



CANADIAN  
BEEF CATTLE  
CHECK-OFF

# RAPPORT ANNUEL

2020-2021

# PRÉFACE

## **LE PRÉLÈVEMENT CANADIEN SUR LES BOVINS DE BOUCHERIE EST GÉRÉ ET ADMINISTRÉ PAR L'OFFICE CANADIEN DE RECHERCHE, DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ET DE PROMOTION DES BOVINS DE BOUCHERIE, QUI AGIT À TITRE D'AGENCE CANADIENNE DE PRÉLÈVEMENT SUR LE BŒUF (L'AGENCE).**

Le prélèvement national sur les bovins de boucherie est un prélèvement obligatoire perçu sur les ventes de bovins partout au Canada pour financer les activités de recherche et de commercialisation au nom de l'ensemble de l'industrie. Il est perçu auprès des producteurs de bovins par les organismes provinciaux lorsqu'ils commercialisent leurs bovins, au moyen de leurs systèmes de collecte existants qui font appel aux marchés aux enchères, aux acheteurs de commandes, aux inspecteurs de marque et à d'autres personnes qui s'occupent de la vente de bovins.

L'objectif du prélèvement national sur les bovins de boucherie est double : accroître les ventes intérieures et d'exportation de bœuf et trouver de meilleures méthodes de

production du bœuf et de bovins de boucherie. Le prélèvement national sur les bovins de boucherie est une source essentielle de revenus pour financer des initiatives qui font progresser l'industrie et créent des marchés solides pour les bovins et le bœuf canadiens.

En collaborant avec des fournisseurs de services, l'Agence s'assure que les fonds prélevés sont investis dans des programmes de recherche, de développement des marchés et de promotion qui offrent une valeur mesurable aux producteurs canadiens.

L'Agence perçoit également une redevance à l'importation sur les bovins, le bœuf et les produits du bœuf. Les recettes provenant des redevances à l'importation sont investies dans des programmes de bœuf générique qui ne portent pas la marque du bœuf canadien, comme les compétences culinaires et la santé et le bien-être.

Le présent rapport annuel 2020-2021 de l'Agence présente un résumé des programmes et des résultats des activités financées par le prélèvement national sur les bovins de boucherie entre le 1er avril 2020 et le 31 mars 2021.

### TABLE OF CONTENTS

MESSAGE DU PRÉSIDENT.....1	APERÇU DU MARCHÉ ET DE L'INDUSTRIE .....8	MOBILISATION DU PUBLIC ET DES INTERVENANTS .. 18
MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE .....4	APERÇU DE L'AGENCE ..... 12	INVESTISSEMENTS PROVINCIAUX..... 20
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'AGENCE 2020-21 .....6	DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DES MARCHÉS ... 14	ÉTATS FINANCIERS ..... 29
	RECHERCHE ..... 16	

**L'AN DERNIER, LORSQUE VOUS AVEZ EU DE MES NOUVELLES, ÇA NE FAISAIT QUE QUELQUES MOIS QUE NOUS ÉTIIONS DANS L'UNE DES PÉRIODES LES PLUS STRESSANTES POUR NOTRE PAYS SUR LE PLAN ÉCONOMIQUE, ET CE, DEPUIS DES DÉCENNIES. LA COVID-19 A TELLEMENT CHANGÉ LE MONDE DANS LEQUEL NOUS VIVONS QU'IL EST DIFFICILE DE SE RAPPELER À QUOI RESSEMBLAIT LA VIE AVANT LES APPELS ZOOM ET LA DISTANCIATION SOCIALE.**

Mais la dernière année a vraiment montré à quel point notre industrie peut être résiliente et collaborative. Nous avons dû adapter notre manière de faire des affaires à bien des égards pour nos organisations nationales et

provinciales, alors que chez nous, sur le ranch, nous avons dû trouver des façons d'assurer la sécurité de nos familles, de nos amis et de nos employés tout en continuant de fournir du bœuf de qualité supérieure aux Canadiens et au monde entier.

L'argent de nos prélèvements a été très utile cette année, car elle a permis de soutenir des stratégies de marketing souples pour répondre aux besoins des consommateurs là où ils magasinaient et où ils livraient le plus, et d'investir des fonds de recherche dans des projets qui ont aidé les producteurs à accroître leur approvisionnement en aliments pour animaux et à accroître leur efficacité tout en maintenant le bétail dans un marché ralenti. Les investissements visant à maintenir et à accroître l'appui du public aux producteurs de bœuf et de boeuf ont été primordiaux cette année, et notre industrie continue de mettre l'accent sur les données

scientifiques qui montrent à quel point les bovins et le boeuf sont vraiment bénéfiques pour notre environnement et nos organisations.

Mais à mesure que les marchés fluctuent et que la façon dont nous élevons et produisons le bétail change, notre stratégie d'investissement en dollars de prélèvement doit changer aussi. Les différentes étapes du cycle du bétail indiquent différentes priorités d'investissement pour notre industrie, alors nous devons être prêts à surveiller ces signaux du marché et à demeurer souples.

Grâce à la Stratégie nationale sur le bœuf, notre industrie peut continuer de se concentrer sur les priorités qui nous permettront de progresser ensemble, ce qui comprend une stratégie de financement pour atteindre les objectifs qui auront une incidence sur la rentabilité et l'avenir des producteurs de bœuf canadiens. La Stratégie



# MESSAGE DU PRÉSIDENT

recommande à la fois des recommandations de financement pour chaque association provinciale de bovins, ainsi que des objectifs mesurables qui continueront de projeter notre industrie vers l'avenir. Et c'est le travail de nos organisations nationales du secteur du bœuf, y compris nos partenaires provinciaux et nos trois fournisseurs de services nationaux, d'aider à atteindre ces objectifs mesurables.

En parlant de nos fournisseurs de services, je dois les applaudir tous. Cette année n'a pas été facile et ils ont tous pris les devants pour continuer à travailler pour notre industrie sans rien manquer.

Chez Bœuf Canada, Michael Young a apporté un style de leadership impressionnant au service de commercialisation de notre industrie. Bœuf Canada continue de prospérer avec Michael à la barre et il est très encourageant de voir les stratégies de commercialisation mises en œuvre au nom de nos producteurs de bœuf et de veau. C'est certainement une source de fierté.

Au Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB), Andrea Brocklebank a été un roc pour notre industrie. Au fil des crises et de la prospérité, Andrea a continué de diriger le CRBB et les stratégies de recherche de l'industrie pour faire ce qu'elles font le mieux, c'est-à-dire aider les producteurs de bovins à faire ce qu'ils font le mieux. La capacité de recherche qui a été maintenue ou développée pour notre industrie pendant le leadership d'Andrea a été une réalisation incroyable.

À la tête de l'équipe de Mobilisation du public et des intervenants (MPI), Amie Peck a continué de mettre en œuvre de nouveaux programmes et stratégies stimulants pour faire connaître au monde entier les histoires de notre industrie et de notre bœuf et de nos producteurs. Cela a été une joie absolue de voir le film *The Guardians of the Grasslands* se répandre dans tout le pays et cela me fait du bien de voir que notre industrie est entre bonnes mains.

Nos fournisseurs de services travaillent d'arrache-pied en notre nom, alors assurez-vous de prendre un moment pour les remercier de tout ce qu'ils font pour faire avancer notre

industrie. Nous sommes très chanceux d'attirer et de retenir les meilleurs talents de l'industrie bovine, et je veux qu'ils sachent à quel point les producteurs de bœuf du Canada apprécient le travail qu'ils font.

J'aimerais également profiter de l'occasion pour remercier les membres de l'Agence de leur engagement cette année. Il peut être difficile pour certains d'entre nous de participer pleinement et de rester enthousiastes à l'idée de faire des affaires à distance, mais je peux dire sans l'ombre d'un doute que l'Agence et nos comités ont été tout aussi occupés, sinon plus actifs, avec notre passage au monde virtuel. J'apprécie tout le monde et leur engagement à faire de leur mieux pour notre industrie, et je tiens à vous remercier de rester flexibles et engagés.

Notre personnel a également besoin de reconnaissance! Melinda German et Tayla Fraser ont continué de maintenir notre navire à flot et de pointer dans la bonne direction, même avec les coups durs que la pandémie continue de nous lancer. C'est vraiment difficile pour moi d'imaginer ne pas avoir cette merveilleuse équipe, et je suis tellement reconnaissant qu'elle travaille si fort au nom des producteurs de bœuf et de veau.

Enfin, je tiens à remercier chacun d'entre vous qui faites partie de l'Industrie canadienne du bœuf et du veau. Je sais que cela n'a pas été facile et que des facteurs comme la rentabilité, la consolidation, la perception du public et tout le puissant dollar travaillent souvent contre nous, mais quand nous baissions la tête et allons travailler chaque jour, nous savons que notre industrie continue de faire ce qui est bon pour nous aujourd'hui, et ce qui est bon pour nos enfants demain.

Cordialement,

**CHAD ROSS**  
PRÉSIDENT  
AGENCE CANADIENNE DE PRÉLÈVEMENT DU BŒUF





**GRÂCE À LA STRATÉGIE NATIONALE DU BŒUF, NOTRE INDUSTRIE PEUT CONTINUER À SE CONCENTRER SUR LES PRIORITÉS QUI NOUS FERONT AVANCER ENSEMBLE. CE QUI COMPREND UNE STRATÉGIE DE FINANCEMENT POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS QUI AURONT UNE INCIDENCE SUR LA RENTABILITÉ ET L'AVENIR DES PRODUCTEURS DE BŒUF CANADIENS.**

**CINQ ANS SE SONT ÉCOULÉS DEPUIS QUE NOS PARTENAIRES DE L'ASSOCIATION PROVINCIALE DU BÉTAIL SE SONT RÉUNIS À UNE TABLE À CALGARY ET ONT COMMENCÉ À ÉLABORER UN PLAN POUR CHANGER LE FONCTIONNEMENT DE L'AGENCE CANADIENNE DE RECHERCHE, DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ET DE PROMOTION DES BOVINS DE BOUCHERIE.**

Nos intervenants de l'industrie cherchaient trois choses : la reddition de comptes, la transparence et le dévouement à l'administration du prélèvement national.

En ce qui concerne les objectifs initiaux et les intentions des groupes d'intervenants qui se sont réunis autour de cette table, je me réjouis de la situation actuelle. Nous avons un groupe engagé de membres du conseil d'administration de l'Agence qui sont responsables devant chaque intervenant de l'industrie. Nous avons réalisé des progrès mesurables en



# **MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE**

définissant un rôle distinct pour les membres de l'Agence et le personnel administratif de la direction du marketing de l'organisation. Nous mettons énormément l'accent sur l'investissement transparent de chaque dollar perçu en prélèvement national et en prélèvement à l'importation au Canada. Au bout de cinq ans, je suis heureuse de dire que nous sommes exactement là où nous devrions être.

La dernière année a été difficile – le travail à domicile était un nouveau concept pour bon nombre d'entre nous, et le personnel et les membres de l'Agence ont connu des périodes d'apprentissage difficiles. Mais nous avons réussi à déplacer la majorité de nos activités à distance, et nous avons à peine raté un instant en offrant des services à tous nos partenaires provinciaux et aux fournisseurs de services nationaux pendant que nous jonglions avec la distanciation sociale et les restrictions de voyage.

Le passage à des réunions virtuelles a eu un effet positif sur l'Agence. L'engagement des membres de notre Agence cette année a été sans précédent, grâce à une collaboration positive d'un océan à l'autre, et nous avons travaillé rapidement dans divers domaines parce que nous pouvons établir des liens rapidement et régulièrement. Bien qu'il n'y ait pas de remplacement pour une bonne vieille réunion de réseautage, il y a quelque chose à dire sur le maintien de l'élan lorsque vous êtes obligés de faire des affaires un peu différemment en période difficile.

Nous avons organisé une formation en ligne de sept séances sur les prélèvements pour toutes les associations provinciales de bovins afin de rapprocher tous les groupes d'intervenants provinciaux. Grâce à la prestation de cours en direct, aux enregistrements en ligne et à un nouveau forum de discussion, nous avons travaillé à uniformiser les règles du jeu en ce qui concerne les connaissances de la perception et de la remise des cotisations et l'application des taux de redevance. La formation nous a également permis, à l'Agence et dans d'autres provinces, de mieux comprendre les réalités des redevances qui diffèrent d'une province à l'autre et la meilleure façon de relever les défis ensemble. Il a également mis en lumière certaines occasions de travailler ensemble, d'améliorer les processus et de déterminer les domaines mutuels d'intérêt futur pour l'inspection et la conformité.

Une autre grande victoire pour l'Agence a été la diminution constante des comptes douteux pour le prélèvement sur les importations de bœuf. Nous continuons de travailler à l'observation du prélèvement à l'importation auprès des clients, ce qui est souvent davantage un exercice de sensibilisation que d'application de la loi. Il est important de garder les voies de communication ouvertes avec les importateurs pour comprendre les complexités du prélèvement à l'importation et les avantages pour l'industrie.

Cette année, l'industrie a continué de mettre l'accent sur la Stratégie nationale pour le bœuf, et nous sommes fiers d'appuyer l'orientation que prennent les conseillers canadiens en matière de bœuf. Les objectifs et les piliers demeurent la responsabilité des organisations nationales du secteur du bœuf, y compris nos fournisseurs de services nationaux, et nous devons garder à l'esprit des stratégies de financement souples et efficaces. En établissant un lien entre nos rapports et les résultats du prélèvement national aux

objectifs de la Stratégie nationale sur le bœuf, nous pouvons nous assurer de continuer à travailler avec nos partenaires nationaux et provinciaux, et non contre eux.

La grande majorité des fonds de prélèvement sont affectés à des programmes de recherche, de marketing et de mobilisation du public et des intervenants qui offrent une valeur mesurable. Ces organisations dirigées par les producteurs continuent de garder à l'esprit les meilleurs intérêts des producteurs de bœuf du Canada alors qu'elles élaborent des stratégies et investissent dans des programmes qui visent à atteindre les objectifs de la Stratégie nationale sur le bœuf et à obtenir le meilleur rendement possible de l'investissement.

L'an prochain, vous verrez les résultats de la dernière étude sur le rendement de l'investissement qui est en cours pour mesurer les avantages du prélèvement national et du prélèvement à l'importation au Canada. Nous sommes tout à fait déterminés à partager les données de cette étude avec notre industrie, afin de bien comprendre les possibilités et les défis liés au prélèvement national et aux prélèvements à l'importation au Canada. La dernière étude a révélé que le prélèvement national et le prélèvement à l'importation combinés ont permis d'obtenir un ratio coûts-avantages de 24:1 au Canada, et nous sommes impatients d'apprendre comment la valeur des investissements aura changé au cours des dernières années.

L'industrie canadienne du bœuf est reconnue pour sa résilience, et je suis fière de la collaboration que j'ai dont j'ai été témoin pendant cette pandémie. Je croise les doigts pour que la vie revienne un peu à la normale cette année à venir, mais je suis reconnaissante pour les points positifs que nous avons pu glaner d'une année éprouvante.

Je me réjouis à la perspective de continuer à soutenir les producteurs de bœuf et de veau du Canada à l'Agence et de continuer à rester en contact avec les intervenants et les producteurs locaux. J'encourage tout le monde à communiquer avec nous d'une façon ou d'une autre, que ce soit par l'entremise de votre représentant des membres de l'Agence, de votre association bovine provinciale, de notre bulletin en ligne ou de votre plateforme de médias sociaux préférée.

Voyons maintenant ce que 2021 nous réserve...



**MELINDA GERMAN**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE  
AGENCE CANADIENNE DE PRÉLÈVEMENT SUR LE BŒUF

# CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'AGENCE 2020-21



Président : Chad Ross,  
Saskatchewan



Vice-président : Jeff Smith,  
Alberta



Terry Wiebe,  
Colombie-Britannique



Doug Sawyer, Alberta



Mary Paziuk, Manitoba



Jack Chaffe, Ontario



Kirk Jackson, Québec



Trevor Welch,  
Nouveau-Brunswick

Le conseil d'administration de l'Agence est composé de 16 membres provenant de partout au Canada. Dix sièges sont attribués aux producteurs proposés par leurs associations provinciales d'éleveurs de bovins, et six sont des représentants du Conseil des viandes du Canada, des importateurs, des détaillants et des exploitants de services alimentaires. Ces six représentants sont nommés par leurs organisations respectives ou par les délégués à l'assemblée générale annuelle.

Le Conseil travaille à la fois dans son ensemble et par l'entremise de comités consultatifs et opérationnels ciblés pour s'acquitter de son mandat. Le Comité de gouvernance et le Comité des finances fonctionnent comme des comités consultatifs et sont composés uniquement de membres de l'Agence. Le seul comité opérationnel, le Comité de marketing, est constitué par une nomination des membres de l'Agence et une élection des producteurs et des membres à titre personnel. Le Comité du marketing est responsable de la surveillance de Bœuf Canada, l'organisme chargé d'investir des fonds de contribution dans le développement et la promotion des marchés. Les membres de ce comité sont nommés et élus parmi les meilleurs dans le domaine du bœuf et de la commercialisation, ce qui garantit que l'industrie canadienne du bœuf reçoit une forte valeur de son investissement en commercialisation grâce aux prélèvements.



