf canadien de haute qualité reconnus comme les plus remarquables à la fois par les clients canadiens et les clients internationaux.

Les **organisations provinciales** peuvent continuer à utiliser les fonds du prélèvement national pour financer des projets de recherche, de commercialisation et de promotion spécifiques aux provinces pour les produits de bœuf et de veau. Aussi, le prélèvement national est le « financement de l'industrie » qui sert de base pour obtenir des fonds équivalents provenant du Fonds de développement du marché canadien du bœuf et des bovins et des grappes agro-scientifiques de l'industrie des bovins pour les plans à long terme de commercialisation et de recherche.

Bœuf Canada inc. est une organisation jeune et est en bonne voie de trouver son rythme opérationnel. Elle établit son propre parcours de réalisations grâce à une stratégie nationale de recherche coordonnée, un marketing et des promotions excitants et la nouvelle initiative de pointe, le Centre d'excellence du bœuf canadien (voir page 8). Ensemble, nous procurons un excellent retour sur les investissements du prélèvement et bâtissons un avenir solide pour notre industrie.

Lorsque je regarde en arrière, je réalise que Bœuf Canada Inc. a accompli beaucoup dans un temps très court. Au cours des deux dernières années où j'ai eu le privilège d'être à la présidence de Bœuf Canada inc., cette organisation n'a jamais ralenti et nous sommes fiers des progrès réalisés. Nous estimons et apprécions le nombre incroyable de commentaires et de suggestions de la part des producteurs et des groupes provinciaux partout au Canada.



Chuck MacLean, Président
Boeuf Canada inc.

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 bœuf 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 2013/14. 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 bœuf et de produits de bœuf au Canada sont assujetties au prélèvement de 1 \$ par tête ou équivalent carcasse. Bœuf 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 entre 600,000 \$ et 800,000 \$ par année selon les conditions du marché. Ce montant peut être accru avec les investissements de l'industrie, ce qui créera une augmentation significative du financement pour la commercialisation, la promotion et la recherche pour l'industrie du bœuf.

Bœuf Canada inc, au nom de toute l'industrie, apprécie le soutien et l'aide du Conseil des produits agricoles du Canada et du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada pour l'adoption du prélèvement à l'importation.

L'OFFICE RESTRUCTURÉ (CONSOLIDÉ)

Ce rapport constitue le deuxième 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.

Cet organisme unique et consolidé a été créé 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. **Le nouvel organisme 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 2013/14

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 2013/14:

Président – Chuck MacLean, Alberta
Grant Huffman, Colombie-Britannique
John Schooten, Alberta
Jack Hextall, Saskatchewan
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
Willie Van Solkema – 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); John Baker (Vice-président exécutif, Global Marketing); Michael Shittu (VP, Finance); et Ron Glaser (VP, 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 2013/14 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 de marché 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.

Au cours de 2013/14, l'industrie a continué à mettre l'accent sur le positionnement de l'industrie du bœuf canadien comme leader mondial dans la production de bœuf de qualité grâce à l'Avantage du bœuf canadien (ABC). Cette vision commune est le pilier des programmes nationaux de recherche, de développement de marché et de promotion financés par le prélèvement national pour promouvoir l'industrie canadienne du bœuf. L'Avantage du bœuf canadien est une proposition de valeur basée sur une stratégie de différenciation de la marque pour le bœuf canadien par rapport aux autres pays producteurs de bœuf. L'ABC promeut les avantages de choisir le bœuf canadien en fonction des attributs réalisés de la ferme à la fourchette. Ces avantages/attributs incluent des pratiques de production consciencieuses, la gérance de l'environnement, la qualité du boeuf et les bénéfices de rendement, en plus du dossier exemplaire du Canada en matière de santé animale et de salubrité alimentaire.

Du total des investissements du prélèvement national, 65 % a été consacré au développement et à la promotion des marchés domestiques et internationaux, 13,7 % a été consacré à la recherche et 21,3 % a été retenu par les organisations provinciales d'éleveurs de bétail pour les programmes de commercialisation et de recherche de leurs régions respectives.

Activités financées par le prélèvement national et résultats 2013/14

1. Promotion et développement des marchés nationaux et internationaux – Boeuf Canada

En 2013/14, Bœuf Canada a continué à développer et exploiter un Avantage du bœuf canadien dynamique et spécifiquement conçu pour "offrir une valeur reconnue". Les programmes de marketing de Bœuf Canada ciblaient une clientèle très spécifique qui représentait une excellente opportunité de générer un retour sur investissement. Ces clients ciblés étaient dans des marchés et des segments qui pouvaient recevoir les valeurs les plus élevées pour du bœuf et du veau de haute qualité provenant d'animaux élevés aux grains, ce qui a valorisé les systèmes de salubrité et de qualité du bœuf canadien.

