



2023-2024 RAPPORT ANNUEL





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 boeuf générique qui ne portent pas la marque du boeuf canadien, comme les compétences culinaires et la santé et le bien-être.

Le présent rapport annuel 2023-24 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 2023 et le 31 mars 2024.

MESSAGE DU PRÉSIDENT

Il est incroyable de voir à quel point un peu d'huile de coude peut faire la différence.

Lorsque j'ai été élu pour la première fois à l'Agence en 2016, je ne savais pas vraiment dans quoi je m'embarquais. La structure de l'Agence était en mutation et plus de la moitié des membres du conseil d'administration étaient tout nouveaux, comme moi.





La mission qui nous avait été confiée par nos organisations d'origine semblait assez simple : transformer l'Agence en une organisation fiscalement transparente fonctionnant séparément de ceux qui investissent les prélèvements dans la programmation.

Il a fallu des années de restructuration, d'élaboration de nouveaux règlements à partir de zéro, de recrutement de membres dévoués de l'Agence possédant les compétences nécessaires pour améliorer l'organisation, et de réalisation de tous les résultats demandés par les associations bovines provinciales.

Mais nous sommes arrivés. Cela a pris beaucoup de temps, mais petit à petit, nous avons restructuré, peaufiné et reformaté ce à quoi l'Agence ressemblait autrefois pour en faire ce qu'elle est aujourd'hui: une organisation prudente et transparente qui travaille au nom de l'industrie canadienne du bœuf afin de livrer de la valeur sur chaque dollar investi.

La renaissance de l'Agence a pris du temps, mais c'est quelque chose que notre industrie méritait. Les changements survenus au cours des huit dernières années que j'ai été ici ont demandé beaucoup de travail et de courage, mais les associations représentées au sein de notre conseil d'administration se sont impliquées et ont pris le temps de bien faire les choses. Et voilà où nous en sommes.

Nous nous efforçons à présent d'intégrer Terre-Neuve et de l'aider à mettre en place un système de prélèvement dans sa province et à développer des mécanismes et une gouvernance stables pour devenir un collecteur de prélèvement durable, dans ce que nous espérons être un avenir proche. Nous avons établi avec le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) une relation qui a suscité une

grande confiance, à tel point que le Conseil, ainsi que d'autres producteurs de produits de base qui envisagent de saisir cette occasion, sollicitent nos conseils pour l'administration d'une agence de promotion et de recherche au Canada.

L'Agence a mis en place un programme d'inspection et de formation qui a donné des résultats exceptionnels en très peu de temps. Nous effectuons maintenant des inspections contractuelles pour le bœuf et le veau, et nous continuons à engager des conversations avec d'autres personnes qui voient la valeur incroyable du travail de l'Agence.

Au cours de ses deux premières années d'existence, le programme jeunesse de l'Agence a permis de renforcer notre communication avec les jeunes producteurs du Canada, ce qui s'avère souvent difficile dans notre secteur. Julie Mortenson, notre première jeune membre, est une éleveuse de bovins brillante et engagée qui a apporté beaucoup à l'Agence. Elle a contribué à renforcer les relations avec le Conseil canadien des jeunes leaders de l'industrie bovine et a été une ressource clé dans le développement de notre programme de bourses d'études, qui a touché des milliers de jeunes et qui est le programme de l'Agence le plus partagé en ligne.

Nous avons mis au point un programme de formation du conseil d'administration qui garantit que notre personnel est prêt à relever les défis auxquels l'Agence est confrontée chaque jour. Les formations financières et de gouvernance mises en œuvre ces dernières années nous ont fourni les outils dont nous avons besoin pour faire le meilleur travail possible pour ceux que nous représentons. Personnellement, j'ai toujours considéré le renforcement des connaissances financières comme un outil important, non seulement pour les membres des conseils d'administration comme le nôtre, mais aussi pour tous ceux qui sont confrontés aux véritables pressions fiscales dans l'industrie du bœuf. C'est pourquoi, l'année dernière, nous avons soutenu Julie, ainsi que son mentor de l'Agence, Chad Ross, dans leur apprentissage financier continu par le biais du cours « Ranching for Profit » (Élevage à but lucratif). Nous sommes déterminés à assurer la durabilité financière de nos jeunes producteurs de bœuf, que ce soit par la formation continue en tant que membre de l'Agence ou par d'autres possibilités telles que notre bourse d'études.

Nous encourageons nos organisations d'intervenants à continuer de nommer des représentants qui ont de l'expérience et des intérêts en jeu. Investir près de 20 millions de dollars de l'argent des producteurs et des importateurs est une tâche importante que l'Agence et ses membres ne prennent pas à la légère. Nos membres ont l'expérience d'un

engagement actif et d'un investissement important dans l'avenir du bœuf au Canada. Il est important que notre conseil d'administration représente l'industrie canadienne du bœuf avant-gardiste.

Nos fournisseurs de services chez Bœuf Canada, au Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) et à la Mobilisation du public et des intervenants (MPI) continuent d'accomplir un travail remarquable au nom de l'industrie. Nous encourageons tous les intervenants de l'industrie du bœuf à lire leurs rapports et à comprendre comment leurs stratégies et tactiques accomplissent un travail précieux pour chacun d'entre nous. En tant qu'agence, il nous incombe d'examiner tous leurs plans et rapports pour vérifier l'admissibilité des projets, et cela inclut les provinces qui allouent des fonds aux initiatives d'investissement provinciales.

Le personnel de l'Agence continue de répondre à toutes les priorités et stratégies que nos intervenants demandent de nous. Il s'agit d'une équipe dévouée et passionnée, qui s'engage à faire preuve de prudence et de transparence, et qui travaille dur pour s'assurer que chaque dollar est comptabilisé et investi de la meilleure façon possible. L'équipe est efficace et continue à développer des plans qui ne sont pas seulement allégés, mais qui génèrent souvent des revenus de manière unique pour compenser les coûts d'administration pour nous, dans l'industrie du bœuf. Pour cela, je vous encourage à remercier notre petite équipe pour tout ce qu'elle fait.

Bien qu'il s'agisse peut-être de mon dernier rodéo à partir du siège de président, sachez que je continuerai à être un membre impliqué et actif dans l'industrie du bœuf et un défenseur passionné du prélèvement du bœuf et du prélèvement à l'importation au Canada. Si mon mandat au conseil d'administration et à la présidence m'a appris quelque chose, c'est qu'il est impératif de soutenir l'investissement des fonds de l'industrie par la recherche, le développement des marchés et la promotion.

Si nous continuons à travailler ensemble et à regarder vers l'avenir, imaginez où nous pourrions être dans huit ou dix ans. C'est une période faste pour notre industrie et je suis impatient de voir où nous irons à partir de maintenant.

Sincèrement.

JEFF SMITH PRÉSIDENT

MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

En 2023/24, les recettes du Prélèvement canadien sur les bovins de boucherie se sont élevées à 18 309 743 \$ sur les bovins commercialisés, déduction faite de la part provinciale de la redevance fédérale



Le prélèvement à l'importation sur les bovins de boucherie, le bœuf et les produits du bœuf importés au Canada a été perçue au taux de 1\$ par équivalent de tête, pour un total de 1269 638 \$. Ces fonds, nets d'administration, sont alloués au marketing générique du bœuf sans marque, tel que le marketing nutritionnel, le développement de recettes et l'enseignement des compétences culinaires.

918 845 \$ ont été dépensés pour l'administration de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf et du Conseil, ce qui est inférieur de 82 005 \$ au budget.

ADMINISTRATION

Les programmes de l'Agence ont soutenu les opérations et le Conseil, ainsi que les trois objectifs stratégiques de l'Agence:

- Gouvernance et administration saines
- Rapports structurés et conformité
- Des intervenants bien informés et engagés

UNE GOUVERNANCE ET UNE ADMINISTRATION SAINES

Au cours de l'année écoulée, l'Agence a entamé son examen régulier des règlements en procédant à une analyse approfondie et a recommandé des modifications afin de mettre à jour et de moderniser cet élément du cadre de gouvernance de l'Agence. Une révision complète du formatage et du système de numérotation accompagnera tout changement à plus grande échelle recommandé afin de

ALLOCATION DES REVENUS (%)

Le total des fonds du prélèvement collectés sur les commercialisations de bovins a été réparti comme suit :

- **57%** au développement et à la promotion des marchés
- **27**% à la recherche
- **11%** investissement provinciaux
- **5%** à la Mobilisation du public et des intervenants



garantir que les règlements reflètent le véritable fonctionnement de l'Agence et les intentions des intervenants envers lesquels l'Agence doit rendre compte.

Un autre domaine sur lequel l'Agence s'est concentrée au cours de l'année écoulée a été la proposition et le plan de mise en œuvre de l'augmentation des frais d'administration des associations provinciales de bovins, prévue pour le 1er avril 2024. Des accords modificatifs ont été créés pour les associations provinciales de bovins et livrés en mars, à temps pour la date de mise en œuvre d'avril. Les frais d'administration modernisés compenseront les associations provinciales de bovins pour la collecte du prélèvement national en fonction d'un pourcentage du montant par tête qu'elles collectent et seront déduits du prélèvement national sur toutes les mises en marché.