Larry Weatherby,  
Nouvelle-Écosse



David Francis,  
Île-du-Prince-Édouard



Coral Manastersky,  
A.C.I.E. Canada



Russ Mallard, Conseil des  
viandes du Canada



Mike Kennedy, Conseil des  
viandes du Canada



Andre Forget, Conseil des  
viandes du Canada



John Curtis, Conseil des  
viandes du Canada



Stephen Christie, Secteur de  
la vente au détail et des  
services alimentaires

# APERÇU DU MARCHÉ ET DE L'INDUSTRIE

## LES INTERRUPTIONS DE PRODUCTION ONT EXERCÉ UNE PRESSION SUR LES PRIX DES BOVINS

Les interruptions de production liées à la COVID-19 ont pesé sur le marché des bovins gras jusqu'en 2020, surtout dans l'Ouest. Les prix moyens des bouvillons engraisés de l'Alberta étaient de 138,85 \$/qt, en baisse de 10,50 \$/qt par rapport à 2019, et ils étaient les plus bas depuis 2013. Les prix des bovins gras de l'Ontario ont été supérieurs à ceux de l'Alberta pendant une bonne partie de 2020 et se sont établis en moyenne à 144,83 \$/qt.

Les prix des bouvillons de 850 livres de l'Alberta ont baissé de 6,26 \$/qt par rapport à 2019, à 178,70 \$/qt. Les prix des bouvillons de 850 livres de l'Ontario sont demeurés stables avec ceux de 2019, qui étaient de 182,45 \$/qt. Les prix des veaux étaient relativement stables. Les bouvillons de 550 livres de l'Alberta affichaient en moyenne 1 \$/qt de plus qu'en 2019, à 221 \$/qt. Les prix en Ontario étaient de 12 \$/qt supérieurs à ceux de 2019, et étaient généralement égaux avec l'Alberta à 221 \$/qt.

## LA PRODUCTION DE BŒUF ET LES STOCKS DE BOVINS LÉGÈREMENT EN BAISSÉ

En 2020, la production de bœuf (exportations intérieures et bovins d'abattoir vivants) a diminué de 1,6 % pour s'établir à 3,28 milliards de livres. L'abattage de bovins a diminué en avril et en mai en raison d'interruptions de production liées à la COVID-19, mais a été ramené aux niveaux historiques au cours de la deuxième partie de l'année, les usines de conditionnement fonctionnant à pleine capacité et même à plus de 100 % d'utilisation en ajoutant les abattages du samedi. La production intérieure a diminué de 2 % pour s'établir à 2,8 milliards de livres. Les exportations de bovins d'abattoir vivants ont augmenté de 0,7 % pour atteindre 436 millions de livres. La production de bouvillons engraisés a été stable par rapport à l'année dernière, tandis que la production de bouvillons non-engraisés a diminué de près de 10 %. Le poids moyen des carcasses de bouvillons canadiens était de 917 livres, soit huit livres de plus qu'en 2019, mais était inférieur de deux livres au record établi en 2016.





# MARKET OVERVIEW

## 2020

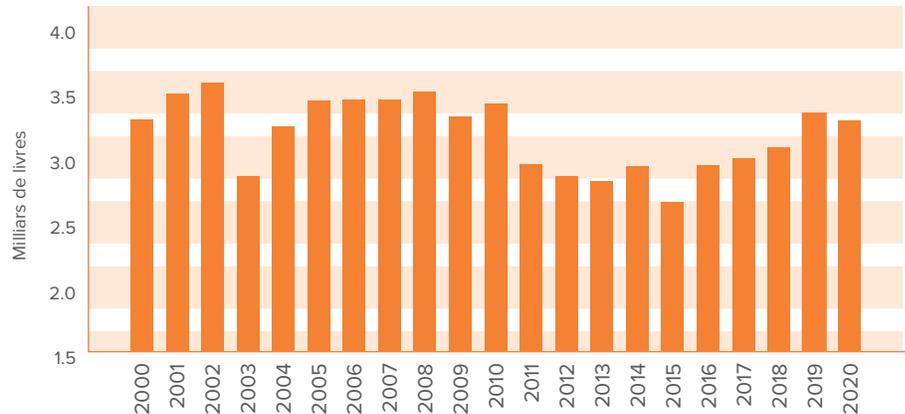
Canadian Beef  
Check-off Agency



Les stocks totaux de bovins et de veaux au 1er janvier 2021 étaient en baisse de 0,6 % pour s'établir à 11,15 millions de têtes. Il s'agit de la troisième année consécutive de diminution des stocks. Les stocks de vaches de boucherie ont diminué de 0,4 % pour s'établir à 3,53 millions de têtes, soit le nombre le plus faible depuis 1990. Les génisses de remplacement ont augmenté de 4,1 % pour atteindre 545 400 têtes. Cela a plus que compensé la diminution du nombre de vaches de boucherie, ce qui a entraîné une augmentation de 0,2 % du nombre total de femelles reproductrices de bovins, soit 4,1 millions de têtes. Le taux d'abattage des vaches de boucherie a diminué, passant de 12,6 % en 2019 à 10,7 % avec une réduction de l'abattage des vaches en 2020.

### PRODUCTION CANADIENNE DE BŒUF

(comprend les exportations d'abattage)



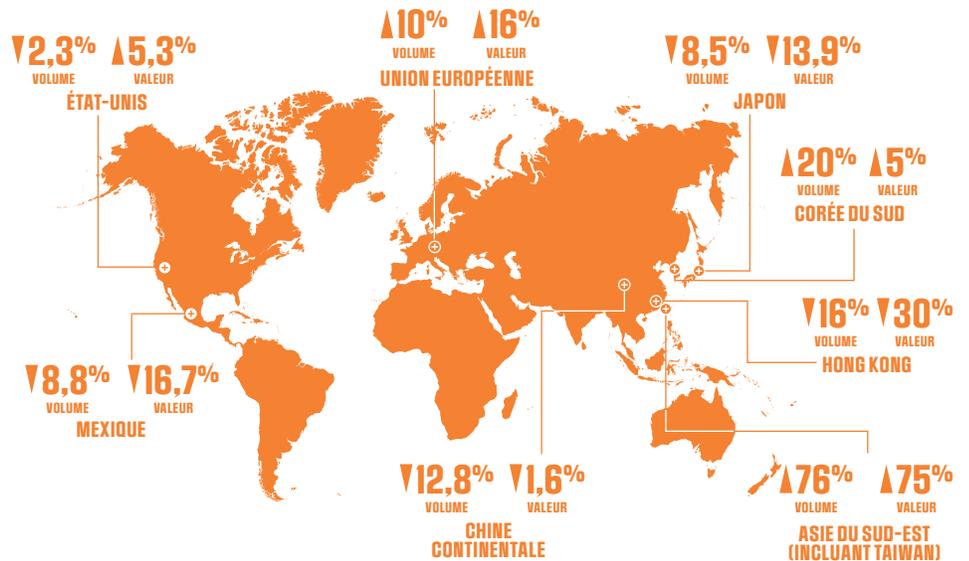
Source: Canfax Research

### FORTE DEMANDE INTÉRIEURE ET INTERNATIONALE

La consommation totale de bœuf canadien en 2020 a augmenté de 1,5 % pour s'établir à 972 018 tonnes (poids carcasse) avec une diminution des exportations et une augmentation des importations. La consommation par habitant a augmenté de 0,3 % pour atteindre 18,03 kg. Soixante-dix-sept pour cent de la consommation intérieure de bœuf provenait du bœuf canadien en 2020, comparativement à 81 % en 2019. Les prix déflatés du bœuf au détail ont augmenté de 5,2 %, les chocs de la chaîne d'approvisionnement ayant entraîné des prix record en juin. La hausse des prix combinée à l'augmentation de la consommation par habitant a fait grimper la demande de bœuf au détail de 5,5 % à son plus haut niveau depuis 2016.

La demande internationale a augmenté de 3,3 %, les exportations de bœuf ayant diminué de 3 % en volume, mais augmenté de 1 % en valeur pour atteindre 425 060 tonnes (poids du produit) évaluées à 3,26 milliards de dollars. Le prix moyen à l'exportation a

### EXPORTATIONS DE BŒUF 2020



**LES ÉTATS-UNIS SONT DEMEURÉS LE PRINCIPAL MARCHÉ D'EXPORTATION DU BŒUF CANADIEN, REPRÉSENTANT 73 % DES EXPORTATIONS TOTALES.**



## IMPORTATIONS DE BŒUF

**▲ 23%**  
EN VOLUME

**▲ 24%**  
EN VALEUR

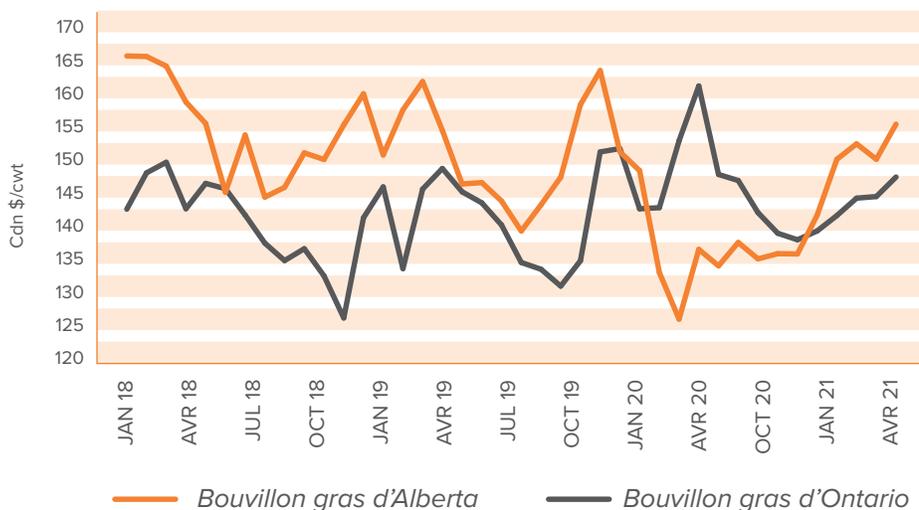
**188 932 TONNES ÉVALUÉES À 1,52 G\$**  
**LE PLUS GRAND VOLUME D'IMPORTATION**  
**DEPUIS 2015**

bondi de 4,5 %, passant de 7,34 \$/kg à 7,66 \$/kg, la valeur totale des exportations établissant un nouveau sommet pour la cinquième année consécutive. Comparativement à la moyenne quinquennale (2015-2019), les exportations de bœuf en 2020 ont augmenté de 12 % en volume et de 26 % en valeur.

Les États-Unis ont continué d'être le principal marché d'exportation du bœuf canadien, représentant 73 % des exportations totales. Le Japon est demeuré le deuxième marché en importance avec 10,6 % des exportations totales, suivi du Mexique (3,6 %), de Hong Kong (3,3 %) et de la Chine continentale (2,5 %). Les exportations vers les États-Unis ont diminué de 2,3 % en volume, mais ont augmenté de 5,3 % en valeur pour s'établir à 309 562 tonnes évaluées à 2,46 milliards de dollars.

Les exportations vers le Japon ont diminué de 8,5 % en volume et de 13,9 % en valeur pour s'établir à 45 147 tonnes évaluées à 305 millions de dollars. Les exportations vers le Mexique ont diminué de 8,8 % en volume et de 16,7 % en valeur pour s'établir à 15 155 tonnes, à 106 millions de dollars. Les exportations vers Hong Kong ont diminué de 16 % en volume et de 30 % en valeur pour s'établir à 14 198 tonnes évaluées à 109 millions de dollars. Les exportations vers la Chine continentale ont diminué de 12,8 % en volume et de 1,6 % en valeur pour s'établir à 10 504 tonnes, à 102 millions de dollars. Les exportations vers l'Asie du Sud-Est (y compris Taiwan) ont augmenté de 76 % en volume et de 75 % en valeur pour atteindre 10 519 tonnes, à 64 millions de dollars. Les exportations vers la Corée du Sud ont augmenté de 20 % en volume et de 5 % en valeur pour s'établir à 6 784 tonnes, à

### BOUVILLON GRAS DE L'ALBERTA ET DE L'ONTARIO



Source: Canfax Research

45 millions de dollars. Les exportations vers l'Union européenne (UE) ont augmenté de 10% en volume et de 16 % en valeur pour s'établir à 295 tonnes pour 32 millions de dollars.

Les importations de bœuf ont augmenté de 23 % en volume et de 24 % en valeur, pour atteindre 188 932 tonnes évaluées à 1,52 milliard de dollars. Il s'agit du volume d'importation le plus important depuis 2015, et il est de 5,7 % supérieur à la moyenne quinquennale de 178 736 tonnes. Les États-Unis sont demeurés le plus important fournisseur de bœuf importé du Canada, représentant 56 % des importations. L'UE a remplacé l'Australie comme deuxième fournisseur d'importations représentant 11 % du total des importations, suivie de la Nouvelle-Zélande (10 %) et de l'Uruguay (8 %), tandis que l'Australie (7,8 %) est tombée au cinquième rang.

Le volume net des échanges de bœuf du Canada a diminué de 17 %, passant de 284 021 tonnes à 236 129 tonnes, et la valeur commerciale nette a diminué de 13 %, passant de 1,98 milliard de dollars à 1,73 milliard de dollars en 2020. Malgré la baisse d'une année à l'autre, le volume et la valeur des échanges nets sont demeurés de 18 % et de 45 % supérieurs à la moyenne quinquennale de 200 691 tonnes et de 1,20 milliard de dollars.

### **PREMIER TRIMESTRE 2021**

Alors que les nouveaux cas de COVID-19 ont fait un bond au cours de la première partie de 2021 et ont mené à un retour aux confinements dans de nombreuses régions du pays, le déploiement des vaccins contre la COVID-19 crée des motifs d'optimisme pour l'économie. Le PIB du Canada devrait augmenter de 6 % en 2021, et l'on s'attend à une forte reprise après la réouverture des services de proximité physique.

Le secteur du conditionnement a fait un travail impressionnant en ce qui concerne les stocks de bovins gras. L'abattage de bovins au premier trimestre était de 3 % supérieur à celui d'il y a un an, de 15 % supérieur à la moyenne quinquennale et était le plus important abattage au premier trimestre depuis 2007. Les prix des bovins gras se sont améliorés par rapport à ceux de l'année précédente et ont dépassé la moyenne quinquennale au cours de la première semaine de mai. Les prix des veaux se sont redressés pour atteindre les niveaux les plus élevés depuis 2015. Les exportations de bœuf ont connu une croissance robuste, le volume ayant augmenté de 12 % et la valeur ayant augmenté de 11 % au premier trimestre.

On s'attend à ce que le marché des bovins fasse face à des vents contraires à mesure que les coûts des aliments du bétail et le dollar canadien continuent de grimper. En avril, les prix de l'orge à Lethbridge ont atteint un sommet record de 325 \$/tonne, en hausse de 36 % par rapport à l'année précédente et de 42 % par rapport à la moyenne sur cinq ans. Le maïs de l'Ontario a également atteint un sommet record de 308\$/tonne, en hausse de 61 % par rapport à l'année précédente et de 63 % par rapport à la moyenne sur cinq ans. On s'attend à ce que le resserrement des approvisionnements intérieurs et mondiaux de céréales ainsi que la forte demande d'importation de céréales fourragères par la Chine maintiennent les coûts des aliments à des niveaux élevés. À la mi-mai, le dollar canadien a atteint un sommet en six ans, dépassant 0,83 \$US. Si le dollar continue d'augmenter, il pourrait exercer une pression supplémentaire sur les prix des bovins et les exportations.



# APERÇU DE L'AGENCE

En 2020-2021, les revenus du prélèvement sur les bovins de boucherie canadiens ont totalisé 17 155 434 \$ sur les bovins commercialisés, déduction faite de la partie provinciale du prélèvement fédéral.

Sur le total des fonds de prélèvement recueillis pour la mise en marché des bovins, 54 % ont été affectés au développement et à la promotion du marché, 27 % à la recherche, 13 % ont été retenus par les organismes provinciaux de bovins pour des programmes régionaux de commercialisation et de recherche et 6 % ont été attribués à la mobilisation du public et des intervenants.