Les programmes étaient axés sur la reconnaissance, la compréhension et la notoriété de la marque du bœuf canadien, tant au Canada qu'à l'étranger. La priorité a continué à être mise sur le développement

de synergies avec les partenaires commerciaux et les partenaires de licence de marque à l'égard de la marque figurative du bœuf canadien, le symbole visuel de la marque du bœuf canadien promis aux clients.

On dénombre maintenant un total de 167 partenaires de licence de marque à travers le monde comparativement à 134 il y a un an. Le nombre total de titulaires de licence engagés envers la marque du boeuf canadien sur le marché domestique est passé de 103 à 124. Les licences de marque continuent de dominer la part des segments du détail et de la restauration au Canada. À l'étranger, Bœuf Canada a augmenté le total des partenaires de licence à 43 dans les marchés clés des États-Unis, du Mexique et du Moyen Orient. En Asie, la marque continue à être très bien perçue et utilisée efficacement lors d'initiatives de marketing.

Une mesure de rendement importante pour Bœuf Canada est le montant des investissements de l'industrie que les activités de Bœuf Canada peuvent rentabiliser sur le marché grâce à des initiatives exécutées en partenariat avec des partenaires commerciaux et des titulaires de licences de marque. En 2013/14, Boeuf Canada a investi une somme de 741 998,43 \$ en initiatives de partenariat. Les projets ont été réalisés grâce au Programme d'expansion des marchés qui évalue le niveau d'investissement approprié de Boeuf Canada basé sur un ensemble de mesures objectives et sur la façon dont le projet correspond aux objectifs. L'investissement total de l'industrie s'est chiffré à 4 480 079,70 \$ grâce à ces programmes, ce qui signifie que, pour chaque 1 \$ investi par Bœuf Canada, les partenaires de l'industrie ont investi 6,04 \$.

L'histoire de Bœuf Canada qui donne vie à la marque a été développée davantage et intégrée aux activités de marketing. Elle fournit la plateforme pour exploiter les caractéristiques techniques ou fonctionnelles de l'Avantage du boeuf canadien dans une approche attentive au consommateur qui renforce ainsi le caractère émotionnel dont les relations avec les producteurs canadiens, l'environnement naturel du Canada et l'engagement durable de production bovine.

L'histoire du bœuf canadien a servi d'exemple et de source d'inspiration pour la marque du bœuf canadien en unifiant les communications aux consommateurs pour Bœuf Canada, les partenaires et les autres parties impliquées. Boeuf Canada est en quelque sorte devenu un centre de ressources et joue un rôle moteur en terme d'outils de commercialisation pour diffuser de l'information et des images représentant le boeuf canadien. La voix, le ton, le style et les images ont pris forme pour utiliser l'histoire du boeuf canadien dans tous les marchés. Les ressources incluent les PDV, les circulaires, les médias sociaux, les sites Web, le matériel de vente au détail et de la restauration, une application, des vidéos, les mascottes "Rocky" et "Maple" au Japon à titre d'ambassadeurs de Bœuf Canada pour les événements éducatifs/promotionnels et autres. La diffusion de l'information au consommateur s'est poursuivie et des programmes pour des segments spécifiques qui ont de l'influence, tels que les médecins, ont été mis en œuvre. Bœuf Canada se réjouit à la perspective d'accroître ses ressources, de les partager avec les partenaires et les consommateurs et de bâtir ensemble la notoriété de la marque du boeuf canadien.

La plateforme de média social développée en 2012/13 a été élargie pour inclure divers outils de média social tels que Facebook, Twitter, Google Plus et plusieurs autres. La couverture des médias sociaux de Bœuf Canada rejoint à la fois les consommateurs et les communautés des producteurs qui aident à harmoniser les messages clés qui pourront être élaborés davantage par les intervenants de l'industrie. La portée des médias sociaux de Bœuf Canada s'est élargie de façon significative dans tous les secteurs visés par son programme médiatique. Les résultats incluent une augmentation de 42 % des « J'aime »

de Facebook, 59 % d'augmentation en nombre de vues YouTube, une augmentation de 52 % d'abonnés twitter à @Canadianbeef et plus de 90 % à @LoveCDNBeef.