Le personnel de l'Agence s'est efforcé de gagner en efficacité face à une charge de travail toujours croissante. Les processus comptables continuent d'être rationalisés, notamment en ce qui concerne le nettoyage du système comptable Sage et le prélèvement à l'importation. Le travail assidu de nettoyage des processus a permis au personnel d'établir plus rapidement les factures relatives au prélèvement à l'importation pour le bœuf et le porc. La poursuite des travaux dans ce domaine permettra à l'Agence de s'améliorer en permanence et de se concentrer sur l'efficacité fiscale et la transparence au nom de ses intervenants.

L'Agence a passé beaucoup de temps à travailler avec le Groupe de travail sur la Mobilisation du public et des intervenants afin de rechercher et de proposer des structures de gouvernance pour l'équipe MPI. Bien que l'Agence n'ait pas participé directement à la

prise de décision, elle a administré le groupe de travail, élaboré des documents et produit un rapport de synthèse. Ce rapport a été remis à l'Association canadienne des bovins (ACB) et aux associations provinciales du bétail, où tout changement de structure ou de gouvernance sera recommandé et mis en œuvre.

S'appuyant sur les travaux des années précédentes, l'Agence a continué d'explorer les possibilités de crédit pour la recherche scientifique et le développement expérimental (RS & DE) pour les producteurs de bœuf canadiens qui investissent dans la recherche par l'intermédiaire du prélèvement national. Bien qu'il reste encore du travail à faire, nous travaillons en étroite collaboration avec le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) et nos partenaires consultants de KMPG LLP pour finaliser la faisabilité du programme pour l'industrie canadienne du bœuf administré par l'Agence.

RAPPORTS STRUCTURÉS ET CONFORMITÉ

Au cours de l'exercice 2023/24, l'Agence a réalisé son tout premier audit de prestataire de services national. Les inspecteurs ont effectué un audit de Bœuf Canada et ont suivi les fonds du prélèvement depuis leur réception jusqu'à leur investissement. L'audit a confirmé que Bœuf Canada continue de faire des affaires d'une manière sur laquelle les producteurs qui paient des prélèvements peuvent compter, sachant que les fonds sont investis de manière transparente.

Vingt-huit inspections sur le terrain ont été effectuées cette année dans deux provinces différentes, ce qui a permis de s'assurer que l'Agence continue de se concentrer sur la conformité en ce qui concerne la collecte et la

remise des fonds dans tout le pays. Plus de 165 000 \$ de prélèvements décalés ont été identifiés en Colombie-Britannique, et plus de 42 000 \$ de prélèvements décalés pour le veau ont été identifiés en Ontario. Deux associations provinciales de bovins ont également signé de nouveaux accords de services d'inspection, et le gestionnaire de la conformité et de l'éducation de l'Agence a pris la parole lors de quatre événements organisés dans les provinces de l'Atlantique afin d'éduquer et de mobiliser les producteurs au sujet de la collecte et de la remise des prélèvements.

Le personnel de l'Agence a travaillé directement avec les associations provinciales des bovins pour aider à résoudre des problèmes spécifiques de remise et de collecte au niveau local. Cela continue de montrer la valeur de l'Agence pour aider à résoudre les problèmes liés au cadre réglementaire et à comprendre l'impact de situations spécifiques sur les décisions futures. Le fait de disposer d'une équipe bien équilibrée au sein de l'Agence permet de comprendre les impacts sous tous les angles et de recommander des stratégies pour aller de l'avant avec un plan unifié en place.

L'éducation est un élément important du programme de conformité de l'Agence. Le cours d'introduction au prélèvement disponible auprès de l'Agence a été mis à jour cette année afin de garantir que les informations les plus précises et les plus récentes continuent d'être mises à la disposition de tous les apprenants. Nous avons également élaboré des arbres de décision d'application pour guider le personnel de l'Agence et les associations provinciales de producteurs de bovins sur les étapes juridiques à suivre pour faire appliquer les règlements fédéraux et provinciaux relatifs à la collecte et à la remise du prélèvement national et des prélèvements à l'importation. Le personnel de l'Agence a également commencé à mettre en œuvre une mini-série sur l'histoire du prélèvement pour les membres de l'Agence afin de s'assurer que le développement initial du cadre réglementaire n'est pas perdu pour ceux qui prennent des décisions pour les producteurs de bœuf canadiens en ce qui concerne la collecte et l'investissement du prélèvement.

DES INTERVENANTS ENGAGÉS ET INFORMÉS

L'Agence s'est concentrée sur le renforcement des relations dans l'ensemble de l'industrie, et des représentants de notre organisation ont participé à de nombreux événements et réunions de l'industrie. Des présentations ont été faites à de nombreuses réunions d'organisations provinciales et nationales, et l'Agence continue d'engager les producteurs de bœuf et le gouvernement de Terre-Neuve pour trouver des moyens de collaborer à la collecte et à la remise des prélèvements dans cette province.

Nous sommes fiers d'être devenus une source fiable de données de haute qualité sur la commercialisation des bovins de boucherie. L'ACB utilise désormais les données de l'Agence pour aider à calculer ses évaluations provinciales annuelles, et Statistique Canada, Environnement et Changement climatique Canada et Santé publique Canada ont entamé des discussions avec l'Agence en vue d'une éventuelle utilisation de nos données à l'avenir.

Le personnel a élaboré des fiches de rendement pour dix associations provinciales et I.E. Canada, qui mettent l'accent sur les comparaisons de revenus d'une année sur l'autre et sur une image simplifiée de la façon dont les mises sur le marché et les importations évoluent tout au long de l'année et dans l'ensemble du pays. Ces fiches sont des informations précieuses pour les associations, car elles les aident à établir leur budget et à identifier les dérapages ou les erreurs.

Voilà bientôt deux ans que l'Agence compte son premier jeune membre, et le recrutement de Julie Mortenson à titre d'observatrice s'est avéré fructueux pour l'organisation. L'Agence a travaillé en tandem avec le Conseil canadien des jeunes leaders de l'industrie bovine pour créer un nouveau plan de recrutement afin de combler le poste d'observateur des jeunes membres à la fin du mandat de Julie, lors de l'AGA de 2024. Nous sommes impatients d'accueillir un nouveau jeune membre et nous tenons à remercier Julie pour son investissement dans l'industrie canadienne du bœuf en tant que premier jeune membre de l'Agence.

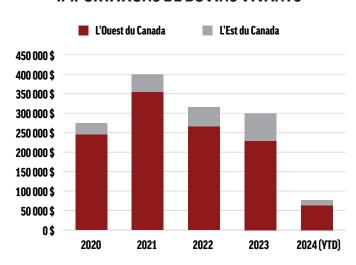
En outre, dans le domaine de la mobilisation des jeunes, l'Agence a attribué sa première bourse d'études en août 2023 à Hannah Nikkel, de l'Alberta. La vidéo de Hannah a reçu les meilleures notes du comité de sélection parmi plus de 20 vidéos provenant de tout le pays. Le marketing des médias sociaux pour la bourse d'études a donné lieu à lui seul à beaucoup plus de mentions J'aime, de partages, de commentaires et de vues que tout autre sujet de l'Agence en cinq ans, prouvant que le programme atteignait un public plus jeune qui n'avait peut-être pas été exposé au prélèvement du bœuf auparavant.

Une série de documents a été créée à l'intention des associations provinciales de bovins afin qu'elles puissent les utiliser à temps pour leurs réunions d'automne avec les producteurs. Ces documents s'appuient sur le rapport annuel de l'Agence et sur d'autres domaines pour lesquels les provinces ont indiqué qu'elles avaient besoin d'informations supplémentaires, comme des résumés mis à jour sur l'endroit et la manière dont l'argent des prélèvements est alloué. Une nouvelle série de graphiques sur la répartition a également été envoyée à toutes les associations provinciales. Parmi les autres activités de sensibilisation et de communication, on peut citer notre bulletin mensuel The Gatepost, qui a été ouvert 30 % plus souvent cette année par rapport à l'année dernière.

Sincèrement,

MELINDA GERMAN DIRECTRICE GÉNÉRALE

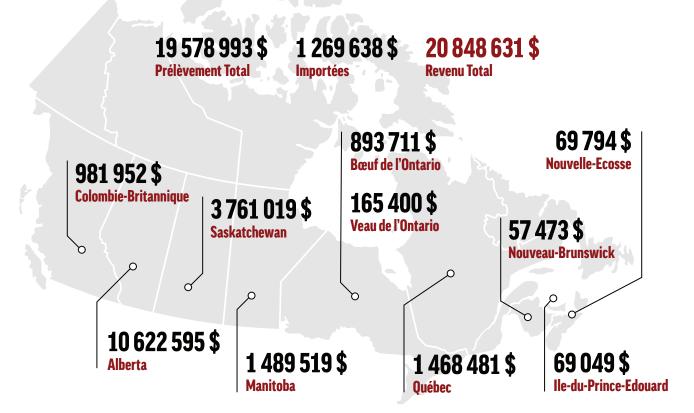
IMPORTATIONS DE BOVINS VIVANTS





PRÉLÈVEMENT NATIONAL ET À L'IMPORTATION

Le prélèvement 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.