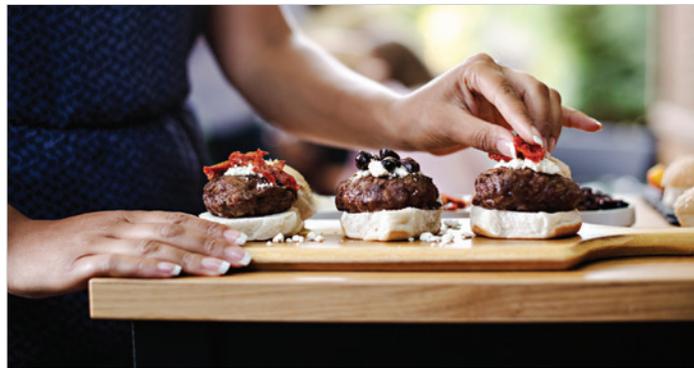
La redevance à l'importation sur les bovins de boucherie, le bœuf et les produits du bœuf importés au Canada a également été perçue au taux de 1 \$ par équivalent-tête, pour un total de 1 256 416 \$. Ces fonds, l'administration nette, sont affectés à la commercialisation générique du bœuf sans marque, comme la commercialisation de la nutrition, l'élaboration de recettes et l'éducation aux compétences culinaires.

487 037 \$ ont été retenus pour l'administration de l'Agence canadienne de prélèvement sur le bœuf et du Conseil, ce qui était inférieur de 334 963 \$ au budget.

## ADMINISTRATION

Avec le début de la pandémie de COVID-19, il incombe à l'Agence de

trouver des moyens de veiller à ce que les activités se poursuivent comme d'habitude, tout en réduisant le plus possible le temps passé au bureau et en personne. L'Agence est passée entièrement au travail à distance et aux vidéoconférences l'an dernier, tenant près de 30 réunions virtuelles de conseils et de comités, remplaçant les réunions trimestrielles des conseils et des comités des années précédentes. Le niveau d'engagement des membres



de l'Agence et des comités est demeuré solide et a augmenté pendant la pandémie, ce qui prouve que les réunions virtuelles ont permis aux membres de faire plus avec moins.

L'Agence s'est de nouveau concentrée sur la conformité réglementaire de la collecte du prélèvement national et du prélèvement à l'importation. Avec la mise en œuvre d'un programme provincial de formation pour les agents de prélèvement dans chaque province, l'accent a davantage été mis sur le cadre réglementaire et a été traduit en scénarios réels partout au pays. Étant

donné que neuf des dix associations provinciales de bovins demandent à leur personnel de suivre la formation, il y a un niveau de compréhension de base constant en ce qui concerne le cadre réglementaire de la collecte des prélèvements au Canada.

La conformité réglementaire était un élément important du plan d'activités de l'Agence pour l'année, et le prélèvement national et le prélèvement à l'importation étaient ciblés. Le

prélèvement national sur les mises en marché interprovinciales a été ciblée pour les inspections des marchés aux enchères et des négociants en mettant l'accent sur l'éducation et la compréhension des versements de redevances.

Pour ce qui est du prélèvement à l'importation, l'Agence s'est concentrée sur les comptes qui se sont révélés difficiles à percevoir

par le passé et a mis au point un processus simplifié pour communiquer avec les importateurs ayant des importations plus petites et irrégulières. Cela a permis à l'Agence de réaliser de nouveau un gain substantiel dans le montant des comptes douteux antérieurs et d'augmenter le pourcentage de perception au profit de l'investissement dans le programme. L'Agence continue de chercher des moyens d'accroître l'efficacité dans ce domaine, afin d'offrir le meilleur rendement à l'industrie.

La pandémie ayant mis fin à bon nombre des inspections sur place prévues pour l'année, l'Agence s'est concentrée sur les vérifications au bureau auprès d'un mélange de commerçants et d'associations provinciales. Ces vérifications, bien que modestes, ont aidé les associations provinciales à atteindre leurs objectifs d'accroître la conformité tout en informant les intervenants sur le processus et les avantages de la perception des prélèvements.

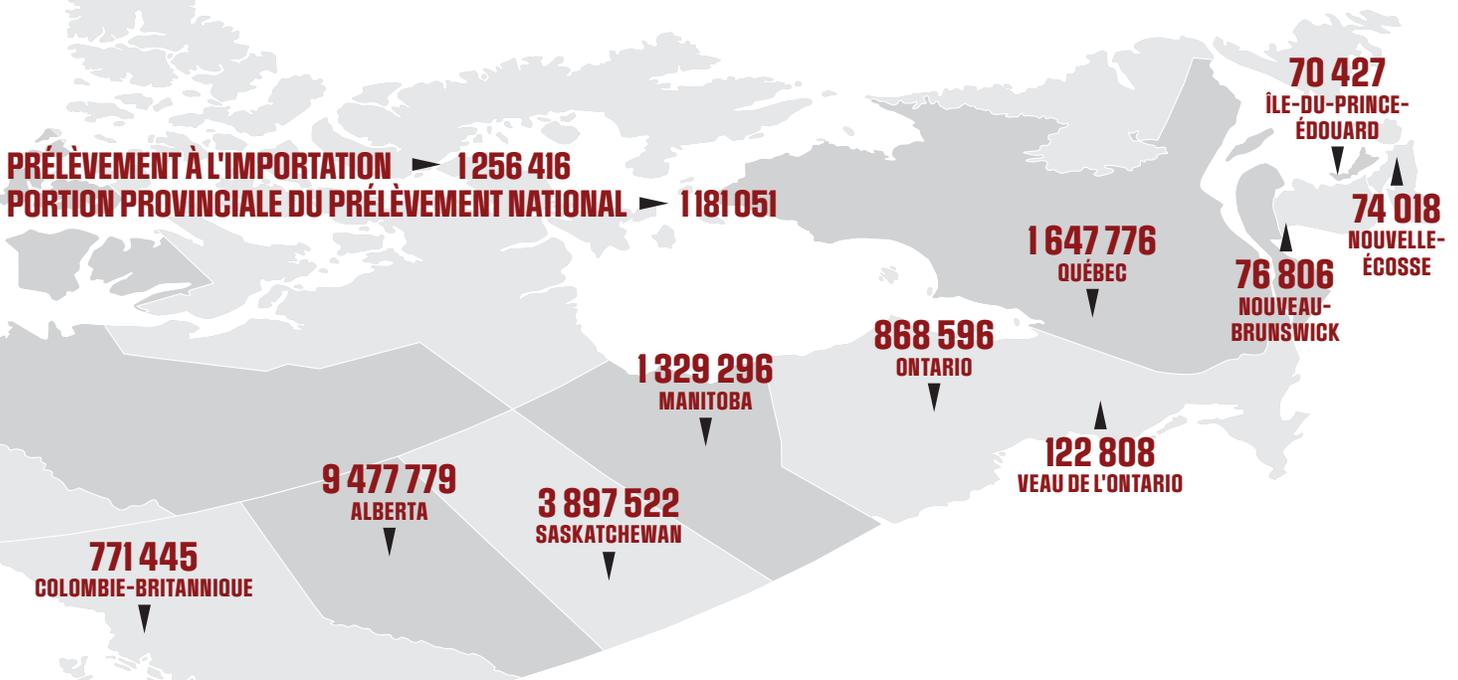
L'Agence a également lancé une autre étude visant à évaluer les avantages du prélèvement pour le bœuf au Canada, et les résultats devraient arriver à temps pour l'AGA de 2022. Cette étude examinera de plus près la programmation que les études antérieures, y compris le nouveau programme de mobilisation du public et des intervenants, pour montrer la valeur que les producteurs et l'ensemble de l'industrie retirent des dollars de prélèvement national et de prélèvement à l'importation. Cette étude est menée tous les cinq ans et sert à la fois d'objectif et de point de référence pour la planification de l'avenir de l'Agence et de tous les fournisseurs de services qui investissent des dollars de

prélèvement national et de prélèvement à l'importation au nom des producteurs et des importateurs.

Les comités de l'Agence continuent de travailler à l'élaboration de politiques et de procédures pour s'assurer que l'organisation demeure pertinente, engagée et représente activement les besoins uniques des producteurs et des importateurs de bœuf canadiens. L'Agence a récemment entrepris un examen des règlements pour s'assurer qu'ils sont modernes et efficaces. L'accent a été mis davantage sur la planification de la relève au sein du conseil d'administration de l'Agence, et l'Agence continue de travailler en étroite collaboration avec ses membres et ses partenaires provinciaux pour veiller à ce qu'un solide groupe de leadership continue de diriger l'Agence à l'avenir. En travaillant avec les membres du conseil d'administration qui ont l'intérêt et les compétences nécessaires pour accroître leurs rôles de leadership à l'Agence, le conseil d'administration est en mesure de planifier pour l'avenir et d'assurer un modèle de leadership durable.

## REVENU PROVENANT DES PRÉLÈVEMENTS NATIONAL ET À L'IMPORTATION

Le prélèvement national est perçu sur tous les bovins commercialisés au Canada, et le prélèvement à l'importation est appliqué à tous les bovins, la viande de bœuf et les produits de bœuf importés au pays.



### ALLOCATION DES REVENUS



- 54 % ► DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DES MARCHÉS
- 27 % ► RECHERCHE
- 13 % ► ORGANISATIONS PROVINCIALES D'ÉLEVEURS DE BOVINS
- 6 % ► ENGAGEMENT DU PUBLIC ET DES PARTIES PRENANTES

# DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DES MARCHÉS

**INVESTISSEMENT TOTAL :  
9 998 280 \$**

## **Prélèvements national + à l'importation**

Bœuf Canada met en œuvre sa stratégie commerciale en tirant parti des marques canadiennes de bœuf et de veau grâce à des activités de marketing auprès des consommateurs et de développement des marchés au Canada et dans les principaux marchés d'exportation partout dans le monde. Ces efforts accroissent la sensibilisation et la demande pour le bœuf et le veau canadiens et la valeur que les producteurs reçoivent pour leurs bovins.

La pandémie de COVID-19 a continué d'avoir des répercussions importantes sur les programmes de Bœuf Canada, car presque toutes les activités nationales et internationales ont été touchées par les protocoles de distanciation sociale sur les opérations de transformation des bovins, de vente au détail et de services alimentaires et la capacité d'exporter des produits vers les marchés.

Bœuf Canada a travaillé en collaboration avec des alliés des associations nationales représentant le bœuf, le veau et le porc. Des ressources ont été élaborées pour les consommateurs canadiens et les professionnels de la viande sur les marchés nationaux et internationaux. L'objectif était de rassurer les gens quant à la salubrité de la viande

et à la capacité de maintenir un approvisionnement stable en protégeant la santé des Canadiens qui travaillent dans le secteur.

Des fiches d'information et une vidéo animée pour communiquer les mesures de protection du Canada contre la COVID-19 ont été élaborées pour les marchés nationaux et internationaux. Les outils d'apprentissage ont été utilisés dans le cadre d'une série de webinaires mondiaux avec le soutien du personnel de l'ambassade du Canada. De plus, un programme de formation sur la COVID-19 à l'intention des employés de la chaîne d'approvisionnement a été élaboré et traduit en sept langues. Les deux projets ont été examinés par l'Agence de la santé publique du Canada et approuvés par les associations canadiennes des secteurs du bœuf et du porc.

Les Canadiens ont continué de cuisiner chez eux comme jamais auparavant et l'intérêt pour acheter préparer et servir du bœuf canadien a atteint un sommet record. Le site Web de Bœuf Canada faisait partie intégrante de la communication avec les consommateurs, car le trafic Web a connu une hausse de 107 % par rapport à l'année précédente avec plus de 112 000 utilisateurs. Un remaniement du site Web a été effectué au cours du présent exercice financier avec une nouvelle page d'accueil qui présente des catégories ciblées et des icônes pour simplifier la navigation.

Compte tenu de l'intérêt accru pour la préparation des repas à la maison et de

l'utilisation des codes QR en raison de la pandémie, Bœuf Canada a mis de l'avant un projet ambitieux intitulé « Global QR Code Gateway ». L'essence du programme est la numérisation des codes QR et potentiellement des codes à barres sur l'emballage du bœuf et la signalisation au point de vente pour accéder à l'information. Avec un large éventail de contenu numérique créé par Bœuf Canada pour appuyer les achats et la préparation de bœuf, le programme est maintenant prêt à être lancé au Canada et sera plus tard disponible sur les marchés mondiaux.

Deux campagnes de marketing auprès des consommateurs prévues ont changé d'orientation pour répondre aux besoins changeants des consommateurs en raison de la pandémie. Le contenu s'est déplacé pour se concentrer sur des sujets culinaires – avec des recettes inspirantes pour secouer les habitudes de repas banales, et des renseignements pratiques pour permettre aux consommateurs de parfaire leurs compétences alimentaires axées sur le bœuf. La campagne One and Only Beef a mis l'accent sur les avantages du bœuf par rapport à d'autres substituts, y compris les protéines végétales et l'utilisation de la télévision, des médias numériques et en ligne, des médias sociaux et de la sensibilisation des influenceurs pour générer 56,8 millions d'impressions auprès des consommateurs. La deuxième campagne, appelée

MyCanadianBeef, portait sur le bœuf canadien « local » et sur les agriculteurs, les éleveurs et les parcs d'engraissement qui l'élevaient. La campagne a utilisé de la publicité ciblée, de la sensibilisation sociale, de la sensibilisation des influenceurs, de l'affichage sur le Web et de l'effet de levier, ainsi que plusieurs tactiques de relations publiques et investissements dans les médias numériques pour obtenir plus de 46 millions d'impressions des consommateurs.

En se concentrant sur les partenaires de marque ayant de grands volumes et une grande influence (comme Sobeys, Costco, Loblaw, Walmart, Federated Co-op, Tim Hortons, Harvey's, Chop Steakhouse, Sysco, GFS), Bœuf Canada peut s'assurer que ces partenaires connaissent bien le bœuf canadien, et peut tirer parti de la valeur de la marque de bœuf canadien. Par exemple, Bœuf Canada s'est associé à Tim Hortons dans le cadre de deux campagnes de marketing télévisées nationales faisant la promotion de son nouveau sandwich au bœuf « Les Irrésistibles » mettant en vedette du bœuf 100 % canadien.

Bœuf Canada a lancé un nouveau commerce visant à fournir de l'information aux professionnels de la viande dans les secteurs de la vente au détail, des services alimentaires et de la transformation. Le contenu comprend l'Avantage du bœuf canadien, y compris les quatre piliers qui constituent le fondement de l'ABC. Le site Web comprend également un dépôt de renseignements commerciaux et statistiques, une bibliothèque de vidéos didactiques et des ressources de marchandisage. Un répertoire des fournisseurs canadiens de bœuf, des outils de gestion des abonnements et un formulaire de demande de produits sont actuellement disponibles sur le site.

Les espaces sociaux et numériques de Bœuf Canada mobilisent et relient les consommateurs et les producteurs pour fidéliser la marque auprès de plus de 69 000 abonnés, 29 millions d'impressions (une augmentation de 51 % par rapport à l'an dernier) et plus de 776 000 engagements de la part des consommateurs (une augmentation de 49 % par rapport à l'an dernier).

Sur le site Web [Canadabeef.ca](http://Canadabeef.ca), les consommateurs et les producteurs peuvent obtenir des renseignements

sur les recettes, le savoir-faire en matière de bœuf, les campagnes sur le bœuf, les fiches d'information et les événements en français et en anglais. Le bulletin électronique mensuel *Pensez Bœuf* est déployé auprès de près de 40 000 abonnés sur des sujets à la fois culinaires et axés sur la marque. L'application Roundup est une application mobile d'achat et de cuisson de bœuf conçue pour aider les consommateurs à mieux réussir avec le bœuf lorsqu'ils cuisinent à la maison.

Le prélèvement sur les importations de bœuf continue de financer des messages positifs sur le bœuf. Bœuf Canada a élaboré des initiatives ciblées pour influencer positivement la préférence des consommateurs pour le bœuf par rapport aux autres protéines animales et végétales. Le prélèvement sur les importations a également financé des activités de sensibilisation nutritionnelle auprès des principaux influenceurs de la santé, comme les diététistes et les médecins agréés. Le nombre de visiteurs sur le site Web [Thinkbeef.ca](http://Thinkbeef.ca) (*Pensez bœuf*) a augmenté de 600 % par rapport à l'an dernier en raison des campagnes de marketing auprès des consommateurs qui ont incité les consommateurs à se tourner vers les ressources culinaires et nutritionnelles du bœuf.

Le Centre d'excellence du bœuf canadien (CEBC) est un théâtre de démonstration d'enseignement et de formation comprenant une salle de fabrication, une cuisine commerciale et familiale, une salle de conférence et une salle à manger, de l'équipement de classe mondiale et des normes HACCP. En raison de la pandémie, le CEBC n'a pas été en mesure d'accueillir des clients nationaux et internationaux. L'équipe du CEBC a compris le besoin de ressources de formation numériques et d'occasions d'apprentissage à distance accrues pour les clients professionnels et les consommateurs. L'équipe a créé plus de 200 vidéos éducatives pour le nouveau site Web commercial de Bœuf Canada. Rapides, captivantes et divertissantes, les vidéos répondent aux besoins de quatre publics distincts d'utilisateurs de bœuf canadiens, des chefs et bouchers maisons en devenir aux vétérans chevronnés des industries culinaires et de la découpe de viande.