D'un point de vue opérationnel, le passage d'une approche d'un marché spécifique vers une approche pivot régional dans les marchés hispaniques des États-Unis, du Mexique, de Cuba et aussi d'Amérique centrale a continué à maintenir l'efficacité et à tirer profit de l'expertise de l'organisation dans ce segment clé de marché cible. Boeuf Canada a atteint de nouveaux sommets dans le centre hispanique en 2013/14 avec des programmes de marketing très fructueux où Boeuf Canada s'est associé avec d'importantes entités des secteurs du tourisme, du vin et culinaires. Au cours de sa première année, grâce aux efforts de sensibilisation au Chili, au Panama, au Costa Rica en plus des importants efforts déployés au Mexique, le centre latin a livré de bons résultats et construit la fidélité envers la marque dans ces précieux marchés d'exportation mondiaux.

L'expérience très positive du pivot hispanique a mené Boeuf Canada à adopter une approche pivot asiatique à l'automne 2013 avec des hauts dirigeants en Asie pour superviser les efforts de marketing coordonnés dans l'ensemble de la région. Cela a permis aux bureaux régionaux d'accroître l'efficacité, l'information commerciale et l'harmonisation des programmes, ainsi que la mise en œuvre des programmes. Boeuf Canada et le gouvernement fédéral ont travaillé conjointement afin de mieux utiliser les ressources existantes dans le marché telles que les ambassades, les consulats et les délégués commerciaux canadiens pour promouvoir et commercialiser le boeuf canadien plus efficacement.

Pour renforcer davantage la fidélité des principaux clients envers la marque du boeuf canadien dans marchés émergents et internationaux, Bœuf Canada a déjà commencé à travailler sur un important projet en 2013/14, soit la création d'un **Centre d'excellence pour le boeuf canadien**. Le centre est destiné à être une installation d'avant-garde pour mettre en valeur les viandes canadiennes haut de gamme, encourager l'innovation, développer les connaissances et l'expertise et, finalement, créer de la valeur pour les producteurs de boeuf et de veau canadiens. Ainsi, le centre « donnera vie à la marque du bœuf canadien. »

Le plan prévoit une installation de pointe avec de l'espace et les ressources nécessaires pour aider l'industrie à promouvoir de nouveaux produits de boeuf, fournir une formation et une éducation axées sur les avantages techniques du boeuf canadien et jouer un rôle précieux en matière de commercialisation du boeuf au Canada et à l'étranger. Doté d'une cuisine commerciale complète, d'un comptoir de viande, d'une salle de classe, de salles à manger et de capacités de diffusion, le **Centre d'excellence pour le boeuf canadien** sera la pierre angulaire de l'industrie canadienne du boeuf et fournira un point de contact pour les opportunités commerciales nationales et internationales et les missions commerciales à venir.

Le Centre d'excellence pour le boeuf canadien sera situé à Calgary, dans les bureaux du siège social de Bœuf Canada. Bœuf Canada possède des bureaux au Canada (Calgary et Toronto), au Mexique, au Japon, en Chine et à Taïwan.

Pendant sa deuxième année d'activités, le nouvel organisme consolidé a continué à rajuster ses opérations, réaliser des gains d'efficacité et, en outre, rechercher les domaines méritant un surcroît d'attention aux détails et de création de valeur en tirant profit des ressources collectives de l'industrie et du gouvernement. En tant qu'administrateur du prélèvement national, Bœuf Canada a initié des mesures en 2013/14 pour renforcer la responsabilisation et la communication des résultats de la

création de valeur et du bilan global obtenu suite à l'investissement du prélèvement national à la fois pour le marketing et pour la recherche, et ce, d'une perspective nationale/internationale. Pour répondre aux besoins futurs en matière d'information, d'évaluation et de rapports financés par le prélèvement national, Bœuf Canada fait appel à toutes les entités qui bénéficient du financement du prélèvement national, y compris les provinces qui ont accès au prélèvement national pour la recherche régionale et pour les programmes de commercialisation du boeuf et du veau.

Pour plus d'information sur les programmes et les activités de Boeuf Canada, veuillez visiter le www.canadabeef.ca.

2. Recherche – Conseil de recherche sur les bovins de boucherie

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB), une division de l'Association canadienne des éleveurs de bovins, finance la recherche d'avant-garde pour faire progresser l'industrie canadienne des bovins de boucherie. La recherche est au coeur de la stratégie à long terme de développement durable dont l'accent sera mis sur l'amélioration de la compétitivité au moyen d'améliorations dans la qualité du boeuf, la salubrité des aliments, la productivité et la durabilité générationnelle. Le CRBB administre l'allocation de recherche provenant du prélèvement national et gère les grappes scientifiques de l'industrie canadienne des bovins de boucherie financées par l'AAC dans le cadre du programme Cultivons l'avenir avec le soutien additionnel d'un certain nombre de bailleurs de fonds de l'industrie et du gouvernement.