MEMBRES DE L'AGENCE

Le conseil d'administration de l'Agence est composé de 16 membres de l'Agence provenant de tout le Canada et d'un jeune membre observateur. Dix sièges sont attribués à des producteurs nommés par leurs associations provinciales de bovins, et six sont des représentants du Conseil des viandes du Canada (CVC), des importateurs et des exploitants de vente au détail et de services alimentaires. Ces six représentants sont nommés par leurs organisations respectives ou par les délégués à l'assemblée générale annuelle. Le poste de jeune est nommé par le Conseil canadien des jeunes de l'industrie bovine.



MEMBRES DE L'AGENCE 2023-24



JEFF SMITHPRÉSIDENT, ALBERTA



TREVOR WELCH VICE-PRÉSIDENT NOUVEAU-BRUNSWICK



ANDREA VAN ITERSON COLOMBIE-BRITANNIQUE



SHEILA HILLMER ALBERTA



CHAD ROSS SASKATCHEWAN



MARY PAZIUK MANITOBA



JACK CHAFFE ONTARIO



SYLVAIN BORQUE QUÉBEC



LARRY WEATHERBY NOUVELLE-ÉCOSSE



DAVID FRANCIS ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD



CORAL MANASTERSKY I.E. CANADA



RUSS MALLARD CVC



ANDRE FORGET CVC



JOHN CURTIS CVC



JEFF CLINE CVC



DENIS BURELLE*
SECTEUR DE LA
VENTE AU DÉTAIL
ET DES SERVICES
ALIMENTAIRES



JEUNE MEMBRE (OBSERVATRICE)

Le Conseil travaille à la fois en tant qu'entité et par l'intermédiaire de comités consultatifs et opérationnels ciblés afin de remplir 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 la nomination de membres de l'Agence et de représentants du secteur du veau, ainsi que par l'élection de producteurs et de membres à titre personnel. Le Comité de marketing est chargé de superviser Boeuf Canada, l'organisation chargée d'investir l'argent des prélèvements et des redevances à l'importation dans le développement et la promotion du marché. Les membres de ce comité sont issus de la crème en matière de boeuf et de marketing, garantissant que l'industrie canadienne du bœuf bénéficie d'une forte valeur ajoutée grâce à leur investissement en marketing par le biais des prélèvements.

^{*} Denis Burelle est le membre suppléant temporaire représentant le secteur du commerce de détail et de la restauration, qui a été appelé à remplacer Stephen Christie, qui a démissionné de son poste le 29 février 2024. Nous tenons à remercier Stephen pour son mandat au sein du conseil d'administration de l'Agence.

APERÇU DU MARCHÉ ET DE L'INDUSTRIE

PRÉPARÉ PAR SERVICES DE RECHERCHE CANFAX

L'année qui vient de s'écouler a été une année record, avec l'établissement de nouveaux sommets pour la plupart des classes de bovins, tant en Alberta qu'en Ontario.





Le Canada a été un importateur net de bovins d'engraissement tous les mois en 2023, à hauteur de 159 000 têtes pour l'année. >>

NOUVEAUX RECORDS ÉTABLIS; VENTS CONTRAIRES JUSQU'À LA FIN DE 2023

Les bouvillons de 550 lb de l'Alberta ont progressé de façon constante au cours des neuf premiers mois, grimpant de 33 % pour atteindre 398 \$/q en septembre. Les bouvillons de 850 lb de l'Alberta ont suivi de très près leurs homologues plus légers, grimpant de 36 % pour atteindre 328 \$/q en septembre. L'automne a apporté quelques vents contraires au marché de l'engraissement, les bouvillons de 550 lb ayant baissé de 5 % par rapport à leur sommet de septembre pour atteindre 378 \$/q en décembre. Les bouvillons de 850 lb de l'Alberta ont également reculé de 9 % par rapport à leur sommet de septembre, pour s'établir à 299 \$/q en décembre.

Les bouvillons gras de l'Alberta ont augmenté de 31% entre janvier et juin, pour atteindre 247\$/q (vif) en juin, un nouveau sommet historique. Au cours de l'année, les marges sur

le marché au comptant (en supposant qu'il n'y ait pas de gestion du risque) ont été estimées en moyenne à 5-10 \$/q dans le noir, avec des marges positives pour toutes les classes. Les marges ont été estimées positives tous les mois de mai à octobre pour les six classes. Les prix de l'orge de Lethbridge ont baissé de façon constante, mais quelque peu irrégulière, tout au long de 2023, ce qui a permis de soutenir les marges des parcs d'engraissement. La sécheresse a de nouveau frappé une partie des Prairies l'été dernier, poussant les broutards d'été dans les parcs d'engraissement plus tôt. Les placements du troisième trimestre 2023 étaient 25 % plus élevés que ceux du troisième trimestre 2022. Les approvisionnements des parcs d'engraissement se sont resserrés plus rapidement aux États-Unis qu'au Canada. affaiblissant à la fois l'écart de trésorerie Alberta-Nebraska et l'écart entre la trésorerie et les contrats à terme en Alberta au troisième trimestre de 2023

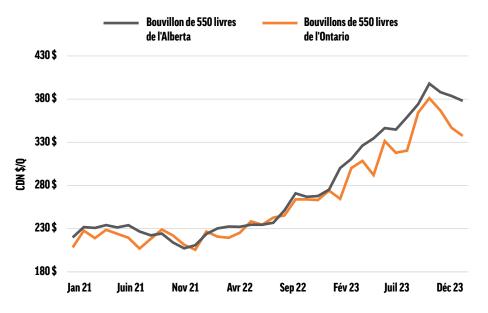
CHIFFRES CLÉS

prix du bouvillon gras de l'Alberta en 2023

augmentes les exportations de bovins gras

3,35 milliards
de livres
production Canadienne de bœuf

BOUVILLONS ENGRAISSÉS DE L'ALBERTA ET DE L'ONTARIO





LA PRODUCTION DE BŒUF A ATTEINT SON PIC EN 2022 ET SE DIRIGE MAINTENANT VERS UNE BAISSE

La production canadienne de bœuf (abattage national + exportations de bovins vivants destinés à l'abattage) en 2023 était de 3,35 milliards de livres, en baisse de 5 % par rapport à 2022; en baisse pour la première fois en huit ans. La production de bovins gras a diminué de 6 % en 2023 pour atteindre 2,9 milliards de livres, mais était encore le quatrième plus grand volume depuis 2005; la production de bovins non engraissés a augmenté de 2% pour atteindre 453,9 millions de livres et était le plus grand volume depuis 2016. L'abattage domestique a totalisé 3,14 millions de têtes, en baisse de 4 % par rapport à 2022. L'abattage de bovins gras a diminué d'un peu plus de 6 %, tandis que l'abattage de bovins non engraissés a augmenté de près de 8 %. Les exportations de bovins vivants destinés à l'abattage, soit 540 500 têtes, sont restées stables par rapport à 2022. Les exportations de bovins gras (355 100 têtes) ont augmenté de 11 %, tandis que les exportations de bovins non engraissés (185 400 têtes) ont baissé de 15 %. Le taux d'utilisation des abattoirs canadiens est estimé à 91 % en 2023; 92 % dans l'Ouest et 89 % dans l'Est. L'abattage a dépassé 100 % de la capacité à neuf reprises dans l'Ouest, mais seulement une fois dans l'Est, ce qui suggère des approvisionnements relativement plus restreints dans l'Est.

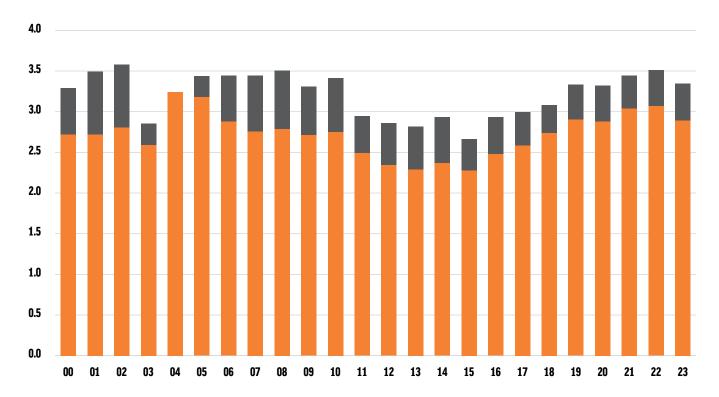
Le Canada a été un importateur net de bovins d'engraissement tous les mois en 2023, à hauteur de 159 000 têtes pour l'année.
Les bouvillons de 550 livres de l'Alberta ont bénéficié en moyenne d'une prime de 4 \$/q par rapport aux États-Unis en 2023, et les bouvillons de 850 livres de l'Alberta d'une prime

de 2 \$/q, les parcs d'engraissement ayant importé des bovins d'engraissement pour remplir les enclos.