Le travail de Bœuf Canada sur les marchés d'exportation crée des occasions pour l'industrie canadienne du bœuf de réaliser une plus grande valeur pour la carcasse que ce qui pourrait être réalisé sur le marché intérieur seul. En plus d'offrir des soumissions concurrentielles sur les viandes moyennes, les marchés d'exportation peuvent offrir de meilleurs rendements pour les viandes finales, les viandes fines et les abats que chez nous.

Les marchés d'exportation du Canada ont été touchés par la pandémie de COVID-19 de la même façon que le marché intérieur avec des protocoles de distanciation sociale qui ont une incidence sur les opérations de vente au détail et de services alimentaires et sur la capacité d'exporter des produits vers les marchés.

Compte tenu de la concurrence accrue des autres exportateurs de bœuf, il est nécessaire d'intensifier les programmes de développement des entreprises dans les marchés d'exportation où le bœuf canadien est actuellement présent. En utilisant des programmes de marketing intégrés reliant les événements en ligne et en direct, les séminaires et les concours culinaires, les plateformes de médias sociaux et les campagnes médiatiques de la marque, et la sensibilisation au développement des affaires au moyen de foires commerciales et de missions commerciales; Bœuf Canada favorise la notoriété de la marque et positionne positivement le bœuf canadien dans l'esprit des clients à l'exportation, des consommateurs et des principaux influenceurs.

Bœuf Canada a terminé son premier sondage annuel sur la satisfaction des intervenants à l'échelle mondiale avec la rétroaction de 385 personnes sur les marchés nationaux et internationaux. Les résultats des répondants canadiens, des exportateurs canadiens et des clients internationaux ont été combinés pour calculer une cote globale de satisfaction de 72 %. En général, moins de 5 % des intervenants se sont dits insatisfaits des attributs étudiés. Une minorité importante a indiqué qu'ils n'étaient pas en mesure de commenter ce qui réduisait les scores de satisfaction. Bœuf Canada priorisera les initiatives de communication avec les intervenants afin d'accroître la sensibilisation et l'élimination prévue des restrictions de la pandémie aidera grandement à cet égard.

# RECHERCHE

LE CRBB LANCE  
DES APPELS DE  
PROPOSITIONS 2020/21:

83 

LETTRES D'INTENTION  
DES CHERCHEURS



47 

PROPOSITIONS COMPLÈTES  
SOUMISES



25 

PROJETS APPROUVÉS

**INVESTISSEMENT TOTAL : 4 449 979 \$**

Le CRBB est financé en partie au moyen d'une partie du prélèvement national payé par les producteurs, le Prélèvement national sur les bovins de boucherie. En 2020-2021, le CRBB a reçu en moyenne 0,67 \$ (non vérifié) de chaque tranche de 2,50 \$ du prélèvement national sur les bovins de boucherie perçu par les provinces. Ce financement a été optimisé grâce au financement du Partenariat canadien pour l'agriculture (PCA) d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), où l'industrie a contribué 26 % ou 1,16 million de dollars et le gouvernement 74 % ou 3,27 millions de dollars. De plus, le CRBB a profité du prélèvement national sur les bovins de boucherie pour obtenir 3,4 millions de dollars supplémentaires en financement de recherche de la part des partenaires du

gouvernement et de l'industrie dans le cadre d'initiatives en dehors de la Grappe scientifique sur le bœuf.

La pandémie de COVID-19 a retardé le démarrage et/ou l'achèvement de 11 projets. Les retards allaient de la prolongation des rapports à des dates de début de recherche retardées de près d'un an. Ces projets feront l'objet de rapports de résultats ultérieurs.

Il y a eu 23 projets de grappe de recherche et d'extension entre le 1<sup>er</sup> avril 2020 et le 31 mars 2021. La troisième année du programme de grappe quinquennal est maintenant terminée et certaines constatations préliminaires sont maintenant disponibles. Par exemple, les chercheurs ont utilisé des outils modernes de sélection des fourrages pour étudier la mise au point de nouvelles variétés de luzerne moins sensibles aux conditions stressantes. Cette recherche jette les bases de la sélection de la luzerne et de la création de variétés futures qui seront mieux en mesure de tolérer la sécheresse et les inondations. En ce qui concerne le pâturage forestier, une autre équipe évalue le potentiel d'augmentation de la productivité fourragère dans les pâturages forestiers indigènes en milieu de rotation grâce à une approche intégrée de gestion des fourrages, des bovins et du bois. Les résultats préliminaires indiquent que l'amincissement des bandes augmente en général la diversité et l'abondance du nombre d'espèces végétales observées.

En 2020-2021, le CRBB a reçu 83 lettres d'intention d'équipes de recherche de partout au Canada. De ce nombre, 49 équipes de recherche ont été invitées à soumettre une proposition complète, 47 ont transmis une proposition et le financement de 25 projets a été approuvé en février 2021. Tous les demandeurs retenus ont obtenu du financement d'autres sources (le gouvernement et l'industrie), correspondant au montant du prélèvement national sur les bovins de boucherie à un minimum de 1:1. Plusieurs projets de 2019 et de 2020 qui devaient commencer dès avril 2020 ont été retardés en raison des répercussions de la COVID-19 ou de l'incapacité d'obtenir un financement de contrepartie, mais de nombreux projets ont commencé et se sont poursuivis tout au long de l'année. Un de ces projets a comparé la densité nutritive, la

valeur nutritive et le coût relatif du bœuf à d'autres protéines. Les résultats suggèrent que le bœuf peut traiter de façon rentable les carences en vitamine B12, en zinc et en fer dans les régimes alimentaires canadiens. Un autre projet consiste à comparer le rendement, la qualité et d'autres facteurs du seigle hybride avec l'orge, et les premiers résultats indiquent que le rendement du seigle pollinisé libre et du seigle hybride est aussi élevé que celui de l'orge avec une qualité fourragère uniforme ou supérieure.

Le CRBB a continué d'appuyer la mise en œuvre de la capacité de recherche à long terme en 2020-2021. Un troisième poste de président a été approuvé à l'Université de la Saskatchewan, Collège de l'agriculture et des bioressources pour accroître la capacité de recherche agronomique et réunir l'expertise de l'Université de la Saskatchewan et d'ailleurs afin de combler les lacunes dans la recherche sur les fourrages et de diffuser les résultats à l'industrie. Le financement de ce poste de président provient d'une combinaison de contributions du CRBB (2,5 millions de dollars), de la Saskatchewan Cattlemen's Association (1 million de dollars) et du ministère de l'Agriculture de la Saskatchewan. (un minimum de 750 000 \$ sur cinq ans avec possibilité d'engagement supplémentaire de cinq ans).

En plus des activités de transfert de connaissances et de technologie dans le cadre de la grappe scientifique du bœuf, comme l'élaboration et la distribution d'articles, d'outils de décision, de vidéos, de billets de blogue et de webinaires, Transfert de connaissances et de technologie (TCT) a continué de progresser par l'entremise d'un Réseau canadien de transfert de technologies du bœuf. En 2020-2021, le CRBB a approuvé le financement de quatre projets de transfert de technologie et d'économique de la production, et plus de 80 personnes ont participé à une réunion annuelle en ligne qui a facilité la communication et la collaboration.

Le financement a également été approuvé pour six projets de preuve de concept (PDC) de 2020 – recherche à court terme (de six mois à un an) fondée sur les PDC pour aider à déterminer s'il vaut la peine de poursuivre un investissement de recherche plus vaste

et plus défini dans ce domaine. Le CRBB a également continué de soutenir les réseaux de surveillance prioritaires liés aux maladies limitant la production et à la résistance et à l'utilisation des antimicrobiens. En 2020-2021, les travaux sur le Réseau canadien sur le coût de production vache-veau se sont poursuivis et le financement de trois autres projets de surveillance a été approuvé. C'est la première année que le CRBB investit dans des projets de surveillance en dehors du programme des grappes.

Le CRBB est également responsable de la prestation du programme Verified Beef Production Plus (VBP+), un programme conçu pour éduquer les producteurs et faciliter la certification à la ferme des pratiques liées à la salubrité alimentaire, aux soins des animaux, à la biosécurité et à la durabilité environnementale. La formation et la certification VBP+ sont importantes pour appuyer les efforts de l'industrie visant à démontrer aux intervenants de la chaîne d'approvisionnement en aval et aux consommateurs que le bœuf canadien est produit de façon durable et que le maintien de la confiance du public est une priorité.

Avec la transition réussie des services de certification des agents de prestation provinciaux à VBP+ Delivery Services Inc. (VBP+ Inc.) de toutes les provinces, sauf le Québec et les provinces maritimes, les activités de certification se sont stabilisées pour l'année 2020-2021. Il est prévu que les ententes avec Les Producteurs de bovins du Québec, en vue de fournir des services aux producteurs francophones, seront bientôt conclues.

En avril 2021, il y avait 1 314 exploitations certifiées en activité au Canada, ce qui représente 1 605 615 têtes sous la direction d'exploitations certifiées VBP+. Les nouvelles mesures recueillies auprès des producteurs chaque année comprendront le nombre d'acres (pâturage et production d'aliments pour animaux) sous la gestion des exploitations certifiées VBP+. Au total, 19 971 producteurs ont suivi une formation VBP et VBP+ historique.

# MOBILISATION DU PUBLIC ET DES INTERVENANTS

## INVESTISSEMENT TOTAL : 969 266 \$

L'année 2020-21 a présenté d'immenses défis pour l'Industrie canadienne du bœuf avec l'arrivée du COVID-19 dans notre pays et les répercussions de la pandémie qui en découlent. À peine entré dans sa troisième année de financement, le programme de mobilisation du public et des intervenants (MPI) a démontré sa valeur pour l'industrie en appuyant les efforts de communication de crise en apportant des solutions aux enjeux et en continuant à créer un contenu proactif pour renforcer la confiance du public.

Le COVID-19 ayant été déclaré pandémie, le plan de communication de crise de la Canadian Cattlemen's Association est entré en vigueur. Amie Peck, directrice de PSE, a fait partie de l'équipe nationale de relations avec les médias et a participé à des activités destinées à des publics internes et externes. L'objectif principal étant la continuité des activités, ce soutien a consisté à rédiger des messages clés et des documents FAQ, à sélectionner des porte-parole et à coordonner des entrevues. Afin de rationaliser les demandes des médias, des séances de discussion avec les médias ont été élaborées et organisées régulièrement, souvent en



collaboration avec des partenaires tels que la Fédération canadienne de l'agriculture, le Conseil canadien du porc et le Conseil des viandes du Canada. Pour tenir les producteurs informés, des séances de discussion avec les producteurs ont été organisées et complétées par de courtes mises à jour vidéo mensuelles.

En raison de la pénurie de personnel ou de la mise en veilleuse des usines de transformation de Cargill et de JBS en Alberta, McDonald's Canada a dû compléter temporairement son approvisionnement en bœuf par des sources extérieures au pays. MPI a été en mesure de créer et de diffuser des messages clés aux intervenants de l'industrie pour atténuer les réactions négatives à cette nouvelle, en grande partie sur les médias sociaux. Tout au long de la pénurie de personnel, des vidéos de compilation ont été créées en partenariat avec les associations provinciales et Canadian Beef, dans lesquelles des éleveurs et des agriculteurs expriment leur gratitude envers les travailleurs des usines de transformation qui sont essentiels à l'industrie.

Burger King a annoncé une nouvelle recherche montrant que l'ajout de citronnelle aux rations du bétail réduirait les émissions de méthane, mais la recherche n'a pas encore été examinée par des pairs et la vidéo de la campagne contenait de nombreuses inexactitudes. MPI a coordonné avec le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB), la Table ronde canadienne pour le bœuf durable (TRCBD), l'Association nationale des éleveurs de bovins (ANEB) et le Dr Frank Mitloehner de l'Université de Californie, Davis, pour créer un document de messages clés à l'usage de l'industrie. Restaurants Brand International, la société mère de Burger King, est membre de la Table ronde mondiale pour le bœuf durable (TRMBD) et une réunion a donc été organisée. Les résultats de la discussion comprennent des modifications de la vidéo originale, une lettre d'excuses aux membres de la TRMBD et une attention réduite à la campagne.

Le Centre canadien pour l'intégrité alimentaire (CCIA) continue d'être un partenaire précieux pour le programme MPI. En plus de la recherche annuelle

sur les perceptions des Canadiens à l'égard de l'agriculture, MPI a demandé que deux services supplémentaires soient proposés par l'organisation. Le premier était une adhésion à un groupe de surveillance des droits des animaux, à partager entre les partenaires de l'élevage. Cela implique également des réunions avec les représentants pour partager les meilleures pratiques, les apprentissages clés et les stratégies pour aller de l'avant. En outre, le personnel chargé du marketing et des communications de diverses organisations agricoles se réunira tous les trimestres pour discuter de l'alignement sur les systèmes alimentaires mondiaux, comme le Sommet sur les systèmes alimentaires des Nations Unies et la Conférence sur les changements climatiques (COP26), ainsi que du marketing des systèmes de culture et d'élevage en tant que systèmes intégrés et complémentaires.

Des progrès considérables ont également été réalisés au Simpson Centre for Agricultural Innovation. Plus de 23 webinaires ont été organisés, avec plus de 1 200 participants, dont plusieurs ont porté sur l'industrie bovine et ses contributions à l'environnement et à l'économie. Le Dr Guillaume Lhermie a été nommé président du programme et, par l'entremise de MPI, il a organisé une table ronde pour l'industrie bovine afin de discuter des priorités du centre. Une proposition de financement potentiel pour la sensibilisation par le gouvernement de l'Alberta a été soutenue par le programme MPI, ce qui permettrait d'amplifier considérablement les communications sur la confiance du public dans les années à venir.

La création proactive de contenu a pu s'adapter cette année aux restrictions mises en place à cause de la COVID-19. Pour sensibiliser les gens aux problèmes potentiels de sécurité alimentaire et à la perte de prairies en raison des répercussions sur les éleveurs de bovins, l'équipe a créé une campagne intitulée « Nourrir l'avenir ». Deux assemblées publiques virtuelles ont été organisées pour présenter des histoires, la première mettant en vedette de jeunes producteurs à travers le Canada, discutant des impacts sur leur entreprise. Le deuxième événement mettait en vedette des conférenciers de l'Université Dalhousie,

de Canards Illimités Canada, de Conservation de la nature Canada et d'Oiseaux Canada qui expliquaient comment, sans une industrie bovine viable, les prairies indigènes pourraient être sacrifiées à d'autres fins. Trois vidéos complémentaires montrent comment trois exploitations multigénérationnelles s'efforcent de laisser quelque chose à la prochaine génération tout en protégeant les prairies au profit de tous les Canadiens. Cette initiative a reçu le prix de la meilleure campagne de communication de crise lors de la remise des prix 2020 de l'Association canadienne d'agri-marketing.

Le court métrage documentaire Guardians of the Grasslands a continué à connaître un grand succès avec plus de 20 sélections de festivals de films au Canada et à l'étranger. Plus important encore, le film a été choisi pour plusieurs événements sur le thème de l'environnement, de la conservation et de la faune et a été présenté dans l'article de The Narwhal intitulé « Meet the People Saving Canada's Grasslands. (Découvrez les gens qui sauvent les prairies canadiennes) ». Bien que les projections aient été réalisées en ligne en raison de la COVID-19, l'équipe MPI a tout de même pu coordonner de nombreux événements passionnants au cours de l'année, notamment un webinaire sur le Jour de la Terre avec CIC et CNC, qui a attiré plus de 300 participants en direct. Parmi les autres événements, citons une présentation à la Foire royale d'hiver de l'agriculture pour discuter des liens entre l'action climatique et le bétail. Pour célébrer la Journée de l'agriculture du Canada en février, le court métrage s'est associé à l'ancien premier ministre de la Saskatchewan Brad Wall, au musicien Colter Wall et à la brasserie Original 16 pour divertir près de 5 000 personnes dans le cadre du spectacle « Ballads, Brews and Moos ». Grâce à un parrainage de la Fondation des éleveurs canadiens, le projet Agriculture en classe développera des outils et des ressources pédagogiques pour le film, qui seront mis à disposition des enseignants du pays.

# INVESTISSEMENTS PROVINCIAUX

## TOTAL DES INVESTISSEMENTS PROVINCIAUX : 2 138 885 \$

Les programmes d'allocation provinciaux sont actuellement mis en œuvre par six associations provinciales de bovins qui allouent un pourcentage des prélèvements à leur propre province pour entreprendre des activités de recherche, de développement du marché et de promotion dans leur propre

province. Les investissements doivent promouvoir la commercialisation et la production de bovins de boucherie, de bœuf et de produits du bœuf ou mener et promouvoir des activités de recherche liées à ces produits.