La première grappe scientifique de l'industrie canadienne des bovins de boucherie était une initiative d'une durée de quatre ans, finançant la recherche du 1^{er} avril 2009 au 31 mars 2013. L'industrie, incluant le montant du prélèvement national et le financement du gouvernement, totalisait approximativement 10,5 millions de dollars pour 32 projets de recherche. Les engagements de financement conjoints de l'industrie et du gouvernement envers une deuxième grappe scientifique pour l'industrie canadienne des bovins de boucherie (2013 – 31 mars 2018) s'élevaient à 20 millions de dollars, dont 14 millions de dollars provenant d'AAC et 5 millions de dollars en financement provenant de l'allocation de recherche du prélèvement national et des groupes provinciaux de l'industrie du bœuf, en plus des investissements des gouvernements provinciaux. Le financement a été affecté à 26 projets de recherche. Les résumés des projets sont disponibles sur le site Web du CRBB.

En 2013/14, le CRBB a continué à élaborer une Stratégie de diffusion des connaissances et de transfert de technologie amorcée au cours de la première grappe scientifique pour l'industrie des bovins pour convertir la recherche appliquée en outils efficaces et utilisés pour stimuler la compétitivité de l'industrie. Les résumés des projets de recherche complétés et en cours, des conseils sur l'adoption de technologie et d'innovation dans les pratiques de production et des commentaires sur des idées fausses au sujet de la production moderne de boeuf sont continuellement mis à disposition par l'intermédiaire du blog du CRBB au www.beefresearch.ca. Ces articles sont régulièrement référencés et redistribués par les médias et d'autres organismes.

Dans le but de démontrer l'importance des investissements du prélèvement national dans la recherche et pour encourager le gouvernement à bonifier ses propres investissements dans la recherche, l'industrie a adopté un rôle de premier plan pour faire connaître la valeur des investissements dans la recherche sur le bœuf, les bovins et le fourrage.

En 2013/14, le CRBB s'est associé à Services de recherche Canfax pour élaborer et mettre en œuvre un outil d'évaluation économique facilitant l'évaluation du rendement économique de la recherche sur les bovins au Canada, le développement des priorités de recherche du CRBB et le suivi des avantages économiques à long terme de la recherche financée par le CRBB. Un rapport initial sur les résultats a été rédigé et publié en février 2014. Le rapport décrit comment les dollars ont été investis entre 2009 et 2013 et comment cette recherche contribue à accroître l'efficacité dans la production, la qualité et la demande pour le boeuf canadien. Bien que l'on soit conscient que certains impacts puissent ne pas être pleinement apparents avant plusieurs années, le rapport a révélé que les plus importantes améliorations de la situation financière de l'industrie au cours des cinq dernières années ont été dans les domaines prioritaires « de la santé et du bien-être des animaux » et "des céréales fourragères et de l'efficacité alimentaire", puisque la recherche dans ces domaines permet l'adoption presque immédiate de nouvelles technologies avec un niveau élevé d'investissement privé. Le rapport complet peut être consulté au:

http://www.beefresearch.ca/files/pdf/BCRC_results_report_jan2014.pdf

En 2013/14, le CRBB a continué d'élaborer son programme de communication. Une série de 30 courtes vidéos appelée École de recherche sur le bœuf a été réalisée en partenariat avec RealAgriculture et complétée en décembre 2013. Une autre vidéo a également été produite pour présenter les résultats du dernier Audit national de la qualité du bœuf pour aider les producteurs à éviter les défauts coûteux des carcasses. Le CRBB a également commencé à présenter une série de webinaires pour transmettre aux producteurs des conseils provenant de chercheurs et autres experts de l'industrie relativement à la production basée sur la science. Les vidéos et les webinaires sont disponibles sur le site Web du CRBB au www.beefresearch.ca. Les consultations du site Web, les abonnements au blog et l'engagement des médias sociaux continuent d'augmenter chaque mois, en partie à cause de la campagne « Raise your beef IQ » du CRBB. La série d'images originales qui présente des faits basés sur la science est destinée à sensibiliser et encourager les producteurs à utiliser les ressources, à promouvoir l'importance des investissements continus dans la recherche sur le bœuf, les bovins et les céréales fourragères et à partager des messages positifs à propos de la production de bœuf canadien.

Le développement d'une unique Stratégie nationale de recherche sur le bœuf avec des résultats de recherche clairement définis a été réalisé par le CRBB et la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie du bœuf en 2012, avec la participation d'intervenants clés et des principaux bailleurs de fonds de la recherche sur le bœuf à travers le Canada. En 2013/14, le CRBB a continué à encourager et à faciliter la coordination entre les bailleurs de fonds pour travailler à la réalisation des objectifs de la stratégie. Le CRBB a recueilli et analysé les données fournies volontairement par d'autres organismes de financement pour la recherche sur le boeuf. Cette base de données va aider les organismes de financement à mieux communiquer, améliorer la collaboration, éviter le chevauchement et harmoniser les décisions relatives au financement pour atteindre les résultats de recherche attendus identifiés dans la stratégie.