Selon Statistique Canada, le cheptel bovin canadien au 1er janvier 2024 était en baisse de 2,1% par rapport à l'année dernière, à 11,1 millions de têtes, les vaches de boucherie en baisse de 2,4 %, à 3,5 millions de têtes, et les génisses d'élevage pour la production de bœuf en baisse de 5,6 %, à 519 600 têtes. Les stocks de vaches de boucherie de l'Ouest canadien, à 3,1 millions de têtes, sont les plus bas depuis 1991. On s'attend à un resserrement de l'offre de bœuf en Amérique du Nord au cours du deuxième semestre de 2024, soutenant ainsi les prix du bœuf tout au long de la chaîne d'approvisionnement, y compris au détail. Les importations de bœuf devraient continuer à combler le vide créé par la diminution de la production de bœuf en Amérique du Nord.

PRODUCTION CANADIENNE DE BŒUF





Source: Canfax Research Services

BAISSE DE LA CONSOMMATION INTÉRIEURE, VALEURS À L'EXPORTATION PLUS ÉLEVÉES QUE JAMAIS

La consommation intérieure totale de bœuf en 2023 était de 924 300 tonnes (poids carcasse), en baisse de 4 % par rapport à 2022. Les exportations de bœuf ont diminué de 1,5 % par rapport à 2022 et les importations ont augmenté de 13,8 %. La consommation par habitant (consommation apparente) était en baisse de 7 %, à 17,5 kg de poids au détail. Les prix du bœuf au détail s'élevaient en moyenne à 21,08 \$/kg en 2023, soit une hausse de 7 % par rapport à 2022. Cependant, une fois l'inflation prise en compte, les prix de détail du bœuf déflatés étaient 2,8 % plus élevés. La population canadienne a augmenté de 3 % par rapport à 2022 et a franchi la barre des 40 millions d'habitants, ce qui a entraîné des tensions sur

les approvisionnements et contribué à la baisse de la consommation par habitant.

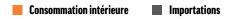
Les exportations de bœuf canadien ont franchi pour la première fois la barre des 5G\$, deux ans seulement après avoir franchi celle des 4G\$. La valeur des exportations en 2023 était supérieure de 7 % à celle de 2022. Les volumes d'exportation ont diminué de 2 % en 2023, pour atteindre un peu moins de 499 000 tonnes (poids du produit). La valeur unitaire des exportations a augmenté de 10 % pour atteindre 10,07\$/kg, tandis que la valeur unitaire des importations a connu une hausse modeste de 1% pour atteindre 9,89\$/kg.

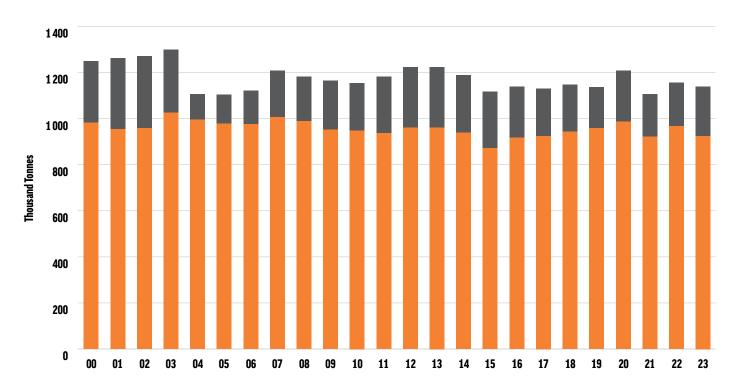
Les exportations vers les États-Unis s'élevaient à 375 200 tonnes (+3,9 %) pour une valeur de 4,04G \$ (+17 %), vers le Japon à 45 400 tonnes (-33,1 %) pour 351,8M \$ (-32,1 %), vers le Mexique à 32 300 tonnes (+21,8 %) pour 283,8M \$ (+32,2 %), vers la Corée du Sud à

14 200 tonnes (-25 %) pour 121,8M \$ (-36.7%), vers l'Asie du Sud-Est, y compris Taïwan, 15 100 tonnes (-23,8%) pour 96,3M \$ (-38,6%), vers MOAN 2 900 tonnes (-25,5%) pour 23,3M \$ (-54,3%), vers Hong Kong et Macao 5 600 tonnes (+18,1%) pour 60,8M \$ (+18,9%), et vers l'UE 1 400 tonnes (+17,6%) pour 24,9M \$ (+11,5%). Il n'y a pas eu d'exportations vers le Royaume-Uni ni la Chine en 2023.

Les importations de bœuf ont augmenté de 11,2 % en volume (poids du produit) par rapport à 2022, à 186 600 tonnes, et leur valeur a augmenté de 11,9 %, à 1,84G \$. Les cinq principales sources de bœuf importé par le Canada, selon la part de marché en 2023, étaient les États-Unis (53 % de la part de marché), l'Australie (10,9 %), la Nouvelle-Zélande (9,7 %), l'UE et le Royaume-Uni (9,4 %) et l'Uruguay (6,4 %). Le Mexique progresse avec une part de marché de 6,2 % en 2023.

CONSOMMATION DE BŒUF CANADIEN

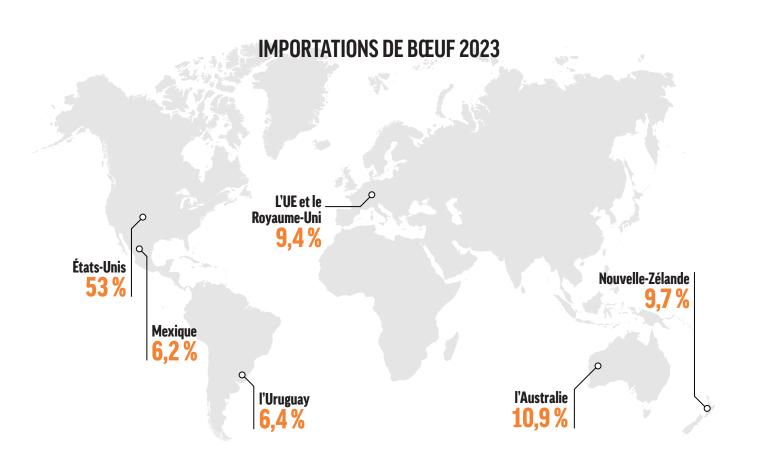




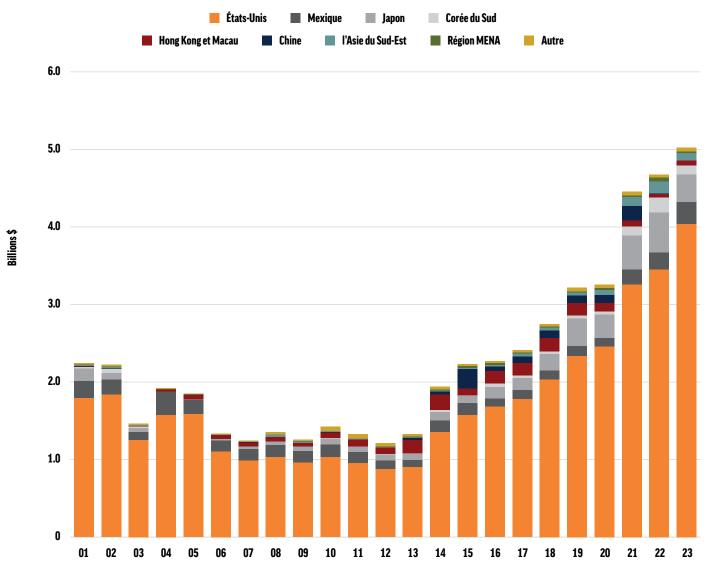
Source: Statistics Canada







VOLUMES DES EXPORTATIONS DE BŒUF CANADIEN



Source: Statistics Canada

PREMIER TRIMESTRE 2024

Au premier trimestre 2024, les abattages de bovins gras (uniquement dans les établissements inspectés par le fédéral) ont diminué de 3,2% (-2,2% dans l'Ouest et -7,1% dans l'Est) pour atteindre 651800 têtes. Les abattages de bovins non engraissés, à 132600 têtes, étaient en baisse de 7,6% (-6,1% dans l'Ouest et -12,5% dans l'Est). La production nationale de bœuf du premier trimestre, à 711,4 millions de livres, est restée stable par rapport au premier trimestre de 2023. La production a été soutenue par les poids des bouvillons gras de l'Ouest canadien (+55 livres au premier trimestre). La production de bœuf de

bovins gras, à 608,4 millions de livres, a augmenté de 0,4 %, tandis que la production de bœuf de bovins non engraissés, à 103 millions de livres, a diminué de 2,8 %.

Les prix des céréales fourragères ont continué à baisser au cours du premier trimestre; l'orge de Lethbridge a baissé de 8 % entre janvier et mars, pour atteindre 288 \$/tonne en mars. Le maïs de l'Ontario a baissé de 5 % au cours du premier trimestre pour atteindre 206 \$/tonne en mars. La baisse des coûts de l'alimentation animale s'est traduite en une baisse du coût du gain, ce qui a encouragé l'augmentation du nombre de jours d'engraissement et soutenu le poids des carcasses.