## ÉLEVEURS DE BOVINS DE BOUCHERIE DU MANITOBA

### TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 75 264 \$

#### Soutien à la recherche du Manitoba Beef and Forage Initiative (MBFI)

La mission du MBFI est d'être un centre d'innovation agricole s'engageant dans la recherche scientifique afin de profiter des précieux écosystèmes, d'améliorer la rentabilité des producteurs et de sensibiliser la société aux industries du bœuf et du fourrage. Ceci soutient la mission globale de la Stratégie nationale pour le bœuf 2020-24.

Au cours de la campagne sur le terrain 2020, il y a eu sept études de recherche universitaires actives, malgré les restrictions liées à la pandémie qui ont posé plusieurs défis pour la réalisation des projets et la collecte des échantillons. Les projets de démonstration à la ferme sont créés pour présenter des pratiques de gestion bénéfiques, de nouveaux outils ou technologies, des pratiques de pâturage innovantes et les aspects économiques des pratiques. Trois projets de démonstration de niveau I, conçus comme des études de cas, et huit projets de niveau II conçus avec une reproduction aléatoire du traitement et/ou un traitement de contrôle pour évaluer si la ou les pratiques sont plus performantes qu'une comparaison sous les conditions du MBFI ont été complétés. Les chefs de projet sont maintenant occupés à compléter les rapports annuels qui seront publiés sur la page web de recherche et de démonstration du MBFI au printemps 2021.

Le financement de ce type de centre d'innovation et de transfert de connaissances présente des avantages non seulement pour le secteur du bœuf du Manitoba, mais aussi pour l'industrie canadienne du bœuf dans son ensemble.

#### Systeme de pâturage par supplémentation stratégique

L'objectif de ce projet est de développer des stratégies pour une supplémentation efficace des bovins au pâturage. La supplémentation stratégique du bétail dans les systèmes non confinés de production de bœuf peut être une option viable pour obtenir une productivité accrue et identifier des sources de protéines durables tout en renforçant la confiance du public en termes de bien-être animal. Le projet utilise une technologie d'alimentation de précision récemment mise au point, capable de limiter et de surveiller l'apport individuel de suppléments aux animaux. Les principaux objectifs étaient d'examiner les variations journalières et entre bovins qui broutent au printemps et à l'automne des pâturages empilés en utilisant des distributeurs de précision pour distribuer des suppléments à chaque animal, d'observer la consommation de suppléments par les animaux et de déterminer l'impact de la supplémentation sur le gain de poids des animaux, l'azote uréique sanguin et les émissions de méthane.

L'essai de pâturage du printemps 2020 a été reporté à l'automne en raison du

confinement de la province. Des génisses de remplacement ont brouté des pâturages de réserve pendant deux périodes de 21 jours. Les critères de mesure comprenaient la qualité et la disponibilité du fourrage, l'ingestion et la performance des animaux, les émissions de méthane entérique et l'azote uréique sanguin.

### **Sensibilisation et innovation**

La confiance du public est un élément extrêmement important pour l'avenir de l'industrie, car elle peut avoir un impact potentiel sur l'ensemble de la chaîne de valeur. C'est pourquoi les activités de sensibilisation faisant appel à de nouvelles innovations sont importantes pour le secteur du bœuf au Manitoba et ailleurs. Ce domaine s'aligne sur les piliers de la connectivité, de la compétitivité et de la demande de bœuf de la Stratégie nationale sur le bœuf, mais pourrait avoir un effet global sur l'ensemble de la stratégie.

En 2020/2021, les fonds ont été utilisés du mieux possible, mais les efforts de confiance du public ont été réduits en raison des impacts de la pandémie de COVID-19. MBP a été en mesure de mener divers événements virtuels de confiance publique cette année, tels que quelques événements de cuisine virtuelle avec des membres du grand public. Cependant, de nombreux projets prévus ont été repoussés à l'année fiscale suivante. Les activités liées à la confiance du public restent une priorité

importante de la MBP, et nous continuerons à travailler sur de nombreuses initiatives au cours du prochain exercice afin d'améliorer la compréhension et la confiance du public dans l'industrie. Les messages clés importants incluent que le secteur bovin est un champion dans la lutte contre les impacts du changement climatique et qu'il joue un rôle essentiel dans la protection du précieux écosystème des prairies.

### **Étude sur les tiques de l'Université du Manitoba**

Le projet a été reporté d'un an du fait que les chercheurs de l'Université du Manitoba n'étaient pas en mesure de commencer de nouvelles recherches en 2020 en raison de la pandémie de COVID-19. En mai 2021, des étudiants embauchés ont été affectés au projet, les chercheurs ont identifié quatre des cinq sites d'échantillonnage, et des plans sont en cours pour commencer l'échantillonnage dès que possible. La disparition précoce de la couverture neigeuse et l'arrivée des températures chaudes, combinées à la sécheresse et aux mauvaises conditions de pâturage en début de saison, pourraient entraîner de légères adaptations des protocoles de recherche. Un autre défi à relever est lié aux restrictions des déplacements sur le terrain imposées par l'université, qui font plus que doubler les dépenses. Les prochaines étapes consistent à planifier le premier

point d'échantillonnage avec les producteurs participants, à installer des colliers GPS sur les animaux et à commencer l'échantillonnage des tiques. Ce projet est aligné sur les piliers de productivité et de compétitivité de la Stratégie nationale pour le bœuf.

### **Évaluation à l'échelle du bassin versant de l'Université du Manitoba**

Ce projet a été retardé en raison des impacts de la pandémie de COVID-19. Un candidat qualifié pour le poste de MSc financé par ce projet a été engagé le 1<sup>er</sup> mai 2021. L'étudiant en MSc est récemment diplômé en ingénierie des biosystèmes et possède les connaissances numériques requises pour développer les exercices de modélisation prévus dans cette recherche. L'étudiant a commencé ses activités et acquiert la formation et les logiciels (c'est-à-dire les systèmes d'information géographique et le modèle hydrologique) nécessaires à la recherche. L'équipe de recherche a commencé les réunions hebdomadaires prévues pour suivre l'évolution de la recherche. L'étudiant commencera la collecte de données pour le projet en juin (par exemple, scénarios de gestion des pâturages, données sur le changement climatique), une fois qu'il aura terminé sa formation sur les outils logiciels.





## BEEF FARMERS OF ONTARIO

**TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 402 098 \$**

### **Société pour la recherche et l'innovation dans le domaine de l'élevage**

Les fonds retournés par l'Agence canadienne de prélèvement sur les bovins de boucherie ont aidé à financer l'adhésion de 40 000 \$ du BFO à la Livestock Research and Innovation Corporation (LRIC), un organisme qui fournit un leadership aux secteurs de l'élevage de l'Ontario en matière de recherche et d'innovation.

L'adhésion au LRIC a permis au BFO d'utiliser ses services pour administrer la stratégie de recherche et d'investissement du BFO, y compris un appel de propositions pour 2020/21, et onze projets de recherche distincts sur le bœuf ont été financés. Le Centre a également soumis des priorités de recherche pour le secteur bovin de la province afin de déterminer les priorités de financement de la province et de l'Université de Guelph, et a contribué à la nomination d'un nouveau professeur adjoint en fourrages et cultures de couverture à l'université.

Le LRIC a lancé un Programme de mentorat pour jeunes chercheurs qui a mis en relation des jeunes/nouveaux chercheurs de l'Université de Guelph avec des partenaires industriels et gouvernementaux impliqués dans le secteur du bœuf, y compris le BFO. Une partie de ce programme comprenait une journée de visite de ferme « le bœuf à l'honneur » pour les nouveaux/jeunes membres de la faculté de l'Université de Guelph ayant des

intérêts de recherche dans le secteur du bœuf et du bétail en général.

En partenariat avec le LRIC, BFO et le CRBB ont commencé à planifier un atelier intitulé « Le bœuf à Guelph » afin d'explorer comment l'Université de Guelph, par le biais d'un partenariat avec les intervenants du secteur, peut contribuer à la croissance et à l'amélioration des secteurs du bœuf et du bétail en Ontario grâce à une recherche ciblée et collaborative.

### **Projets de recherche (Stratégie d'investissement dans la recherche du BFO)**

Huit projets/initiatives de recherche distincts sur le bœuf ont été financés en totalité, ou en partie, grâce aux fonds investis par l'Agence canadienne de prélèvement sur les bovins de boucherie en 2020/21. Plusieurs projets ont été soutenus cette année, notamment sur l'utilisation et la résistance aux



antimicrobiens, les aires de repos et le bien-être des bovins, l'emballage des balles et de l'ensilage, l'élimination des peaux, les maladies respiratoires bovines, le contrôle de la douleur et la dexaméthasone chez les bovins.

En plus de la recherche parrainée par BFO pour le projet ci-dessus, BFO a également apporté une contribution complémentaire à la Grappe scientifique nationale du bœuf par l'intermédiaire du Conseil de recherche sur les bovins de boucherie, pour qu'elle soit affectée aux projets de la Grappe scientifique.

### **Programme de mobilisation des consommateurs**

L'objectif du programme de mobilisation des consommateurs du BFO en 2020/21 était de diffuser du contenu sur le marché, de bâtir des relations avec des influenceurs et des partenaires et de continuer à construire l'histoire de la marque Ontario Beef auprès du public. La grande majorité de la nouvelle stratégie de BFO a été conçue pour être mise en œuvre numériquement, ce qui leur a permis de mener à bien la plupart des activités malgré les restrictions de COVID-19. Le prélèvement national représente 50 % du budget total des activités de mobilisation des consommateurs menées par le BFO en 2020/21.

Dans l'ensemble, les résultats des médias sociaux pour 2020/21 ont été positifs. Le contenu – tant organique que payant – a fait bien plus de 18 millions d'impressions, a atteint plus de 3,7 millions d'utilisateurs, a fourni plus de 780k engagements et a conduit à plus de 55k visites du site Web. L'objectif des canaux de médias sociaux d'Ontario Beef en 2020/21 était d'utiliser le contenu pour construire un public engagé sur chacun de nos canaux, avec la majeure partie de l'effort mis sur Instagram, Facebook et Pinterest. BFO a lancé ses premiers médias sociaux payants, ce qui a aidé notre contenu à se retrouver devant ceux qui seraient les plus intéressés, mais avec lesquels nous n'étions pas encore en contact. En plus du contenu régulier payant et organique, BFO a mené deux campagnes d'influence distinctes et ciblées qui ont permis d'amplifier le message à des moments précis.

Parmi les principales campagnes destinées aux consommateurs, citons la « Bataille du bœuf de l'Ontario », conçue pour célébrer les recettes locales au plus fort de la saison des grillades et pour faire en sorte que le bœuf de l'Ontario reste au premier plan pendant cette période clé. La campagne « Ask Your Local Butcher (Demandez à votre boucher local) » visait à encourager les consommateurs à se rendre chez les bouchers et les détaillants locaux pour demander du bœuf de l'Ontario. La tendance à faire des achats locaux provoquée par la pandémie, jumelée à

cette campagne, a permis de positionner les bouchers, les détaillants et les agriculteurs locaux comme une excellente source d'approvisionnement en boeuf de l'Ontario pour les consommateurs. Cette campagne s'est bien combinée avec les publicités dans les abribus qui dirigeaient les consommateurs vers les boucheries et les détaillants locaux, et a également fonctionné en tandem avec le programme des influenceurs sur les médias sociaux développé avec Jimmy's Nook.

### **Stratégie de commercialisation du boeuf de l'Ontario**

BFO et l'Ontario Cattle Feeders' Association (OCFA) ont convenu en 2019 d'élaborer et de financer la

Stratégie de développement du marché du boeuf de l'Ontario afin de soutenir et de développer l'industrie du boeuf de l'Ontario au pays et à l'étranger.

Les fonds provenant du prélèvement national pour cette activité ont permis de développer les efforts de commercialisation et d'accroître les possibilités de croissance des marques de boeuf locales au niveau national et international, malgré les défis et les contraintes que la pandémie de COVID-19 a créés pour les efforts de commercialisation et de développement du marché.

Les points saillants de la stratégie comprennent des salons professionnels nationaux, le nouveau programme de la marque Ontario Beef, du matériel de point de vente pour la promotion

nationale et internationale, un partenariat pour l'initiative promotionnelle « Ontario Made » et le soutien des efforts de marketing et de développement pour Carve – Premium Ontario Beef, un programme offert par le plus grand distributeur de services alimentaires appartenant à des intérêts canadiens en Ontario.

Les défis du COVID ont nécessité un changement d'orientation, passant des nouveaux marchés au soutien des marchés et des clients existants, notamment au Japon. Le programme de développement du marché du boeuf de l'Ontario a estimé que chaque dollar de prélèvement investi dans ce marché a rapporté 4,58 \$ en valeur pour le secteur du boeuf de l'Ontario.



**LA CAMPAGNE « VEAU DANS L'ASSIÈTE À LA MAISON » A ÉTÉ LANCÉE POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS QUI N'ONT PLUS LA POSSIBILITÉ DE CHOISIR LEURS PLATS DE VEAU PRÉFÉRÉS DANS LES RESTAURANTS.**

## **ÉLEVEURS DE VEAUX DE L'ONTARIO**

### **TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 155 506 \$**

#### **Appel du Veau Ontario**

La campagne Appel du Veau Ontario était une initiative multi-tactique dont l'objectif global était de stimuler la demande de viande de veau de l'Ontario. Avec le début de la pandémie de COVID-19, la campagne a dû changer de vitesse et revoir ses priorités. Le concours « Recherche du meilleur sandwich au veau de l'Ontario » de 2020 a été reporté, mais l'Ontario Veal Appeal a rapidement changé de cap. La campagne Veal at Home a été lancée pour répondre aux besoins des consommateurs qui n'avaient plus de choix de restaurants pour leurs plats de veau préférés. La campagne mettait l'accent sur les réseaux de médias sociaux et sur un concours visant à

encourager les consommateurs à nous montrer comment ils cuisinaient le veau à la maison. L'engagement et les interactions sur les réseaux de médias sociaux ont augmenté en conséquence.

En partenariat avec John Cattucci et Food Network Canada, la campagne de l'Ontario Veal Appeal comprenait également un concours visant à créer du contenu sur les pages de recettes de Food Network et à susciter des inscriptions au bulletin électronique mensuel Veal Appeal. Grâce à la Covid-19, nous avons également augmenté la fréquence du bulletin électronique de Veal Appeal, qui est passée de mensuelle à hebdomadaire entre avril et août 2020, puis à bimensuelle en septembre 2020.

Les mois d'été sont traditionnellement les périodes de consommation les plus faibles pour la catégorie du veau. Afin de créer un élan et d'assurer une demande tout au long de l'année, l'Ontario Veal Appeal s'est également associée au gourou du barbecue Ted Reader pour développer et promouvoir de nouvelles façons de cuisiner le veau sur le

barbecue. Cette campagne intégrée comprenait l'élaboration de nouvelles recettes, des photographies d'aliments, des messages dans les réseaux de médias sociaux sur les réseaux et sur le site Web de Ted Reader, l'inclusion dans notre bulletin électronique ainsi qu'une couverture médiatique supplémentaire dans la presse écrite et à la télévision.

Trois annonces – été, automne et temps des Fêtes – ont également été placées dans le magazine Food & Drink de la LCBO (Liquor Control Board of Ontario) – les lecteurs de cette publication constituent un groupe démographique clé pour l'achat de veau.

Pour le temps des Fêtes, l'Ontario Veal Appeal s'est de nouveau associée à John Cattucci pour une campagne médiatique de divertissement. La campagne comprenait plusieurs apparitions dans la presse écrite et à la télévision, ainsi que des suggestions de menus pour inclure le veau dans les nombreuses occasions de festivités et d'événements spéciaux célébrés par nos consommateurs.



Fédération  
des producteurs  
de bovins  
du Québec



## LES PRODUCTEURS DE BOVINS DU QUÉBEC

### TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 1 477 143 \$

Les Producteurs de bovins du Québec (PBQ) perçoivent des prélèvements en fonction de diverses classes de bovins. Ils prévoient d'investir leurs allocations provinciales dans des classes de bovins/bœufs également.

#### Programmes pour les veaux d'engraissement

La PBQ a continué à mettre l'accent sur les stratégies de marketing et de recherche pour maintenir et développer le secteur des veaux d'engraissement au Québec. Les stratégies de marketing et de gestion des enchères ainsi que l'accent mis sur la mise en œuvre des nouveaux règlements sur le transport et les programmes de vaccination ont amélioré la qualité des veaux d'engraissement dans la province et le nouvel accord de commercialisation des veaux d'engraissement a également contribué à améliorer la qualité du bétail dans ce secteur.

#### Programmes pour les bovins gras

En raison du déclin récent et constant du secteur des bovins gras au Québec, l'association a mis en œuvre un plan d'action axé sur la stimulation de la production dans le cadre du processus de planification stratégique du secteur du bœuf. Depuis la mise en œuvre du plan d'action, la demande de bœuf au Québec a suffisamment augmenté pour rendre le secteur plus rentable, et la PBQ a tiré parti du mouvement en faveur des aliments locaux pour accroître la fidélité des consommateurs au bœuf québécois.