En plus de parrainer la recherche et le développement technologique, le CRBB supervise et soutient le programme de salubrité alimentaire à la ferme de l'industrie du bœuf appelé le Verified Beef Production™ (VBP). Au cours de 2013/14, le VBP a poursuivi sa croissance avec l'augmentation du nombre d'exploitations de bovins formées. Plus de 17 100 exploitations de bovins au Canada sont actuellement formées. Cela représente environ 67 % de toutes les exploitations canadiennes de bovins. En outre, plus de 1 000 exploitations d'élevage de bétail ont participé à un contrôle optionnel de

validation pour s'inscrire au programme VBP. Le VBP est actuellement au stade de la planification de l'ajout de modules pour la biosécurité, les soins des animaux et la gérance de l'environnement avec une entente de 5 ans signée en décembre 2013. Ces modules additionnels sont une occasion pour les producteurs d'être reconnus davantage pour des pratiques de production crédibles.

3. Recherche, développement de marché et promotion

En 2013/14, des fonds du prélèvement national ont été transférés pour la recherche régionale et les programmes de commercialisation pour le bœuf et le veau gérés par : le Manitoba Beef Producers, l'Association des éleveurs de bovins de l'Ontario (maintenant appelée Beef Farmers of Ontario), la Fédération des producteurs de bovins du Québec, les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick, les Nova Scotia Cattle Producers et l'Association des éleveurs de bovins de l'Île-du-Prince-Édouard.

Les programmes provinciaux ont mis l'accent sur la recherche régionale, la promotion auprès du consommateur et le développement des marchés. Par exemple, le Manitoba Beef Producers a poursuivi la promotion du bœuf pour une autre saison lors de l'émission de cuisine The Great Tastes of Manitoba et des événements importants destinés au public. Une expérience interactive appelée Cattle Tales a fourni des informations sur la production de viande de boeuf, les produits de boeuf et les gens derrière les ranchs familiaux. Beef Farmers on Ontario a fait la promotion du bœuf lors de certains événements publics, ont présenté des démonstrations de cuisine, ont distribué des recettes et des ressources et ont fait davantage de promotion sur le bœuf grâce aux médias grand public et les campagnes menées sur les médias sociaux.

La Fédération des producteurs de bovins du Québec a continué d'entreprendre des activités de recherche comme la santé du bétail, l'alimentation et la gestion de troupeau ainsi que des projets de commercialisation et environnementaux. Beef Farmers of Ontario a financé des projets dans les domaines de recherche et d'analyse économiques, de la durabilité de l'environnement, de l'amélioration du bien-être des animaux, de l'efficacité de la production, de la commercialisation et du développement des produits et des produits sûrs.

Les programmes et services dans les Provinces Maritimes incluaient les communications, la recherche et la promotion qui ont appuyé les efforts de l'industrie pour commercialiser les bovins et les produits de bœuf et encourager le développement de pratiques efficaces et concurrentielles au sein de l'industrie.

Plus d'information est disponible sur les sites Web des associations provinciales qui utilisent le prélèvement national :

Manitoba Beef Producers www.mbbeef.ca

Beef Farmers of Ontario www.ontariobeef.com

Fédération des producteurs de bovins du Québec www.bovin.qc.ca

Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick www.bovinsnbcattle.ca

Nova Scotia Cattle Producers www.nscattle.ca

Association des éleveurs de bovins de l'Île-du-Prince-Édouard www.peicattleproducers.com

**Office canadien de recherche, de développement des marchés et de
promotion des bovins de boucherie**
États financiers
31 mars 2014

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 discutant des questions pertinentes 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 les membres pour effectuer l'audit des états financiers et leur faire directement rapport. Leur 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 2014, 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 de l'auditeur, 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 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 2014, 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)
Le 21 juillet 2014

MNP LLP
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 2014	31 mars 2013
Actif		
À court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie (note 5)	5 447 236	5 312 346
Débiteurs (Note 6)	3 416 093	1 981 025
Charges payées d'avance et dépôts	168 546	192 400
	9 031 875	7 485 771
Immobilisations (note 7)	212 078	115 383
	9 243 953	7 601 154
Passif		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer (note 8)	2 444 488	1 981 123
Produits reportés	15 045	—
Montant à payer à un apparenté (note 9)	313 020	261 376
	2 772 553	2 242 499
Éventualités (note 11)		
Actif net		
Non grevé d'une affectation	1 419 604	306 859
Transferts de la réserve de consolidation (note 2)	5 051 796	5 051 796
	6 471 400	5 358 655
	9 243 953	7 601 154