Le marché canadien de l'exportation du bœuf reste solide. Les exportations au premier trimestre 2024 ont augmenté de 8,5% en volume et de 12,2% en valeur par rapport au premier trimestre de l'année dernière. Les États-Unis ont révisé leurs projections pour enregistrer une légère baisse de 1,4 % de la production de bœuf cette année, bien que la production devrait être supérieure à celle de l'année précédente au deuxième et au troisième trimestre. Estimations révisées pour 2024 : le premier trimestre -3,9 %, le deuxième trimestre +1,6 %, le troisième trimestre +0,1 % et le quatrième trimestre -3,3 %.

PROMOTION ET DÉVELOPPEMENT DES MARCHES

Investissement total: 11 182 386 \$

(prélèvement national et prélèvement à l'importation)

Breuf Canada met en reuvre sa stratégie commerciale par le biais d'activités de marketing auprès

Bœuf Canada met en œuvre sa stratégie commerciale par le biais d'activités de marketing auprès des consommateurs et de développement des marchés au Canada et sur les principaux marchés d'exportation dans le monde.



Ces efforts permettent de mieux faire connaître le bœuf et le veau canadiens et d'en accroître la demande, tout en garantissant une valeur maximale pour l'argent des producteurs.

Des années consécutives de sécheresse généralisée et d'incendies de forêt ont entraîné un resserrement continu de l'offre de bœuf au Canada et les prix plus élevés qui en ont résulté, ainsi que la volatilité des devises, ont rendu le bœuf canadien moins compétitif sur certains marchés.

C'est dans ce contexte de marché que Bœuf Canada a travaillé avec les groupes du secteur des bovins et du bœuf, d'autres produits de base, des partenaires en aval de la chaîne de valeur, le gouvernement et les partenaires intervenants pour trouver en collaboration un moven d'aller de l'avant. Au cours de l'exercice 2023/24, Bœuf Canada est resté réactif en repositionnant les efforts de marketing sur une base continue afin de fournir des solutions proactives aux défis du marché.

Les pressions inflationnistes soutenues et les événements météorologiques extrêmes, ainsi que la forte demande internationale de bœuf, ont maintenu une pression à la hausse sur les prix des protéines animales. Le bœuf canadien est devenu l'exemple type du choc des étiquettes au niveau national, alors même que l'inflation faisait grimper les prix de tous les produits alimentaires et le coût de la vie, ce qui n'a fait qu'intensifier l'attention portée par Bœuf Canada aux tactiques visant à renforcer la fidélité à la marque et à maintenir le bœuf dans l'assiette des consommateurs.

Les espaces sociaux et numériques de Bœuf Canada ont été utilisés pour engager et connecter avec les consommateurs et les producteurs afin de renforcer la fidélité à la marque. Pour le T1, le site Web anglais de Bœuf Canada a vu plus de 93 000 utilisateurs avec 165 000 visites de pages. Le site Web du Bœuf Canada en français a eu plus de 99 000 utilisateurs. À la suite d'une mise à jour du système Google Analytics (GA4) en juin, les données analytiques des sites Web anglais et français ont été combinées. Du deuxième au quatrième trimestre, le site web a accueilli plus de 913 000 utilisateurs. Facebook et Pinterest sont les deux plateformes sociales qui ont généré le plus de trafic direct sur le site Web. Les pages de contenu les plus consultées et les plus recherchées étaient Guide de cuisson et Recettes.

Les plateformes sociales de Bœuf Canada ont continué à soutenir les efforts de marketing en renforcant la fidélité à la marque et en sensibilisant les consommateurs à la production de bœuf. Les résultats combinés pour

2023-2024 ont totalisé plus de 32 millions d'impressions de consommateurs, 465 000 engagements et 177 000 clics sur les liens dans les publications. Les nouveaux abonnés sur toutes les plateformes sociales ont augmenté de 10,5 % pour une base de fans combinée totale de plus de 81 000 abonnés.

En février 2024, 199 restaurants de tout le pays ont participé à la campagne Burger It Forward, soit une augmentation de 77 % par rapport à l'année précédente. On estime que 59794 hamburgers ont été vendus, soit plus du double de l'année précédente, et que 67 406 dollars ont été amassés au profit des banques alimentaires du pays.

La deuxième campagne annuelle visait à enrichir la portion protéique des offres des banques alimentaires tout en soutenant les restaurants locaux. Les restaurants participants dans six régions ont servi un hamburger local spécial contenant du bœuf canadien à 100 %. Pour chaque hamburger de la campagne acheté, Bœuf Canada a fait don de l'équivalent d'un repas à Banques alimentaires Canada (jusqu'à un maximum de 10 000 \$). La campagne a généré plus de 2,4 millions d'impressions dans les médias traditionnels et sociaux. 88 mentions uniques méritées dans les médias, des relations publiques nationales avec plus de 500 médias et influenceurs et a rapporté l'équivalent publicitaire de 24 505 \$.

Le prélèvement à l'importation permet de financer la diffusion de messages positifs sur le bœuf à travers le Canada. Beef Week, un événement d'engagement des consommateurs lancé sur cinq campus d'écoles postsecondaires au troisième trimestre, a permis d'atteindre un jeune public de consommateurs de bœuf de la « prochaine génération » et de contrer les informations négatives sur le bœuf d'une manière engageante. La campagne était opportune étant donné le lancement par Santé Canada d'une initiative du Guide alimentaire canadien visant à promouvoir davantage les mandats à base de plantes dans les services de restauration financés par des fonds publics, tels que les institutions postsecondaires.

Unforgettable Beef, une campagne de publicité/promotion affirmative, a été lancée au quatrième trimestre. La campagne ciblait les consommateurs aisés âgés de 25 à 54 ans qui cuisinent à la maison. La publicité numérique lancée à la mi-ianvier a permis de recueillir 45 000 vues de vidéos sur YouTube et plus de 24 000 engagements.

L'équipe Santé et nutrition surveille en permanence les études nutritionnelles nouvellement publiées axées sur la viande

CHIFFRES CLÉS



32 million

d'impressions de consommateurs



\$ 67 406 \$

amasses pour les banques alimentaires



5 69 000

engagements du Unforgettable Beef



Canada Beef

rouge dans le régime alimentaire et identifie les sujets et les résultats qui intéressent le public, les médias et Bœuf Canada, Après avoir examiné la recherche, l'équipe distille et organise l'information, et trouve les éléments qui sont pertinents pour Bœuf Canada. L'information aide à mettre à jour les ressources et à informer les résumés de recherche ainsi que les documents de position qui fournissent des renseignements aux organisations impliquées dans le travail politique. Parmi les exemples de cette année fiscale, citons les ressources destinées à soutenir la soumission de l'industrie sur la Politique pancanadienne en matière d'alimentation dans les écoles et à informer la consultation de Santé Canada sur l'évaluation de la qualité des protéines, ainsi que les outils permettant de naviguer dans la réglementation de Santé Canada sur l'étiquetage nutritionnel sur le devant des emballages (FOP). Les résultats servent également à informer les communications directes aux professionnels de la santé.



Les espaces sociaux et numériques de Canada Beef ont été utilisés pour interagir et se connecter avec les consommateurs et les producteurs afin de fidéliser la marque. >>

La Passerelle d'information sur le bœuf canadien (Passerelle) est désormais parfaitement intégrée en ligne et dans les épiceries canadiennes. L'équipe a mis au point une fonction de scannage innovante qui permet aux consommateurs de scanner le code-barres sur les emballages de bœuf chez plus de 30 détaillants différents, ce qui englobe la plupart des grandes épiceries du pays. Ce scan dirige immédiatement les consommateurs vers une page d'information sur la Passerelle.

Le travail s'est poursuivi sur un projet pilote de Passerelle d'information sur le bœuf canadien pour les restaurants afin de soutenir les établissements, qu'il s'agisse de petits indépendants ou de grandes chaînes nationales. Un programme échelonné avec différents niveaux de participation est en cours d'élaboration.

Un partenaire national et deux partenaires régionaux de la vente au détail ont lancé leur

propre version de marque de la Passerelle au cours de l'exercice. L'édition « Bœuf canadien » de première phase de la Passerelle a été lancée en janvier 2022 pour les petits détaillants et ceux qui recherchent des solutions faciles à mettre en œuvre.

Le Centre d'excellence du bœuf canadien (CEBC) a poursuivi la production et l'édition de vidéos sur le bœuf canadien pour soutenir les applications des services alimentaires, de la vente au détail et de la vente en gros. Il s'agit notamment de 84 nouvelles vidéos pédagogiques sur le marchandisage pour le commerce de détail, de 41 vidéos sur le marchandisage pour la restauration et d'une série de vidéos sur la reprise des services alimentaires pour aider les exploitants de restaurants canadiens à se rétablir suite à la pandémie de Covid-19.

Une nouvelle cuisine d'essai et un laboratoire d'innovation ont été développés au sein du CEBC pour tester et développer des recettes afin de soutenir les nouveaux planificateurs culinaires de Bœuf Canada, un projet géré par Global Marketing. Le CEBC a développé 150 recettes commerciales et les supports visuels pour l'élaboration des planificateurs culinaires.