La PBQ a également travaillé à l'élaboration d'un projet de recherche sur le secteur de la finition dans les parcs d'engraissement Holstein, de deux initiatives de promotion et de publicité mettant en valeur les producteurs de bœuf locaux, et d'un projet conjoint avec les producteurs de veaux d'engraissement. Ces projets sont tous en cours.

#### Programmes pour le veau

Depuis le début de la pandémie, les programmes de promotion du veau de grain et du veau de lait ont été poursuivis chez les détaillants et directement auprès des consommateurs. Cela comprenait la consolidation de deux sites Web et de programmes en ligne en une seule marque pour une plus grande portée publicitaire sous la marque Veau du Québec, et l'augmentation de l'engagement des promotions pour atteindre un public cible avec succès avec de nouveaux messages clés et une refonte complète du design de la marque.

La recherche s'est également poursuivie pour comparer le coût de production du veau de lait au Québec avec celui des Pays-Bas, ainsi que l'extension d'un calculateur de coûts de production et d'un ensemble de vidéos pour les producteurs afin de mieux comprendre la rentabilité et l'efficacité.

#### Programmes relatifs aux bovins de réforme et aux jeunes veaux

En ce qui concerne les bovins de réforme et les veaux de boucherie, la PBQ a un plan solide pour mettre en œuvre des initiatives visant à ajouter de la valeur à ces catégories de bovins.

La PBQ a développé un guide et une vidéo sur l'utilisation de la semence de taureaux de boucherie dans les troupeaux laitiers afin de fournir des informations et des outils aux producteurs pour augmenter la valeur des vaches laitières. En outre, une série de webinaires, de vidéos et d'autres ressources ont été mis à disposition pour susciter l'intérêt et l'adoption d'un croisement lait-bœuf.

Un outil de vulgarisation de la recherche a été mis au point à l'intention des producteurs de bovins de réforme et de jeunes veaux. Cet outil, axé sur les résidus de médicaments, vise à simplifier l'accès à l'information nécessaire pour gérer les résidus de la viande bovine, promouvoir l'utilisation judicieuse des médicaments et des antibiotiques et veiller à ce que les aliments produits soient sûrs et répondent à la satisfaction des consommateurs.



## ÉLEVEURS DE BOVINS DU NOUVEAU- BRUNSWICK

### TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 20 941 \$

#### Améliorer les systèmes de manutention du bétail

Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick (EBNB) ont créé un programme pour les producteurs afin de les inciter à adopter des pratiques de manutention et des équipements sécuritaires, ainsi que pour promouvoir et améliorer la santé du troupeau et la qualité générale du bœuf. Ces programmes peuvent aider les producteurs à accroître la rentabilité de leur troupeau et du bœuf au Canada. Par le biais de ce programme, l'EBNB a encouragé les producteurs à investir collectivement 200 342 \$ dans des améliorations.

Les producteurs, leur personnel et les vétérinaires constatent les avantages indéniables de l'amélioration de la sécurité à la ferme en améliorant leurs systèmes de manutention. Le fait de disposer de l'équipement approprié permet aux producteurs de travailler de manière beaucoup plus efficace et sûre. Les nouvelles installations de pesage donnent aux producteurs un meilleur contrôle sur leur exploitation, et la connaissance du poids de leurs animaux rend le dosage des produits de santé animale plus précis, de sorte que le produit n'est pas gaspillé ou qu'une quantité suffisante est utilisée pour garantir l'efficacité des traitements.

#### Ateliers

Afin de se conformer aux directives du ministère de la Santé du Nouveau-Brunswick concernant la COVID-19, l'EBNB a été contraint de reporter ses réunions régionales initialement prévues pour octobre 2020 et a organisé des réunions régionales en

ligne en janvier 2021.

Des défis tels que l'Internet à large bande limité en milieu rural et l'adoption de nouvelles technologies peuvent parfois devenir un obstacle au succès de la plateforme virtuelle. L'EBNB a organisé un certain nombre de sessions de formation Zoom tout au long des mois de décembre et janvier afin d'aider les producteurs à se préparer à participer aux réunions régionales virtuelles. Nous avons également présenté des séances enregistrées des présentateurs de l'atelier de réunion régionale annoncé précédemment. Les présentations de la réunion d'affaires ont également été enregistrées pour assurer la cohérence de toutes les réunions régionales virtuelles et pour éviter tout problème d'Internet pendant les réunions. Toutes les présentations ont été enregistrées en anglais et en français et ont été affichées sur une page YouTube sous la rubrique EBNB.

Une traduction simultanée a également été assurée pour les réunions virtuelles. La participation aux appels téléphoniques a diminué de 20 à 25 % par rapport aux réunions en personne, mais les discussions avec les participants ont été positives.

#### Modélisation des Agri-Risques et Agri-Stabilité

La proposition initiale du projet était de compléter la modélisation du projecteur de gestion des risques agricoles pour cinq modèles, mais en raison des limitations de divers prospectus n'ayant pas accumulé d'informations financières et/ou n'étant pas dans Agri-stabilité, seulement 2 modèles ont pu être complétés. MNP a fourni un webinaire de 45 minutes qui a également été traduit en français. Les versions française et anglaise du webinaire ont été publiées sur notre chaîne YouTube. Le webinaire a abordé les sujets suivants : Le démantèlement des mythes d'Agri-stabilité, y compris l'analyse du seuil de déclenchement du revenu, la tenue des dossiers pour Agri-stabilité et le projet pilote sur les liquidités (marge de référence).

#### Extension du règlement sur le bien-être des animaux et le transport

Dans le cadre du projet d'extension, Jonathan Wort, gestionnaire du bétail et des grandes cultures, spécialiste des ruminants chez Perennia, a été engagé

pour faire une présentation aux producteurs. La présentation comprenait un examen de la nouvelle réglementation et l'identification des principaux changements de la réglementation qui auront le plus d'incidence pour les producteurs, et comment les producteurs peuvent répondre de manière proactive aux exigences de la nouvelle réglementation. Étant donné qu'une grande partie de la réglementation porte sur la compréhension par les producteurs du comportement des animaux, de la manipulation du bétail et du bien-être, une partie importante de la présentation était consacrée à la réglementation. L'objectif de la présentation était de répondre aux exigences générales de sensibilisation à la réglementation pour l'éleveur moyen afin qu'il ait les connaissances nécessaires pour transporter son propre bétail.

Un autre élément essentiel pour les producteurs, les camionneurs et les négociants de bétail est l'obligation de produire des manifestes. Le projet comprenait l'impression d'un registre bilingue en trois parties sur les mouvements du bétail, qui a été envoyé à tous les négociants agréés, aux abattoirs et aux bureaux régionaux du ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches pour que les producteurs puissent y avoir facilement accès.

#### Autres projets de communication

L'EBNB a également soutenu les efforts de marketing en ligne pour renforcer la sensibilisation aux ventes de bovins préconditionnés basés sur des programmes de vaccination antérieurs financés par les fonds de prélèvement, et un soutien a été fourni au Conseil du bœuf des Maritimes pour la sensibilisation des producteurs et la communication autour du programme VBP+.

L'EBNB a également contribué à la traduction en français, en temps réel, de la conférence sur le bœuf des Maritimes. Cette année, la conférence s'est tenue virtuellement, et la traduction a été fournie afin d'accroître la portée du contenu et de s'assurer que les producteurs francophones puissent également participer à la conférence.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Conseil du bœuf des Maritimes – Initiatives des Maritimes combinées ci-dessous.



**EN 2019, LE PROGRAMME DE TAUREAUX D'ÉLITE DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE A ÉTÉ ÉLABORÉ EN RÉPONSE À LA DEMANDE DE L'INDUSTRIE DE FOURNIR DES FONDS POUR LE TESTAGE ET L'ACHAT DE TAUREAUX.**

## ÉLEVEURS DE BOVINS DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE

**TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 24 929 \$**

### Programme de commercialisation du matériel génétique

En 2019, le programme des taureaux d'élite de la Nouvelle-Écosse a été élaboré en réponse à la demande de l'industrie de fournir un financement

pour le testage et l'achat de taureaux. Les fonds pour le programme ont été alloués à partir de l'allocation de marketing du prélèvement national et d'autres fonds de développement de l'industrie. Le programme s'est avéré populaire parmi les éleveurs et les acheteurs de taureaux et a été lancé en 2020, avec quelques petits changements. Ces changements comprenaient la suppression de la composante de testage de taureaux puisqu'elle était incluse dans le programme d'amélioration de l'industrie du bœuf. La date limite de demande a également été repoussée pour permettre l'achat de taureaux plus tard au printemps.

Ce programme a favorisé une meilleure compréhension des mesures génétiques, l'amélioration des tests génétiques et l'amélioration de la performance des troupeaux pour l'industrie bovine de la Nouvelle-Écosse. 31 taureaux ont été testés et le projet a été entièrement financé par l'industrie, sans aucune aide financière du gouvernement.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Conseil du bœuf des Maritimes – Initiatives des Maritimes combinées ci-dessous.





## LES ÉLEVEURS DE BOVINS DE L'ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

### TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA PROVINCE : 23 004 \$

#### Meat N' Badaydas (Viande et pommes de terre)

Les éleveurs de bovins de l'Île-du-Prince-Édouard ont été les commanditaires principaux de la nouvelle campagne de marketing et de



## CONSEIL DU BŒUF DES MARITIMES-INITIATIVES DES MARITIMES COMBINÉES

Le Conseil du bœuf des Maritimes (CBM), qui comprend les New Brunswick Cattle Producers (NBCP) (Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick – EBNB), les Nova Scotia Cattle Producers (NSCP) et les Prince Edward Island Cattle Producers (PEICP), a présenté un plan conjoint et coopératif pour accroître la demande du bœuf, la productivité, la compétitivité et la connectivité au sein des trois provinces maritimes. Le financement de ces programmes conjoints provient de

promotion Meat N' Badaydas (pommes de terre). La célébration de Meat N' Badaydas, qui dure tout au long du mois d'avril, est une touche classique de la tradition de la côte Est.

Meat N' Badaydas célèbre la chaleur du rassemblement autour de la table du dîner, le réconfort en cas de besoin et la perpétuation des traditions familiales bien-aimées. C'est l'occasion pour ces ingrédients classiques d'être interprétés par les mains et le cœur des chefs et des producteurs locaux. Pendant un mois, les saveurs classiques de l'Île-du-Prince-Édouard seront présentées dans 66 restaurants de la province, avec des recettes uniques, modernes et traditionnelles pour le copieux plat de viande et de pommes de terre.

Tous les restaurants participants avaient accès à du matériel promotionnel avec le logo PEICP (P.E.I. cattle producers) et une brève description des plats participants à chaque table, ainsi qu'une signalisation dans tout le restaurant avec le logo PEICP. Dans le cadre de la campagne, des publicités ont également

chacune des allocations provinciales d'investissement susmentionnées.

#### Mise en œuvre de la stratégie du bœuf des Maritimes

La stratégie de développement et d'expansion du secteur du bœuf des Maritimes a été élaborée pour soutenir la croissance de l'industrie du bœuf des Maritimes. En 2020, le CBM a réalisé des activités dans le cadre de ce programme, y compris la tenue d'une Journée des champs fourragers, une proposition de projet de transfert des connaissances et de la technologie qui comprend des parties du projet mis en œuvre, et d'autres projets qui ont amélioré l'harmonisation au sein de l'industrie bovine dans les Maritimes.

#### Verified Beef Production Plus

Le CBM vise à augmenter le nombre de producteurs formés et certifiés Verified Beef Production Plus (VBP+) au Canada atlantique, améliorant ainsi la sécurité alimentaire, la traçabilité, la biosécurité et le bien-être des animaux dans le secteur du bœuf. Cela permettrait d'améliorer les possibilités de commercialisation des bovins du Canada atlantique dans le cadre des programmes de bœuf de marque et de

été diffusées sur les stations de radio locales, et le PEICP a diffusé des messages quotidiens sur les médias sociaux, ce qui a permis d'augmenter le nombre de ses abonnés.

#### Conformité et inspection des prélèvements

Pour assurer un système de prélèvement fort et robuste au Canada, la conformité réglementaire est primordiale à tous les niveaux. Le PEICP a investi dans des stratégies de conformité réglementaire afin d'assurer le respect de tous les niveaux du cadre réglementaire et de veiller à ce que les prélèvements soient perçus de manière cohérente. En retour, cela a permis au PEICP de continuer à investir dans des programmes novateurs et stratégiques pour soutenir l'industrie du bœuf.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Conseil du bœuf des Maritimes – Initiatives des Maritimes combinées ci-dessous.

la certification de la Table ronde canadienne pour le bœuf durable pour le programme de la chaîne d'approvisionnement.

Le programme national Verified Beef fait l'objet d'une réforme qui permettra aux participants d'évaluer le processus de formation. En raison de la COVID, le programme national a été reporté. Alors que le CBM n'a formé que 11 nouveaux producteurs cette année, la série de webinaires et les six possibilités d'apprentissage supplémentaires ont permis de toucher plus de 50 personnes.

#### Gestion des données

Collectivement, les provinces Maritimes visaient à éduquer les producteurs régionaux sur diverses plateformes technologiques en ce qui concerne la traçabilité, la tenue de dossiers et l'amélioration de la santé des troupeaux. Le programme a continué de développer des bases de données, comme l'exigent les organismes de réglementation, et de fournir un soutien à la formation pour diverses plateformes technologiques afin de favoriser la circulation homogène de l'information dans la chaîne de valeur du bœuf. Un groupe choisi de producteurs a été initié à diverses

solutions logicielles de gestion de troupeau et a fait part de son expérience.

Le groupe de producteurs a continué à tester les systèmes logiciels, et s'est réuni pour discuter de tout problème et fournir des réponses officielles lors des appels Zoom et par le biais d'enquêtes élaborées par l'équipe du projet. L'ajout de données génomiques a été bien accueilli par le groupe test de producteurs et d'autres recommandations et tests se poursuivront l'année prochaine.

### **Alignement de la chaîne de valeur lait-bœuf**

Une lacune identifiée dans l'industrie bovine et laitière est la capacité des producteurs à amener les petits veaux nouveau-nés à un poids commercialisable de 400 livres. Le programme d'alignement de la chaîne de valeur comprenait un club de veaux laitiers et bovins, ainsi que l'exploration des options de commercialisation et les premières étapes d'une stratégie visant à engager efficacement les groupes de consommateurs et de détaillants. L'objectif final du programme est de

fournir une occasion d'augmenter la valeur des veaux de boucherie, ce qui est particulièrement intéressant pour fournir un retour sur investissement des fonds de prélèvement au secteur laitier dans les Maritimes.

Cette année, le CBM a travaillé avec CanFax et le CRBB pour apporter des ajustements au Réseau national des coûts de production de vache/veau afin d'inclure la modélisation du bœuf laitier. Des améliorations ont également été apportées au manuel de gestion de l'alimentation, notamment une grille d'alimentation élaborée avec le Dr Dan Shaefer, et un partenariat avec Les Producteurs de bovins du Québec pour parrainer des présentations éducatives sur le transport des jeunes veaux.

Ce programme se poursuivra dans les années à venir afin de favoriser la valeur ajoutée à l'industrie du bœuf et des produits laitiers.

### **École de bœuf de l'Atlantique**

L'école de bœuf de l'Atlantique a été conçue comme un programme de développement professionnel pour les producteurs de bœuf de la région de l'Atlantique. La région possède une

richesse de connaissances et de ressources qui sont souvent difficilement accessibles aux producteurs. L'école du bœuf a été conçue comme un programme de 8 modules pour les vaches/veaux et des modules supplémentaires couvrant la production en parc d'engraissement et a été élargie pour couvrir les besoins émergents en matière de lait et de bœuf. Ces modules couvrent plusieurs aspects des pratiques de production. Idéalement, l'école du bœuf fonctionnera à partir d'une base de données complète des meilleures pratiques de gestion que tout producteur pourra utiliser dans sa propre exploitation. Le CBM est propriétaire du programme de chacun des modules de l'école du bœuf et a la possibilité de modifier ou d'ajuster le contenu à sa discrétion.

Cette année, dans le cadre du passage à l'apprentissage en ligne, quatre sessions en ligne ont été organisées, avec un total de 58 participants. Les réactions des participants ont été très favorables à l'enseignement en ligne.