Approuvé au nom du Conseil,


Administrateur
Chuck Maclean


Administrateur
Jack Hextall

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

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

	31 mars 2014	31 mars 2013 (note 3)
Produits		
Produits tirés des contributions	7 989 230	8 737 508
Canadian Cattlemen Market Development Council	6 840 754	5 603 057
Prélèvements à l'importation	181 807	-
Intérêts	55 997	70 949
Divers	150 411	8 940
	15 218 199	14 420 454
Charges		
Fonctionnement (Tableau 1)	5 889 307	7 505 203
Développement des marchés (Tableau 2)	5 533 792	4 431 735
	11 423 099	11 936 938
Transfert des contributions nationales (note 13)		
Manitoba Cattle Producer's Association	58 186	63 960
Beef Farmers of Ontario	667 270	815 952
Fédération des producteurs de bovins du Québec	725 563	715 887
New Brunswick Cattle Producers	49 143	28 785
Nova Scotia Cattlemen's Association	16 852	21 868
Beef Cattle Research Council	1 131 055	1 177 167
Prince Edward Island Cattle Producers	32 314	2 161
Saskatchewan Cattlemen's Association	2 274	7 830
Autres	(302)	3 593
	2 682 355	2 837 203
Total des charges	14 105 454	14 774 141
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	1 112 745	(353 688)

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 la variation de l'actif net

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

	<i>31 mars 2014</i>	<i>31 mars 2013</i>
Actif net au début de l'exercice	5 358 655	4 947 890
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	1 112 745	(353 688)
Transferts de la réserve de consolidation (note 2)	–	764 453
Actif net à la fin de la période	6 471 400	5 358 655

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 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

	31 mars 2014	31 mars 2013
Flux de trésorerie liés aux activités suivantes :		
Fonctionnement		
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	1 112 745	(353 688)
Amortissement	74 354	49 726
Perte à la cession d'immobilisations corporelles (<i>note 7</i>)	4 187	-
	1 191 286	(303 962)
Variation des comptes du fonds de roulement		
Débiteurs	(1 435 068)	1 792 198
Stocks	-	2 302
Charges payées d'avance et dépôts	23 854	(109 912)
Créditeurs et charges à payer	463 365	58 761
Transferts de la réserve de consolidation (<i>note 2</i>)	-	764 453
Montant à payer à un apparenté	51 644	261 376
Produits reportés	15 045	-
	310 126	2 465 216
Investissement		
Acquisition d'immobilisations	(175 236)	(85 566)
Augmentation des liquidités	134 890	2 379 651
Flux de trésorerie au début de la période	5 312 346	2 932 696
Flux de trésorerie à la fin de la période	5 447 236	5 312 346

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 aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

1. But de l'Office

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (l'« Office »), exerçant ses activités sous le nom Bœuf Canada Inc., a été créé le 17 janvier 2002 et est inscrit à titre d'organisme sans but lucratif en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (la « Loi ») et, à ce titre, est exonéré d'impôts. Afin de préserver son statut d'organisme sans but lucratif en vertu de la Loi, 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 au moyen de l'excellence dans 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 commercialisés au pays et importés au Canada.

2. Consolidation des activités

Le 1^{er} juillet 2011, l'Office a consolidé ses activités avec celles du Centre d'information sur le bœuf et de la Fédération d'exportation de bœuf du Canada, et est maintenant appelé Bœuf Canada Inc. Les résultats d'exploitation du Centre d'information sur le bœuf et de la Fédération d'exportation de bœuf du Canada depuis cette date ont été inclus dans les présents états financiers. Conformément à la convention de consolidation intervenue entre la Canadian Cattlemen's Association et l'Office, la somme de 1 500 000 \$ a été retenue en règlement des obligations courantes du Centre d'information sur le bœuf. Au cours de la période close le 31 mars 2013, la somme résiduelle de 764 453 \$ après règlement de ces obligations a été transférée du Centre d'information sur le bœuf à l'Office.

Le tableau suivant résume les transferts de la réserve de consolidation :

	31 mars 2013
Solde d'ouverture	4 287 343
Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie	
Centre d'information sur le bœuf	764 453
Fédération d'exportation de bœuf du Canada	—
Transferts de la réserve de consolidation	5 051 796

Dans le cadre du regroupement, en 2013, l'Office a changé sa date de fin d'exercice de décembre à mars et, par conséquent, les données comparatives dans les présents états financiers reflètent la période de 15 mois close le 31 mars 2013.