Pour soutenir la formation des compétences pour l'industrie, Bœuf Canada s'est engagé avec de jeunes leaders dans les programmes de services alimentaires, d'hôtellerie et de boucherie et s'est associé avec des institutions académiques pour stimuler l'intérêt pour l'inscription dans les institutions professionnelles canadiennes.

Le travail de Bœuf Canada sur les marchés d'exportation crée des opportunités 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 offres compétitives pour les viandes moyennes, les marchés d'exportation



peuvent offrir de meilleurs rendements pour les viandes de bout, les viandes maigres et les abats que sur le marché intérieur. Canfax estime que les exportations de bœuf apportent une valeur supplémentaire de 1 295 \$ par tête/carcasse (moyenne quinquennale 2019-2023) au conditionneur, qui détermine la valeur tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

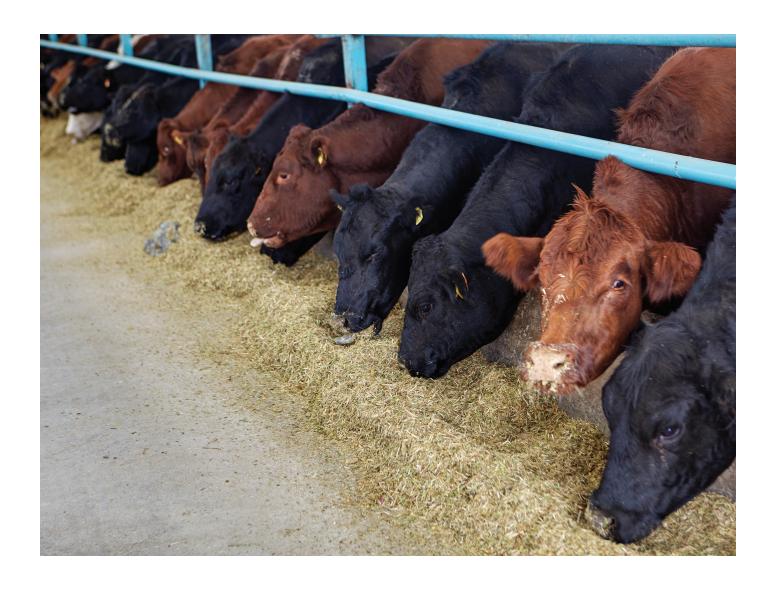
En 2023-24, Bœuf Canada a soutenu 159 projets distincts de développement des marchés internationaux ciblant 11 marchés d'exportation où le bœuf canadien est vendu. Dans le cadre de ces initiatives, l'équipe internationale de Bœuf Canada a participé à 19 salons professionnels internationaux dans sept pays différents, atteignant de nombreux nouveaux clients potentiels pour le bœuf canadien. Plus de 1 300 professionnels de l'industrie de la viande dans quatre marchés d'exportation sélectionnés ont reçu une formation sur le bœuf canadien par le biais de

18 initiatives différentes de développement de la demande et d'éducation.

Bœuf Canada a soutenu 46 initiatives distinctes de promotion et de marketing qui ont mis en valeur le bœuf canadien vendu à 26 clients du secteur de la vente au détail et à huit clients du secteur de la restauration dans neuf pays. En outre, Bœuf Canada s'est associé au Service des délégués commerciaux du Canada pour huit événements promotionnels distincts mettant en vedette le bœuf canadien dans six pays différents. Le marketing numérique, la publicité commerciale, l'élaboration de recettes, les médias sociaux ainsi que la création et la distribution de matériel de marketing et de points de vente figurent parmi les autres tactiques utilisées pour promouvoir le bœuf canadien sur les marchés internationaux.

En plus de ce qui précède, 42 projets à coûts partagés de l'Export Market Development Partner Program (Programme de partenariats de développement des marchés d'exportation) ont été approuvés pour soutenir 13 délégations d'acheteurs entrants, trois visites de développement des marchés sortants, 14 initiatives différentes de promotion et de marketing et 12 projets impliquant la présence à des salons professionnels internationaux et à des séminaires. Sur les 42 projets exécutés, 26 entreprises différentes ont reçu du soutien, ciblant sept marchés d'exportation différents.

La fin de l'exercice financier a marqué le début d'une nouvelle ère pour Bœuf Canada, avec l'arrivée d'un nouveau dirigeant. Depuis le 1er avril, Éric Bienvenue a assumé le poste de président de Bœuf Canada suivant le départ à la retraite de Michael Young après cinq ans à la barre. Bœuf Canada remercie M. Young pour son solide leadership et sa contribution à l'industrie canadienne du bœuf et lui souhaite une bonne retraite.



RECHERCHE

Investissement total: 4 689 238 \$

Le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) est l'organisme national de financement dirigé par l'industrie qui finance la recherche de pointe et les activités de transfert de technologie afin de faire progresser la compétitivité et la durabilité de l'Industrie canadienne des bovins de boucherie.





le CRBB a reçu en moyenne 0,67 \$ sur chaque 2,50 \$ de prélèvement national sur les bovins de boucherie. >>

Le CRBB travaille en étroite collaboration avec d'autres organismes de financement de l'industrie et du gouvernement afin d'améliorer la coordination, de réduire les chevauchements et de veiller à ce que les résultats de la recherche prioritaire soient traités dans l'intérêt des producteurs canadiens de bœuf et de bovins.

Division de l'Association canadienne des bovins, le CRBB est dirigé par un comité de 16 producteurs de bœuf de tout le pays et est financé en partie par le Prélèvement national sur les bovins de boucherie.

Le CRBB est financé en partie par une portion d'un prélèvement national payé par les producteurs, le Prélèvement national sur les bovins de boucherie. En 2023/24, le CRBB a reçu en moyenne 0,67 \$ (non audité) de chaque 2,50 \$ du prélèvement national sur les bovins de boucherie perçu par les provinces. Ce financement a été obtenu dans le cadre du programme de la Grappe scientifique du bœuf avec le financement du Partenariat canadien pour une agriculture durable d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, où l'industrie a contribué à hauteur de 42 % (1,50 million \$) et AAC à hauteur de 58 % (2,05 millions \$) en 2023/24. En outre, le CRBB a obtenu, grâce au Prélèvement national sur les bovins de boucherie, un financement supplémentaire de 3.9 millions \$ pour la recherche et 247 000 \$ en biens et services de la part de partenaires du gouvernement et de l'industrie dans le cadre d'initiatives en dehors de la Grappe scientifique du bœuf.

Plusieurs projets approuvés lors d'appels précédents sont toujours en cours ou en voie d'achèvement. La modélisation des effets du ruissellement des nutriments provenant du pâturage des bovins a révélé que le pâturage n'est pas le principal facteur d'exportation des nutriments dans les prairies. Les avantages de l'utilisation de fourrages annuels dans un système intégré de culture et d'élevage dans l'Ouest canadien dépendent de la région et des conditions météorologiques, et des mélanges diversifiés d'annuelles améliorent la santé et la qualité du sol indépendamment du pâturage des bovins. L'examen de l'utilisation de produits à base de maïs à forte teneur en eau a révélé que ces produits constituent une bonne source d'énergie alternative pour les bovins en phase

de finition. Les chercheurs ont découvert que la propagation contagieuse des agents pathogènes du complexe respiratoire bovin (CRB) résistants aux antimicrobiens dans les parcs d'engraissement est principalement responsable du CRB répandu au début de la période d'engraissement.

Un financement a été approuvé pour six projets de preuve de concept (PDC) en 2023/24. Il s'agit de projets à court terme (de six mois à un an) visant à déterminer s'il vaut la peine de poursuivre un investissement de recherche plus important et mieux défini. L'évaluation de l'utilisation de la télémédecine dans les nécropsies de bovins a permis d'améliorer les chances de parvenir à un diagnostic. L'augmentation de la supplémentation en vitamine A des vaches en fin de gestation a permis de constater une augmentation du persillage chez les veaux, mais pas de différence de qualité.

La recherche prioritaire comprend les projets qui ne répondent pas aux exigences ou au calendrier du programme de grappes, mais qui sont importants pour l'industrie du bœuf. Tous les projets sont financés conjointement par les fonds du Prélèvement national sur les bovins de boucherie et par un financement d'au moins 1:1 de la part du gouvernement et/ou des partenaires de l'industrie. En raison des exigences de financement plus élevées pour la grappe scientifique IV, le CRBB est passé d'un appel à propositions annuel à un appel tous les 18 mois. En plus de compenser les exigences de financement de la grappe, cela permet de lancer des appels de fonds plus importants qui attirent des propositions de recherche plus solides et accroissent l'efficacité du processus d'évaluation des propositions. Un appel à lettres d'intention a été lancé en janvier 2024 et 59 lettres d'intention ont été reçues. Parmi celles-ci, 21 équipes de recherche ont été invitées à soumettre une proposition complète. Les décisions finales de financement seront prises plus tard en 2024.