États financiers non consolidés de

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

et rapport des auditeurs indépendants sur ces états

Exercice clos le 31 mars 2021



KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.  
205 – 5<sup>th</sup> Avenue SW  
Suite 3100  
Calgary (Alberta) T2P 4B9  
Canada  
Téléphone 503-591-8000  
Télécopieur 503-691-8008  
www.kpmg.ca

## 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

### *Opinion*

Nous avons effectué l'audit des états financiers non consolidés de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (« l'entité »), qui comprennent :

- l'état non consolidé de la situation financière au 31 mars 2021;
- l'état non consolidé des résultats pour l'exercice clos à cette date;
- l'état non consolidé de l'évolution de l'actif net pour l'exercice clos à cette date;
- l'état non consolidé des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date;
- ainsi que les notes annexes, y compris le résumé des principales méthodes comptables;

(ci-après, les « états financiers »).

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière non consolidée de l'entité au 31 mars 2021, ainsi que des résultats non consolidés de son exploitation et de ses flux de trésorerie non consolidés pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

### *Fondement de l'opinion*

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « **Responsabilités des auditeurs à l'égard de l'audit des états financiers** » de notre rapport des auditeurs.

Nous sommes indépendants de l'entité conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles.

KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et cabinet membre de l'organisation mondiale KPMG de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, société de droit anglais à responsabilité limitée par garantie.  
KPMG Canada fournit des services à KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.

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

***Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers***

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

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

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'entité.

***Responsabilités des auditeurs à l'égard de l'audit des états financiers***

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport des auditeurs contenant notre opinion.

L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister.

Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

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

En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;

- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité de l'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport des auditeurs sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport des auditeurs. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'entité à cesser son exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle;

- nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit;
- nous obtenons des éléments probants suffisants et appropriés concernant l'information financière des entités et activités de l'entité du groupe pour exprimer une opinion sur les états financiers. Nous sommes responsables de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit du groupe, et assumons l'entière responsabilité de notre opinion d'audit.

*KPMG A.R.L. / S.E.N.C.R.L.*

Comptables professionnels agréés

Calgary, Canada

Le 29 juin 2021

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

État non consolidé de la situation financière

Au 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

	2021 (note 15)	2020
<b>Actif</b>		
Actif à court terme		
Trésorerie (note 3)	9 096 737 \$	4 808 590 \$
Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12)	3 000 000	3 000 000
Débiteurs (note 4)	4 488 413	6 073 979
Charges payées d'avance et dépôts	91 831	92 303
Montant à recevoir d'apparentés (note 8)	331 865	70 410
	<u>17 008 846</u>	<u>14 045 282</u>
Immobilisations (note 5)	522 607	682 346
Placements [notes 2 a) et 8]	100	100
	<u>17 531 553 \$</u>	<u>14 727 728 \$</u>
<b>Passif et actif net</b>		
Passif à court terme		
Créditeurs et charges à payer (note 6)	2 983 332 \$	2 810 884 \$
Montant à payer à des apparentés (note 8)	574 941	260 453
Produits reportés (note 7)	248 727	155 455
	<u>3 807 000</u>	<u>3 226 792</u>
Apports en capital reportés (note 9)	309 913	416 169
	<u>4 116 913</u>	<u>3 642 961</u>
Actif net		
Non affecté	8 462 844	6 132 971
Grevé d'affectations internes (note 12)	4 000 000	4 000 000
Réserve de consolidation [note 12 b)]	951 796	951 796
	<u>13 414 640</u>	<u>11 084 767</u>
Engagements (note 10)		
	<u>17 531 553 \$</u>	<u>14 727 728 \$</u>

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers non consolidés.

Approuvé au nom du conseil d'administration,

 , administrateur  
 , administrateur

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

État non consolidé des résultats

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

	2021	2020
	(note 15)	
<b>Produits</b>		
Prélèvements de Bœuf Canada		
Prélèvements sur le bœuf canadien (note 13)	18 336 483 \$	19 219 377 \$
Prélèvements à l'importation	1 256 416	1 100 342
Autres produits	64 676	156 935
	<u>19 657 575</u>	<u>20 476 654</u>
<b>Commercialisation</b>		
Gouvernement du Canada – Partenariat canadien pour l'agriculture	1 428 604	1 470 819
Amortissement des apports en capital reportés (note 9)	106 256	106 256
Gouvernement de l'Alberta	93 668	11 316
	<u>1 628 528</u>	<u>1 588 391</u>
	<u>21 286 103</u>	<u>22 065 045</u>
<b>Charges</b>		
Prélèvements de Bœuf Canada		
Conseil d'administration	56 204	227 809
Activités liées aux prélèvements de Bœuf Canada	430 833	491 061
	<u>487 037</u>	<u>718 870</u>
<b>Programmes</b>		
Mobilisation du public et des intervenants	893 578	748 380
Commercialisation (note 14)		
Commercialisation – bœuf générique	1 303 698	1 016 608
Commercialisation – bœuf de marque	8 502 002	7 924 759
Recherche	4 449 979	5 851 638
Investissement provincial (note 13)	2 138 885	2 064 467
Tranche provinciale du prélèvement fédéral	1 181 051	1 312 811
	<u>18 469 193</u>	<u>18 918 663</u>
	<u>18 956 230</u>	<u>19 637 533</u>
<b>Excédent des produits par rapport aux charges</b>	<u>2 329 873 \$</u>	<u>2 427 512 \$</u>

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers non consolidés.

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

État non consolidé de l'évolution de l'actif net

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

	Non affecté	Grevé d'affectations internes	Réserve de consolidation	Total
Au 31 mars 2019	3 705 459 \$	4 000 000 \$	951 796 \$	8 657 255 \$
Excédent des produits par rapport aux charges	2 427 512 \$	–	–	2 427 512 \$
Au 31 mars 2020	6 132 971 \$	4 000 000 \$	951 796 \$	11 084 767 \$
Excédent des produits par rapport aux charges	2 329 873 \$	–	–	2 329 873 \$
Au 31 mars 2021	8 462 844 \$	4 000 000 \$	951 796 \$	13 414 640 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

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

État non consolidé des flux de trésorerie

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

	2021	2020
Flux de trésorerie liés aux activités suivantes :		
Fonctionnement		
Excédent des produits par rapport aux charges	2 329 873 \$	2 427 512 \$
Comptabilisation sans effet sur la trésorerie des apports en capital reportés (note 9)	(106 256)	(106 256)
Amortissement (note 5)	167 675	273 983
Perte à la cession d'immobilisations	15 507	3 735
	<u>2 406 799</u>	<u>2 598 974</u>
Variation des comptes du fonds de roulement		
Débiteurs	1 585 565	254 508
Montant à recevoir d'apparentés	(261 455)	(70 410)
Charges payées d'avance et dépôts	472	(26 027)
Créditeurs et charges à payer	172 448	402 887
Produits reportés	93 272	155 455
Montant à payer à des apparentés	314 488	27 781
	<u>4 311 589</u>	<u>3 343 168</u>
Investissement		
Acquisition d'immobilisations	(23 442)	(76 197)
<hr/>		
Augmentation de la trésorerie	4 288 147	3 266 971
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	7 808 590	4 541 619
<hr/>		
Trésorerie à la clôture de l'exercice	12 096 737 \$	7 808 590 \$
<hr/>		
La trésorerie est constituée des éléments suivants :	9 096 737 \$	4 808 590 \$
Trésorerie non grevée		
Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12)	3 000 000	3 000 000
<hr/>		
Trésorerie à la clôture de l'exercice	12 095 367 \$	7 808 590 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 1. Mission de l'Office

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

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

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

Au 31 mars 2021, la perception du prélèvement fédéral de 2,50 \$ par les huit provinces suivantes a pris effet à la date précisée.

Nouvelle-Écosse : 1<sup>er</sup> janvier 2017

Île-du-Prince-Édouard : 1<sup>er</sup> juin 2017

Nouveau-Brunswick : 1<sup>er</sup> février 2018

Alberta : 1<sup>er</sup> avril 2018

Saskatchewan : 1<sup>er</sup> avril 2018

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

Québec : 1<sup>er</sup> juin 2018

Colombie-Britannique : 1<sup>er</sup> juillet 2018

À la date de clôture de l'exercice de l'Office, soit le 31 mars 2021, les prélèvements de Bœuf Canada en vigueur en Ontario correspondaient encore à 1,00 \$ par tête. Le prélèvement à l'importation n'avait pas changé non plus et correspondait encore à 1,00 \$ par tête ou à l'équivalent.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 2. Principales méthodes comptables

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

Le 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la santé a déclaré que l'épidémie de maladie à coronavirus (COVID-19) était désormais une pandémie, ce qui a incité les gouvernements à l'échelle mondiale, y compris le gouvernement du Canada et le gouvernement de l'Alberta, à adopter des mesures d'urgence pour combattre la propagation du virus. Ces mesures, qui comprennent la mise en œuvre d'interdictions de voyager, de périodes de quarantaine volontaire, de fermetures d'entreprises non essentielles et de mesures de distanciation sociale ont engendré d'importantes perturbations des activités en Alberta, ce qui a donné lieu à un ralentissement économique. Les gouvernements et les banques centrales ont réagi à la crise en annonçant des mesures monétaires et fiscales d'envergure conçues pour stabiliser la situation économique.

À la date de clôture, l'Office a déterminé que la COVID-19 n'avait pas eu d'incidence sur ses contrats, sur ses contrats de location, sur l'évaluation des provisions et des passifs éventuels ni sur le moment de la comptabilisation des produits. La direction a évalué les incidences financières de la pandémie de COVID-19 et n'a pas identifié d'incidence sur ses états financiers non consolidés au 31 mars 2021.

Les facteurs susmentionnés, qui comportent des incertitudes quant aux produits et aux flux de trésorerie futurs, pourraient entraîner des changements importants au titre des actifs et des passifs et, par conséquent, avoir une incidence importante sur le fonctionnement futur. Il n'est pas possible à l'heure actuelle d'estimer l'incidence financière de ces éléments.

Les principales méthodes comptables de l'Office sont les suivantes.

### a) Mode de présentation

L'Office contrôle Canada Beef International Institute (l'« Institut ») en raison de sa capacité à nommer tous les administrateurs. L'Institut est un organisme sans but lucratif et, à ce titre, l'Office a choisi pour méthode comptable de ne pas consolider cette entité.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 2. Principales méthodes comptables (suite)

### a) Mode de présentation (suite)

L'Office contrôle également Canada Beef International Institute Inc. (l'« Institut Inc. ») au moyen d'un actionariat de 100 % sur les actions ordinaires de catégorie A émises. L'Institut Inc. est une entité à but lucratif et, à ce titre, l'Office a choisi pour méthode comptable de consolider les entités à but lucratif; toutefois, puisque les activités de l'Institut Inc. ne sont pas importantes, les soldes n'ont pas été consolidés dans les présents états financiers au 31 mars 2021.

L'information financière de chaque entité contrôlée est présentée à la note 8.

### b) Conversion des devises

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

### c) Impôt sur le revenu

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

### d) Immobilisations

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

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

---

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

---

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 2. Principales méthodes comptables (suite)

### e) Comptabilisation des produits

L'Office utilise la méthode du report pour comptabiliser les apports.

Les apports comprennent les paiements à la province pour les prélèvements, le prélèvement à l'importation, les autres produits et les subventions du gouvernement.

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

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

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

Les subventions du gouvernement sont comptabilisées en tant que produits pour l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées et lorsque leur réception est raisonnablement assurée. Les produits reportés sont comptabilisés à la réception des fonds des subventions eu égard aux charges des périodes futures. Les produits reportés seront comptabilisés à l'exécution.

### f) Apports reportés liés aux immobilisations

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

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 2. Principales méthodes comptables (suite)

### g) Utilisation d'estimations

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

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

### h) Présentation de l'attribution des charges

L'Office applique le chapitre 4470 du *Manuel de CPA Canada*, qui présente les normes de présentation de l'information pour les organismes sans but lucratif qui classent leurs charges par fonctions et ventilent les charges entre les différentes fonctions auxquelles elles se rattachent. Les attributions sont établies en fonction des soumissions provenant des associations provinciales de bovins de boucherie, lesquelles permettent de déterminer le pourcentage des produits générés pour leur province qui sont attribués à chaque fonction.

### i) Instruments financiers

Tous les instruments financiers sont comptabilisés au coût ou au coût après amortissement, sauf si la direction a choisi de comptabiliser les instruments à la juste valeur. L'Office n'a pas choisi de comptabiliser ces instruments financiers à leur juste valeur.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 2. Principales méthodes comptables (suite)

### i) Instruments financiers (suite)

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

Les coûts de transaction engagés dans le cadre de l'acquisition d'instruments financiers évalués ultérieurement à la juste valeur sont imputés aux résultats lorsqu'ils sont engagés. Tous les autres instruments financiers sont ajustés en fonction des coûts de transaction engagés au moment de l'acquisition et des frais de financement, lesquels sont amortis selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

## 3. Trésorerie

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

## 4. Débiteurs

	2021	2020
Prélèvements	3 213 796 \$	3 098 423 \$
Gouvernement du Canada		
Partenariat canadien pour l'agriculture	977 452	2 682 290
Prélèvements à l'importation	177 682	192 371
Prêt aux éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick	23 180	23 180
Autres	96 303	77 715
	4 488 413 \$	6 073 979 \$

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 5. Immobilisations

			2021	2020
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Matériel informatique et logiciels	170 725 \$	138 093 \$	32 632 \$	49 711 \$
Mobilier et agencements	228 320	215 423	12 897	23 356
Améliorations locatives	1 193 098	724 882	468 216	595 200
Matériel de bureau	51 384	46 708	4 676	2 972
Matériel de cuisine et appareils électroménagers	546 201	542 015	4 186	11 107
Site Web et logo	47 529	47 529	–	–
	<b>2 237 257 \$</b>	<b>1 714 650 \$</b>	<b>522 607 \$</b>	<b>682 346 \$</b>

Un montant de 167 675 \$ (273 983 \$ en 2020) au titre de l'amortissement est compris dans les activités liées aux prélèvements de Bœuf Canada et les charges liées au programme de commercialisation présentées pour l'exercice clos le 31 mars 2021.

## 6. Crédoiteurs et charges à payer

	2021	2020
Transferts des prélèvements	1 370 041 \$	1 462 125 \$
Comptes fournisseurs	970 861	692 060
Sommes à remettre à l'État	10 317	13 671
Charges à payer	632 113	643 018
	<b>2 983 332 \$</b>	<b>2 810 874 \$</b>

## 7. Produits reportés

Les composantes des produits reportés au 31 mars se détaillaient comme suit :

	2021	2020
Solde à l'ouverture de l'exercice	155 455 \$	– \$
Ajouter : montants reçus au titre des charges de périodes futures	186 666	166 771
Déduire : montants comptabilisés dans les produits de l'exercice	(93 394)	(11 316)
	<b>248 727 \$</b>	<b>155 455 \$</b>

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 8. Opérations entre apparentés

### a) Association canadienne des éleveurs de bovins

L'Association canadienne des éleveurs de bovins est un apparenté du fait que des administrateurs siègent au conseil d'administration de l'Office. Au cours de l'exercice, l'Office a engagé 6 984 \$ (13 364 \$ en 2020) au titre de charges relatives à des services contractuels et 517 \$ (11 465 \$ en 2020) au titre d'autres charges, tel qu'il en a été décidé par le conseil d'administration sur une base annuelle.

### b) Canada Beef International Institute

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

Au cours de l'exercice, l'Office a engagé des charges devant lui être remboursées par l'Institut aux fins des activités menées dans certains territoires étrangers. Au 31 mars 2021, un montant de 331 865 \$ était à recevoir de l'Institut à titre de remboursement (65 894 \$ en 2020). Cette somme ne porte pas intérêt, est remboursable à vue, n'est pas garantie et n'est assortie d'aucune modalité de remboursement fixe.

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

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

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 8. Opérations entre apparentés (suite)

### b) Canada Beef International Institute (suite)

Les comptes de l'Institut n'ont pas été consolidés dans les présents états financiers. L'information financière de l'Institut au 31 mars 2021 est résumée ci-après.

	2021	2020
Total de l'actif	864 958 \$	603 481 \$
Total du passif	336 115	69 894
Total de l'actif net	528 843	533 587
Total du passif et de l'actif net	864 958 \$	603 481 \$

	2021	2020
Total des charges	4 744 \$	2 395 \$
Insuffisance des produits par rapport aux charges	(4 744) \$	(2 395) \$

	2021	2020
Diminution (augmentation) de la trésorerie	55 811 \$	(29 842) \$

### c) Canada Beef International Institute Inc.

La société Canada Beef Export Federation Inc. (la « Société ») a été créée en vertu de la *Loi sur les sociétés par actions* de la province de l'Alberta le 13 janvier 1997 afin de faire la promotion de la demande des produits du bœuf canadien à Taïwan. Le 1<sup>er</sup> juillet 2011, la majorité des activités de la Société ont été transférées à l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, et la Société est demeurée active afin de s'acquitter de ses obligations restantes et du fait qu'elle est une entité connue à Taïwan.

Le 1<sup>er</sup> septembre 2011, les actions de la Société ont été transférées du Canada Beef International Institute Inc. à l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

Le 28 février 2012, la Société a changé son nom pour Canada Beef International Institute Inc. (l'« Institut Inc. »).