3. Modification de méthode comptable

L'Office a modifié sa politique à l'égard des produits tirés des contributions remises aux associations provinciales. L'Office présente maintenant les produits et les charges remis aux associations provinciales sur une base nette, alors qu'il présentait auparavant les produits et les charges sur une base brute. La modification de méthode comptable permet de fournir des renseignements plus fiables et pertinents puisqu'elle présente les produits et les charges d'une manière semblable à d'autres organismes sans but lucratif et représente mieux le rôle limité de l'Office à titre de facilitateur de ces fonds plutôt qu'à titre de principal utilisateur.

L'état des résultats de l'Office a été retraité afin de tenir compte rétrospectivement de cette modification de méthode comptable. L'incidence de la modification de méthode comptable pour la période de 15 mois close le 31 mars 2013 s'est traduite par un recul des produits tirés des contributions de 935 044 \$, et une baisse des charges liées aux contributions nationales de 935 044 \$.

La modification de méthode comptable n'a pas eu d'incidence sur les états comparatifs de la situation financière, de la variation de l'actif net et des flux de trésorerie.

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

Notes aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

4. 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.

	<i>Taux</i>
Matériel informatique et logiciels	3 ans
Mobilier et agencements	5 ans
Améliorations locatives	10 ans
Matériel de bureau	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 la période au cours de laquelle les ventes de bovins de boucherie ont lieu et lorsque leur recouvrement est raisonnablement assuré.

Les transferts des contributions nationales 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 la période au cours de laquelle les ventes de bovins de boucherie ont lieu et lorsque leur recouvrement est raisonnablement assuré.

L'Office identifie les nouveaux organismes de vente et de livraison de bovins de boucherie et examine les volumes de vente de bovins de boucherie des organismes existants de vente et de livraison de bovins de boucherie 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 la période au cours de laquelle les modifications ont lieu. Les produits présentés représentent la tranche de l'Office des prélèvements recouverts et sont ajustés en fonction de toute tranche remboursable. En raison des incertitudes inhérentes à la présentation de l'information de ce secteur, des ajustements pourraient avoir lieu au cours de périodes futures, et ceux-ci pourraient avoir une incidence significative sur la situation financière de l'Office.

Les contributions consenties par le Canadian Cattlemen Market Development Council sont comptabilisées à titre de produits lorsqu'elles sont reçues ou à recevoir.

Les intérêts créditeurs sont comptabilisés à titre de produits dans la période où ils sont gagnés.

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.

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

Notes aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

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

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 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 9).

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 aux apparentés sont classés et évalués à leur coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

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.

5. 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.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion
des bovins de boucherie**
Notes aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

6. Débiteurs

Le tableau suivant présente un sommaire de la composition des débiteurs au 31 mars 2014 :

	<i>31 mars 2014</i>	<i>31 mars 2013</i>
Produits tirés des contributions	1 584 051	1 136 610
Canadian Cattlemen Market Development Council	1 663 986	823 115
Prélèvements à l'importation	145 997	-
Autres	22 059	21 300
	3 416 093	1 981 025

7. Immobilisations

	<i>31 mars 2014</i>	<i>31 mars 2013</i>		
	<i>Coût</i>	<i>Amortissement cumulé</i>	<i>Valeur comptable</i>	<i>Valeur comptable</i>
Matériel informatique et logiciels	80 890	55 421	25 469	35 603
Mobilier et agencements	142 210	38 032	104 178	22 835
Améliorations locatives	42 399	8 708	33 691	32 202
Matériel de bureau	54 185	15 629	38 556	10 185
Site Web et logo	21 870	11 686	10 184	14 558
	341 554	129 476	212 078	115 383

Au cours de la période, l'Office a fermé son bureau situé en Corée du Sud, et a procédé à la cession d'actifs dont le coût était de 6 988 \$, l'amortissement cumulé de 2 801 \$ et le total de la valeur comptable de 4 187 \$. L'Office a comptabilisé une perte sur cession de 4 187 \$, laquelle est incluse dans les charges de fonctionnement.

8. Crédoiteurs et charges à payer

Le tableau suivant résume la composition des crédoiteurs au 31 mars 2014 :

	<i>31 mars 2014</i>	<i>31 mars 2013</i>
Transferts des produits tirés des contributions	764 863	732 732
Dettes fournisseurs	696 151	494 554
TPS exigible	2 455	14 163
Charges à payer	981 019	739 674
	2 444 488	1 981 123

9. 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 de l'Office. Au cours de l'exercice, l'Office a affecté la somme de 51 082 \$ (52 287 \$ au 31 mars 2013) pour des services contractuels et la somme de 28 657 \$ (225 606 \$ au 31 mars 2013) aux frais de bureau, aux loyers et aux autres charges, ainsi qu'il en a été décidé par le conseil d'administration sur une base annuelle. Au 31 mars 2014, les crédoiteurs et charges à payer comprenaient une somme de 1 101 \$ (4 255 \$ au 31 mars 2013) relative à ces montants.