En 2023/24, le CRBB a géré 75 projets de recherche prioritaires avec des fonds mis à la disposition des chercheurs par le biais d'appels à propositions ouverts antérieurs. Le financement du prélèvement national en 2023/24 a été alloué à la Productivité des fourrages et des prairies (35 %), à la Santé et au

CHIFFRES CLÉS



supplémentaires en financement de recherche



59 propositions

de rescherche reçues



de recherche prioritaires gérés



bien-être des animaux et à la Résistance et recours aux antimicrobiens (29 %), à l'Efficacité et utilisation des aliments pour animaux (23 %), à la Qualité du bœuf et à la salubrité alimentaire (11%) et à la Durabilité environnementale (2%).

Le CRBB a continué à soutenir la mise en œuvre de la capacité de recherche à long terme en 2023/24. Trois chaires sont actuellement soutenues dans le cadre de ce programme pour combler les lacunes identifiées par l'industrie en matière de capacité de recherche: Dre Bree Kelln, chaire de gestion et d'utilisation intégrées des fourrages de l'industrie du bœuf (Beef Industry Integrated Forage Management and Utilization Chair) à l'Université de la Saskatchewan; Dre Cheryl Waldner, chaire de recherche industrielle CRSNG/CRBB sur Une seule santé et les Maladies limitant la production (Western College of Veterinary Medicine); et Dre Gleise da Silva, chaire CRBB-Hays sur les systèmes de production de bœuf (Université de l'Alberta). En 2023/24, deux fonds de démarrage ont été mis en œuvre pour de nouveaux chercheurs. L'Université de l'Alberta a

embauché le Dr Erick da Silva Santos en tant que professeur adjoint de Production et gestion des fourrages. L'Université de Guelph recrute actuellement pour le poste de professeur en Gestion de la santé des ruminants.

Les activités de transfert de connaissances et de technologies (TCT) continuent de progresser grâce à la Grappe scientifique sur le bœuf, à des initiatives internes, au Réseau canadien de transfert de technologies bovines et à une nouvelle initiative de financement d'événements de vulgarisation régionaux. Le programme TCT de la Grappe scientifique sur le bœuf élabore et distribue des articles, des outils de décision, des vidéos, des articles de blog et des webinaires. L'expansion du contenu dans l'est et l'amélioration de la vulgarisation grâce à la collaboration vétérinaire sont des initiatives internes visant à atteindre de nouveaux producteurs dans tout le pays. En 2023/24, le Réseau canadien de transfert de technologies bovines a lancé deux projets de collaboration: la gestion de la qualité de l'eau et l'amélioration

des connaissances génétiques pour les producteurs. Des ateliers régionaux au Manitoba ont permis de former les producteurs au logiciel CowBytes Ration Balancing. Les groupes de producteurs de la Saskatchewan facilitent la discussion ouverte sur les défis, les opportunités et les expériences.

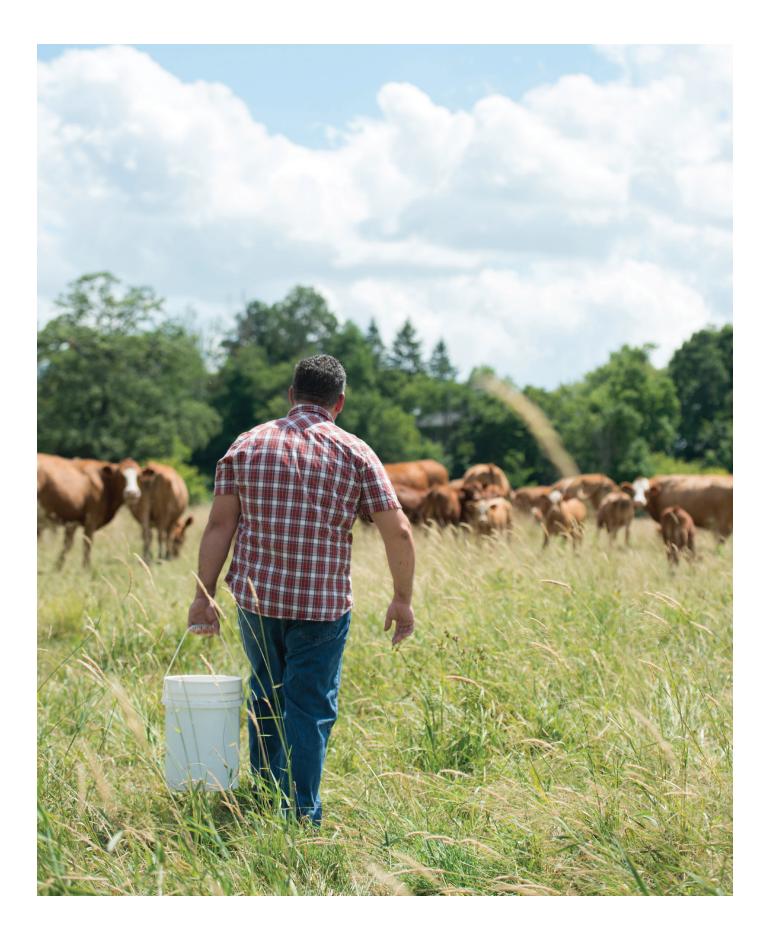
Le CRBB soutient les réseaux de surveillance prioritaire en lien avec les maladies limitant la production et à la résistance aux antimicrobiens et à leur utilisation. En 2023/24, le financement de trois projets de surveillance et du Réseau canadien de référence des coûts de production vache-veau se poursuit.

Le CRBB supervise la mise en œuvre du programme Verified Beef Production Plus (VBP+). Le programme VBP+ fait progresser les objectifs de formation des producteurs et la prestation de services de certification à la ferme par l'intermédiaire de VBP+ Delivery Services Inc. Voir la section IV pour une mise à jour sur la progression du programme VBP+.

Le nombre de producteurs qui ont suivi la formation VBP+ a connu une augmentation constante, la plus grande partie de la formation étant dispensée dans le cadre d'ateliers en personne. Certaines formations ont été réalisées avec succès dans le cadre de partenariats avec des établissements d'enseignement supérieur et des marchés aux enchères. La formation en personne peut porter sur l'ensemble des modules de la formation VBP+ ou sur certains d'entre eux, en fonction du temps disponible. Les modules relatifs à la salubrité des aliments à la ferme et à la biosécurité sont des modules populaires et d'actualité.

Au cours de l'année 2023/24, le nombre d'exploitations certifiées a diminué, mais le nombre de bovins gérés par des exploitations certifiées est resté relativement stable. Les superficies gérées par des exploitations certifiées continuent d'augmenter au fur et à mesure que les rapports deviennent plus complets.







Développé initialement en tant que projet pilote de deux ans en 2016 sous le nom de Gestion des enieux, le programme a marqué une étape importante de cinq ans de financement complet à la fin de l'exercice 2023-24. Le mandat du programme est d'atteindre les objectifs de confiance du public dans le cadre de la Stratégie nationale sur le bœuf, relevant à la fois des piliers de la demande de bœuf et de la connectivité. La gestion des questions susceptibles d'avoir un impact sur la confiance du public dans la production de bœuf continue d'être une priorité essentielle et comprend la création d'outils, de ressources et de formations pour les défenseurs de l'industrie du bœuf. La création d'un contenu proactif qui souligne les avantages de l'élevage de bovins de boucherie au Canada et le développement de partenariats stratégiques contribuent également à accroître la reconnaissance publique des contributions directes et indirectes de l'industrie du bœuf à la société.

Dans le cadre d'un effort continu visant à doter les producteurs d'outils de sensibilisation, une formation aux médias a été dispensée au printemps et à l'automne à 25 intervenants du secteur, dont des producteurs primaires (y compris tous les lauréats du prix de l'intendance environnementale), des vétérinaires, des chercheurs et des universitaires. Pour la première fois, les participants du Québec et de l'Ontario ont bénéficié d'une formation aux médias en français. MPI a également fait une présentation sur la défense de la cause bovine lors de l'AGA de la BCCA, devant le groupe de mentorat du CRBB. le Conseil canadien des

ieunes leaders de l'industrie bovine et des étudiants de l'Université de Saskatchewan. du Lakeland College et de Dalhousie. Enfin. un exercice de simulation de communication a été organisé en septembre avec plus de 35 participants issus d'associations provinciales et nationales de l'élevage bovin. Cet exercice a favorisé les relations et la collaboration au sein de l'industrie, en renforcant la confiance et les compétences afin d'assurer la préparation de l'industrie pour l'avenir.

Une nouvelle initiative lancée cette année est le Public Advocacy Guide (Guide de plaidoyer public). Ce flipbook papier est une référence rapide aux messages clés, aux statistiques et aux ressources pour tout producteur interagissant avec le public, préparant des entrevues ou donnant des présentations. Le guide est disponible à la fois en version numérique et en version imprimée pour un accès facile lors d'événements, de tournées et de conférences. Le guide contient des codes QR permettant d'accéder à des vidéos d'information, à de courts documentaires. et à des fiches d'information internes créées par MPI.