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 8. Opérations entre apparentés (suite)

### c) Canada Beef International Institute Inc. (suite)

Au 31 mars 2021, un montant de 574 941 \$ (260 453 \$ en 2020) était à payer à l'Institut Inc. 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.

L'Office exerce un contrôle sur l'Institut Inc. en raison de sa capacité à nommer tous les administrateurs de l'Institut Inc. et d'un actionnariat de 100 %.

Les comptes de l'Institut Inc. n'ont pas été consolidés dans les présents états financiers. L'information financière de l'Institut au 31 mars 2021 est résumée ci-après.

	2021	2020
Total de l'actif	574 991 \$	260 512 \$
Total du passif	572 900	255 362
Total des résultats non distribués	1 991	5 050
Total du capital-actions	100	100
<b>Total du passif et des résultats non distribués</b>	<b>574 991 \$</b>	<b>260 512 \$</b>
	2021	2020
Total des charges	3 059 \$	5 317 \$
<b>Insuffisance des produits par rapport aux charges</b>	<b>(3 059) \$</b>	<b>(5 317) \$</b>
	2021	2020
<b>Diminution (augmentation) de la trésorerie</b>	<b>9 \$</b>	<b>(59) \$</b>

Les opérations entre apparentés 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.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 9. Apports en capital reportés

Au cours des exercices précédents, l'Office a reçu des fonds de Diversification de l'économie de l'Ouest pour la construction et l'exploitation du Centre d'excellence du bœuf canadien (le « Centre »), lequel a entrepris ses activités au printemps 2015. Le total des fonds engagés dans ce projet s'est chiffré à 1 231 278 \$, dont une tranche de 827 771 \$ a été affectée à l'amélioration des immobilisations et une tranche de 403 507 \$ à l'achat de matériel. Une tranche de 106 256 \$ (106 256 \$ en 2020) du montant reporté a été comptabilisée en tant que produits durant l'exercice considéré.

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

	2021	2020
Solde à l'ouverture de l'exercice	416 169 \$	522 425 \$
Moins l'amortissement des apports en capital reportés	(106 256)	(106 256)
	309 913 \$	416 169 \$

## 10. Engagements

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

2022	245 537 \$
2023	237 610
2024	77 101
2025	33 934
2026	25 303
Par la suite	—
	619 486 \$

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 10. Engagements (suite)

Les entités contrôlées par l'Office concluent divers contrats de location pour lesquels l'Office avance des fonds. Les paiements minimums annuels estimatifs aux termes de ces contrats se détaillent comme suit :

Institut international du Bœuf canadien

2022	100 214 \$
2023	56 800
2024	—
2025	—
Par la suite	—
	<hr/>
	157 014 \$

## 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 ou de liquidité ou à d'autres risques de prix découlant de ces instruments financiers, sauf indication contraire.

### a) Risque de change

L'Office est exposé à des risques financiers découlant des fluctuations des taux de change et de leur volatilité. Dans le cours normal de ses activités, l'Office conclut diverses opérations libellées en devises dont les produits, les charges, les débiteurs et les créditeurs connexes sont assujettis aux variations des taux de change. Au 31 mars 2021, les éléments suivants étaient libellés en devises.

	2021	2020
Trésorerie	15 225 \$	11 950 \$
Débiteurs	77 885	60 783
Créditeurs et charges à payer	421 168	299 850

### b) Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque qu'une contrepartie manque à ses obligations réglementaires et entraîne de ce fait une perte financière. L'Office tire la plupart de ses produits et de ses débiteurs sous la forme de prélèvements auprès d'associations actives dans le secteur des bovins de boucherie et de prélèvements à l'importation de bœuf.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 11. Instruments financiers (suite)

### a) Risque de crédit (suite)

L'Office est exposé au risque de crédit relatif à ces débiteurs dans la mesure où les importateurs pourraient ne pas être en mesure de respecter leurs obligations de paiement des prélèvements à l'importation des bovins de boucherie, de bœuf ou de produits du bœuf. L'Office évalue les débiteurs de façon continue et constitue une provision pour créances douteuses à l'égard de tous les montants qui ne sont pas recouvrables.

### b) Risque de liquidité

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

Il y a lieu de se reporter à la note 2 pour une analyse de la variation des risques imputable à la COVID-19.

## 12. Actif net

### a) Actif net et trésorerie grevés d'affectations internes

Au cours de l'exercice clos le 31 mars 2021, le conseil d'administration de l'Office (voir la note 15) a grevé d'affectations internes une réserve de liquidités de 3 000 000 \$ (3 000 000 \$ en 2020) advenant toute dissolution future. En outre, un montant de 1 000 000 \$ (1 000 000 \$ en 2020) est détenu par la Commercialisation (voir la note 15) à titre d'actif net affecté, ce qui se traduit par un montant total d'actif net affecté de 4 000 000 \$ (4 000 000 \$ en 2020).

### b) Transferts de la réserve de consolidation

Le 1<sup>er</sup> juillet 2011, l'Office a consolidé ses activités avec celles du Centre d'information sur le bœuf (« CIB ») et de la Fédération (désormais, l'Institut). Conformément à la convention de consolidation intervenue entre l'Association canadienne des éleveurs de bovins et l'Office, la somme de 5 051 796 \$ a été transférée du CIB et de l'Institut 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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 13. Distributions et perceptions des prélèvements de Bœuf Canada

Les frais administratifs de l'Office sont calculés en fonction du budget autorisé par le conseil d'administration de l'Office pour chaque exercice. Les frais administratifs sont déduits des prélèvements de Bœuf Canada remis par les associations provinciales de bovins de boucherie, et du prélèvement à l'importation.

	2021	2020
<b>Perceptions</b>		
Cattle Industry Development Council (Colombie-Britannique)	771 455 \$	911 128 \$
Alberta Beef Producers	9 477 779	9 832 904
Saskatchewan Cattlemen's Association	3 897 522	3 985 649
Association des éleveurs de bétail du Manitoba	1 329 296	1 677 096
Beef Farmers of Ontario	868 596	958 356
Les producteurs de bovins du Québec	1 647 776	1 623 615
Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick	76 806	79 031
Nova Scotia Cattle Producers	74 018	79 348
Prince Edward Island Cattle Producers	70 427	72 250
Ontario Veal	122 808	–
<b>Total des perceptions</b>	<b>18 336 483 \$</b>	<b>19 219 377 \$</b>
Moins : frais administratifs de l'Office	827 316	865 081
	<b>17 509 167 \$</b>	<b>18 354 296 \$</b>

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

	2021	2020
<b>Distributions</b>		
Association des éleveurs de bétail du Manitoba	75 264 \$	91 711 \$
Beef Farmers of Ontario	402 098	438 000
Les producteurs de bovins du Québec	1 477 143	1 467 487
Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick	20 941	20 566
Nova Scotia Cattle Producers	24 929	25 304
Prince Edward Island Cattle Producers	23 004	21 399
Ontario Veal	115 506	–
	<b>2 138 885 \$</b>	<b>2 064 467 \$</b>

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 14. Activités de commercialisation (fonctionnement et programmes de développement des marchés)

	2021	2020
Développement des marchés – Amérique du Nord		
Développement du marché canadien	3 475 754 \$	1 795 106 \$
Développements des marchés – Marchés mondiaux		
Chine	309 015	384 631
Marchés émergents	39 335	61 444
Japon	481 008	625 213
Corée	90 793	98 565
Asie du Sud-Est	231 084	152 825
Amérique latine	230 128	262 004
Marchés mondiaux	739 814	896 229
Centre d'excellence du bœuf canadien	190 925	344 733
	2 312 102	2 825 644
Total des activités de commercialisation – programmes de développement des marchés	5 787 856 \$	4 620 750 \$

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 14. Activités de commercialisation (fonctionnement et programmes de développement des marchés) (suite)

	2021	2020
<b>Fonctionnement (Canada)</b>		
Amortissement	155 869 \$	258 824 \$
Frais bancaires et intérêts	7 169	6 937
Entretien du matériel informatique et fournitures	63 212	69 612
Honoraires des services de consultation des services juridiques et des services d'audit	56 639	71 814
Licences et abonnements	17 241	28 709
Frais de bureau et de réunion	15 716	118 075
Recrutement et formation	11 099	10 937
Loyer et paiements en vertu de baux	365 048	384 163
Salaires et avantages	2 036 380	1 901 465
Commandites et dons	–	17 500
Frais de déplacement et assurances	45 185	133 578
Services publics	33 242	33 387
	<b>2 806 800</b>	<b>3 035 001</b>
<b>Fonctionnement (à l'étranger)</b>		
Amortissement	10 441	17 732
Frais bancaires et intérêts	3 149	3 175
Entretien du matériel informatique et fournitures	24 127	43 029
Honoraires des services de consultation des services juridiques et des services d'audit	62 953	85 339
Perte de change	21 940	2 277
Licences et abonnements	5 970	10 409
Frais de bureau et de réunion	12 490	12 363
Recrutement et formation	–	73 659
Loyer et paiements en vertu de baux	214 140	203 581
Salaires et avantages	855 366	835 656
Frais de déplacement et assurances	2 811	11 684
Services publics	40 838	50 063
Recouvrement de taxe à la consommation	(43 181)	(63 351)
	<b>1 211 045</b>	<b>1 285 616</b>
<b>Total des activités de commercialisation – fonctionnement</b>	<b>4 017 845 \$</b>	<b>4 320 617 \$</b>
<b>Total des activités de commercialisation – fonctionnement et programmes de développement des marchés</b>	<b>9 805 700 \$</b>	<b>8 941 367 \$</b>
<b>Répartition des fonds</b>		
Commercialisation – bœuf générique	1 303 698 \$	1 016 608 \$
Commercialisation – bœuf de marque	8 502 002	7 924 759
<b>Total des activités de commercialisation – fonctionnement et programmes de développement des marchés</b>	<b>9 805 700 \$</b>	<b>8 941 367 \$</b>

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

---

## 15. Informations fonctionnelles

L'Office a choisi de présenter les informations sur les principales fonctions séparément à l'intention des lecteurs.

### a) Commercialisation

Le comité de commercialisation est responsable de la planification et de l'établissement de la stratégie commerciale et des objectifs d'affaires et opérationnels, ainsi que des objectifs pour l'ensemble de la gestion et de l'exploitation des activités et des questions liées à la commercialisation. L'Office transfère des fonds à Bœuf Canada afin de mener à bien les programmes de commercialisation et les activités de mobilisation du public et des intervenants. Ces transactions sont fondées sur le pourcentage d'attribution des prélèvements remis par les associations provinciales de bovins de boucherie et d'investissement des prélèvements à l'importation. L'Office et Bœuf Canada se partagent également les coûts liés aux dépenses d'affaires, les frais de bureau et les frais du conseil d'administration, et les transactions requises entre les deux parties en ce qui a trait à ces éléments correspondent aux transferts entre les fonctions.

### b) Office

La mission de l'Office consiste à promouvoir la commercialisation et la production des bovins de boucherie, du bœuf et des produits du bœuf offerts sur les marchés interprovinciaux, d'exportation et d'importation, ainsi qu'à mener et à promouvoir des activités de recherche liées à ces produits agricoles. L'Office conclut des contrats avec des fournisseurs de services externes pour effectuer le travail et atteindre ces objectifs. Conformément aux statuts de l'Office, le rôle et les responsabilités du comité de la commercialisation sont définis comme s'il était un fournisseur de services interne, menant ses activités en tant que Bœuf Canada, ci-après, la « commercialisation » ou « Bœuf Canada ». Il incombe à l'Office de surveiller les objectifs d'affaires des fournisseurs de services, de gérer et d'administrer les produits générés par les prélèvements et le prélèvement à l'importation, et de s'assurer que l'Office et les fournisseurs de services sont conformes aux règlements, aux statuts et aux politiques.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 15. Informations fonctionnelles (suite)

État de la situation financière

	Commercialisation	Transferts i)	Office	Transferts i)	2021
<b>Actif</b>					
Actif à court terme					
Trésorerie	8 260 873 \$	– \$	835 864 \$	– \$	9 096 737 \$
Trésorerie grevée d'affectations internes	3 000 000	(3 000 000)	3 000 000	–	3 000 000
Débiteurs	3 097 592	(2 023 838)	3 418 409	(3 750)	4 488 413
Charges payées d'avance et dépôts	91 831	–	–	–	91 831
Montant à recevoir d'apparentés	331 865	–	–	–	331 865
	14 782 161	(5 023 838)	7 254 273	(3 750)	17 008 846
Immobilisations (note 5)	519 421	–	3 186	–	522 607
Placement [note 2 a)]	100	–	–	–	100
	15 301 682 \$	(5 023 838) \$	7 257 459 \$	(3 750) \$	17 531 553 \$
<b>Passif et actif net</b>					
Passif à court terme					
Créditeurs et charges à payer	1 589 293 \$	(3 750) \$	3 421 627 \$	(2 023 838) \$	2 983 332 \$
Trésorerie grevée d'affectations internes	–	–	3 000 000	(3 000 000)	–
Montant à payer à des apparentés	574 941	–	–	–	574 941
Produits reportés	248 727	–	–	–	248 727
	2 412 961	(3 750)	6 421 627	(5 023 838)	3 807 000
Apports en capital reportés	309 913	–	–	–	309 913
Actif net					
Non affecté	7 627 012	–	835 832	–	8 462 844
Grevé d'affectations internes	4 000 000	–	–	–	4 000 000
Réserve de consolidation	951 796	–	–	–	951 796
	12 578 808	–	835 832	–	13 414 640
	15 301 682 \$	(3 750) \$	7 257 459 \$	(5 023 838) \$	17 531 553 \$

i) Les transferts correspondent aux ajustements requis pour éliminer les transactions entre les fonctions. Pour obtenir une description des responsabilités qui incombent à chaque fonction, il y a lieu de consulter le texte figurant aux notes 15 a) et b) précédentes.

ii) Pour obtenir les informations comparatives, veuillez vous reporter à l'état non consolidé de la situation financière.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2021, avec informations comparatives de 2020

## 15. Informations fonctionnelles (suite)

### État des résultats

	Commercialisation	Transferts i)	Office	Transferts i)	2021
<b>Produits</b>					
Prélèvements de Bœuf Canada					
Prélèvements sur le bœuf canadien	– \$	– \$	18 336 483 \$	– \$	18 336 483 \$
Transferts provenant de l'Office					
Commercialisation	8 801 292	(8 801 292)	–	–	–
Mobilisation du public et des intervenants	241 370	(241 370)	–	–	–
Prélèvements à l'importation	1 196 988	(1 196 988)	59 428	1 196 988	1 256 416
Autres produits	61 745	–	2 931	–	64 676
	10 301 395	(10 239 650)	18 398 842	1 196 988	19 657 575
Partenariat canadien pour l'agriculture					
	1 428 604	–	–	–	1 428 604
Amortissement des apports en capital reportés					
	106 256	–	–	–	106 256
Gouvernement de l'Alberta – Programme de développement des marchés d'exportation					
	93 668	–	–	–	93 668
	1 628 528	–	–	–	1 628 528
	11 929 923	(10 239 650)	18 398 842	1 196 988	21 286 103
<b>Charges</b>					
Prélèvements de Bœuf Canada					
Conseil d'administration	11 350	–	44 854	–	56 204
Activités liées aux prélèvements de Bœuf Canada	–	–	430 833	–	430 833
	11 350	–	475 687	–	487 037
<b>Programmes</b>					
Mobilisation du public et des intervenants					
	165 682	–	969 266	(241 370)	893 578
Transferts à la commercialisation					
Commercialisation	–	–	8 801 292	(8 801 292)	–
Commercialisation – bœuf générique					
	1 303 698	–	–	–	1 303 698
Commercialisation – bœuf de marque					
	8 502 002	–	–	–	8 502 002
Recherche					
	–	–	4 449 979	–	4 449 979
Investissement de la province					
	–	–	2 138 885	–	2 138 885
Tranche provinciale du prélèvement fédéral					
	–	–	1 181 051	–	1 181 051
	9 971 382	–	17 540 473	(9 042 662)	18 469 193
	9 982 732	–	18 016 160	(9 042 662)	18 956 230
	1 947 191 \$	(10 239 650) \$	382 682 \$	10 239 650 \$	2 329 873 \$

i) Les transferts correspondent aux ajustements requis pour éliminer les transactions entre les fonctions. Pour obtenir une description des responsabilités qui incombent à chaque fonction, il y a lieu de consulter le texte figurant aux notes 15 a) et b) précédentes.

ii) Pour obtenir les informations comparatives, veuillez vous reporter à l'état non consolidé du résultat.





**SUITE 146, 6715 – 8TH STREET NE  
CALGARY, AB, CANADA T2E 7H7  
TEL: (403) 275-5890  
@CDNBEEFCHECKOFF  
CDNBEEFCHECKOFF.CA**