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

Notes aux états financiers

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

9. Opérations entre apparentés (suite de la page précédente)

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 la période, 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 2014, une somme de 313 020 \$ (261 376 \$ au 31 mars 2013) était payable au Canada Beef International Institute à titre de remboursement. Cette somme ne porte pas intérêt, n'est pas garantie et n'est assortie d'aucune modalité de remboursement fixe.

Au cours de la période, le CBII a inscrit des produits totaux de néant (13 047 \$ en 2013), des charges de 25 030 \$ (146 800 \$ en 2013) et un actif net de 580 528 \$ (605 558 \$ en 2013).

10. Engagements

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

2015	572 611
2016	492 578
2017	385 542
2018	333 269
2019	326 201
Par la suite	1 399 150
	<u>3 509 351</u>

11. Éventualités

L'Office a été nommé à titre de partie défenderesse dans une réclamation dans le cours normal des activités. L'action en justice est toujours à un stade précoce, et puisque les litiges sont soumis à de nombreuses incertitudes, il n'est pas possible de prédire l'issue finale de l'action ou d'estimer la perte, s'il y a lieu, qui pourrait en découler.

12. 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 2014, les éléments suivants étaient libellés en devises :

	31 mars 2014 \$ CA	31 mars 2013 \$ CA
Trésorerie et équivalents de trésorerie (découverts bancaires)	(1 512)	599
Débiteurs	6 652	11 753
Créditeurs et charges à payer	328 954	338 238

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. À la fin de l'exercice, 40 % du solde des débiteurs (78 % en 2013) de l'Office était à recevoir de trois de ces associations.

**Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion
des bovins de boucherie
Notes aux états financiers**

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

13. Transfert des contributions nationales

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**
Tableau 1 – Fonctionnement

Exercice clos le 31 mars 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

	2014	2013
Fonctionnement (Canada)		
Amortissement	60 936	32 188
Frais et intérêts bancaires	14 645	11 146
Entretien du matériel informatique et fournitures	11 874	59 858
Honoraires de services-conseils, juridiques et d'audit	166 809	392 381
Gain à la cession d'actifs	(2 680)	-
Perte de change	-	3 599
Licences et abonnements	30 031	68 827
Frais de bureau et de rencontres	246 079	165 405
Recrutement et formation	22 658	57 034
Loyer et paiements de location	388 898	385 553
Salaires et avantages	2 446 680	3 616 571
Commandites et dons	6 631	14 425
Frais de déplacement et assurances	627 937	580 382
Services publics	106 452	123 906
	4 126 950	5 511 275

	2014	2013
Fonctionnement (à l'étranger)		
Amortissement	13 418	17 538
Frais et intérêts bancaires	9 247	11 005
Entretien du matériel informatique et fournitures	2 423	5 327
Honoraires de services-conseils, juridiques et d'audit	43 396	111 206
Perte (gain) de change	(4 490)	4 316
Licences et abonnements	11 564	21 754
Frais de bureau et de rencontres	63 599	89 654
Recrutement et formation	3 221	32
Loyer et paiements de location	255 100	302 313
Salaires et avantages	1 216 553	1 263 251
Frais de déplacement et assurances	98 477	101 201
Services publics	45 662	66 331
Perte à la cession d'actifs	4 187	-
	1 762 357	1 993 928
	5 889 307	7 505 203

**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 2014 et période de 15 mois close le 31 mars 2013

	2014	2013
Développement des marchés – Amérique du Nord		
Campagne de reconnaissance de la marque	71 476	–
Développement du marché canadien	1 474 840	1 340 505
Soutien au service à la clientèle	158 647	449 193
Gestion	26 000	70 607
Initiative de positionnement sur le marché	110 224	84 804
Développement du marché mexicain	2 999	365 473
Communication en matière de nutrition	217 280	252 374
Relations publiques	180 595	103 666
Communications avec les intervenants	254 854	326 905
Développement du marché américain	513 834	411 866
Mesures à valeur ajoutée	(1 679)	1 679
	3 009 070	3 407 072
	2014	2013
Développements des marchés – marchés mondiaux		
Chine	317 240	99 450
Hong Kong	141 829	36 330
Marchés émergents	386 193	342 550
Japon	433 855	339 971
Corée	139 743	165 368
Taiwan	–	40 994
Asie du Sud-Est	95 765	–
Amérique latine	706 640	–
Marchés mondiaux	303 457	–
	2 524 722	1 024 663
	5 533 792	4 431 735