Bœuf Canada s'est associé à Farm and Food Care Ontario (FFCO) pour mettre à jour la sixième édition de la ressource « La vérité au sujet de l'agriculture », qui répond aux questions des consommateurs sur la façon dont les aliments sont cultivés au Canada. 212 000 exemplaires de l'édition abrégée de la ressource ont été distribués dans le cadre d'une campagne nationale menée avec Post Media et comprenant une pleine page de publicité dans

CHIFFRES CLÉS



212 000 numéros

de Real dirt on Farming distribués



70 % des Canadiens

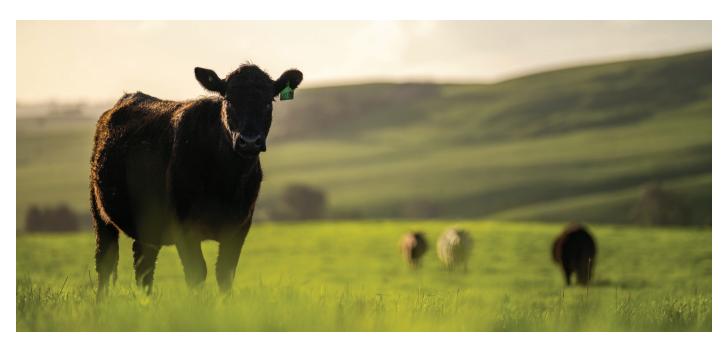
aiment les éleveurs de bovins

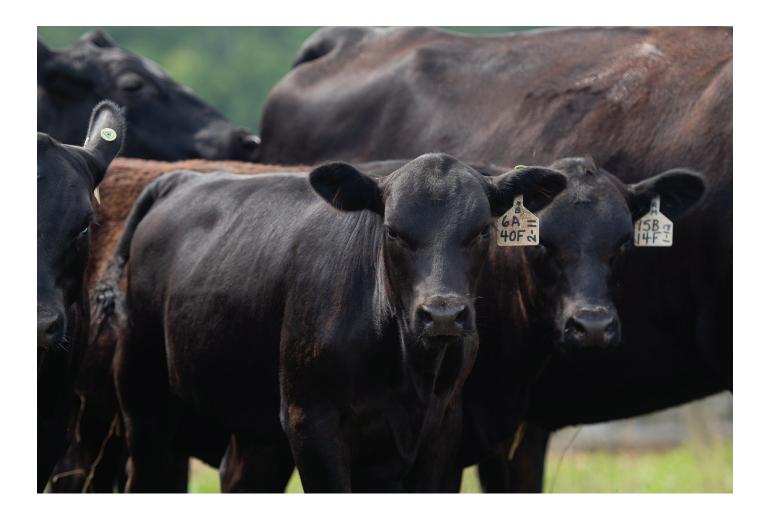


3 000

parties des Guardians of the Grasslands ouées







les journaux de tout le pays. La FFCO a également distribué la ressource à plus de 2 300 diététistes agréé(e)s. En outre, Bœuf Canada a sponsorisé la visite d'exploitations de Farms and Food Care Saskatchewan l'été dernier, accueillant plus de 20 étudiants en pharmacie et en nutrition.

Une étude auprès des consommateurs a été menée en juillet 2023, dans le cadre du cycle stratégique triennal, qui éclaire les campagnes proactives auprès des consommateurs, en identifiant les publics à conquérir et en veillant à ce que les messages clés trouvent un écho. Les résultats comprenaient une augmentation du pourcentage de Canadiens qui ont une excellente ou une très bonne opinion des producteurs de bœuf et des éleveurs, passant de 68 % à 70 %. Les participants ont également classé le bœuf comme la source de protéines animales la plus saine. Les niveaux de consommation sont restés stables par rapport à 2020 et 28 % des répondants de la génération Z ont déclaré vouloir augmenter leur consommation de viande. Dans l'ensemble, l'analyse des résultats a mis en évidence

l'importance de fournir des informations dans un format et sur un support facilement accessibles à des publics clés, qui en savent très peu sur la production de bœuf.

Les activités de sensibilisation du public continuent de mettre en évidence les avantages de l'élevage de bovins de boucherie auprès de ces publics clés. L'expansion du jeu Gardiens des Prairies a été soutenue par une subvention du Partenariat canadien pour une agriculture durable (PCAD) d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il s'agit notamment d'aligner les programmes scolaires pour les élèves des premier cycle et deuxièmes cycle du secondaire dans neuf provinces du Canada. Une version française, comprenant une narration en voix hors champs de l'ensemble du texte, est alignée sur le programme scolaire pour les élèves du QC. Près de 150 enseignants et éducateurs se sont inscrits sur le site Web et les différentes versions du jeu ont enregistré plus de 3 000 parties en ligne.

Cet outil éducatif sous forme de jeu a également suscité beaucoup d'intérêt de la part des

médias, CTV News ayant diffusé un reportage sur le jeu à travers le Canada, avec une portée estimée à plus de 12,4 millions de téléspectateurs. La chaîne CBC News a également publié un article détaillé qui a été diffusé à la télévision et à la radio, avec une portée de 15 millions de personnes, tandis que la portée des articles imprimés et numériques a été estimée à 16,2 millions de personnes. Enfin, le jeu a reçu le prix de la Meilleure exposition lors de la remise des prix 2023 de l'Alliance canadienne d'agromarketing (ACAM), ainsi qu'un certificat de mérite (deuxième place) pour la conception du site Web.

La mise en évidence des résultats de l'Évaluation nationale de la durabilité du bœuf (ENDB) est essentielle pour fournir des preuves scientifiques des avantages environnementaux de l'élevage de bovins de boucherie. Bœuf Canada a présenté trois séries d'annonces imprimées et numériques dans les magazines et sites Web Canadian Living et Canadian Grocer. Les annonces imprimées ont eu une portée de 735 414 personnes et une portée combinée impressionnante de 16 millions de personnes si





Les activités de sensibilisation du public continuent de mettre en valeur les avantages de l'élevage de bovins de boucherie auprès de publics clés. >>

l'on inclut les annonces numériques. En outre, un publireportage pleine page dans le National Post a été estimé à 500 000 lecteurs. De plus, Bœuf Canada a placé des publireportages dans les journaux Vancouver Sun, National Post, Globe and Mail et Toronto Star en juillet et en septembre, soulignant les lauréats des Prix d'intendance environnementale en Colombie-Britannique et en Ontario, avec une portée de 2,9 millions de lecteurs.

Au printemps dernier, Bœuf Canada a mené une campagne dans les médias sociaux pour promouvoir le message positif de l'industrie du bœuf en matière de gestion de l'environnement et faire connaître le site Web « Pourquoi le bœuf canadien » de Bœuf Canada et en augmenter le nombre de visiteurs. La campagne ciblait les Canadiens âgés de 20 à 40 ans qui s'intéressent à l'alimentation, à la cuisine et à la durabilité dans les marchés de Vancouver, Edmonton, Calgary, Toronto, Ottawa et

Montréal. La campagne a utilisé deux publicités vidéo en ligne de 15 secondes en anglais et en français mettant en évidence les principales conclusions de l'ENDB, avec une portée attendue de plus de 4 millions de consommateurs

Sur les réseaux de médias sociaux de Raising Canadian Beef, gérées par l'équipe MPI de l'ACB, une campagne d'influenceurs à l'échelle du Canada a permis de voir des influenceurs de l'alimentation, des mamans et du mode de vie visiter des exploitations d'élevage pour découvrir le rôle des bovins dans la réduction du gaspillage alimentaire au Canada. L'appel à l'action a incité le public à visionner la vidéo de la bande-annonce du troisième court-métrage documentaire de MPI, « Réduire, Réutiliser, Ruminer ». La campagne a été diffusée sur Instagram du début octobre à fin novembre, atteignant plus de 120 000 personnes au total.

Dans un effort continu pour atteindre de nouveaux publics par le biais de festivals de films. « Réduire. Réutiliser. Ruminer » a été sélectionné pour le Ceres Food Film Festival à New York et a reçu le prix du Meilleur documentaire au festival Wildsound. Des projections anticipées ont été organisées dans des établissements d'enseignement postsecondaire au Manitoba, en Saskatchewan et à Halifax. Une série d'événements exclusifs pour les médias et les influenceurs a été organisée à Toronto, Vancouver et Calgary au début du printemps, avec les Fermes Cavendish comme commanditaire principal de la série. Dans l'ensemble, les médias imprimés, numériques et radiodiffusés résultant de ces événements ont eu une portée estimée à 688 millions de personnes et une valeur de 62000 \$. Les influenceurs rémunérés ont, pour leur part, atteint 150 608 personnes avec 8277 engagements.

INVESTISSEMENT PROVINCIAL

Total des investissements provinciaux: 1934373\$

Les programmes d'allocation provinciaux sont actuellement mis en œuvre par sept associations provinciales de bovins qui allouent un pourcentage des prélèvements à leur propre province pour entreprendre des activités de recherche, de développement des marchés et de promotion dans leur province respective. Les investissements doivent promouvoir la commercialisation et la production de bovins de boucherie, de bœuf, de produits à base de bœuf et de veau, ou mener et promouvoir des activités de recherche liées à ces produits. Pour obtenir des informations plus détaillées sur les projets, veuillez contacter directement l'association provinciale de l'élevage bovin.



M A N I T O B A BEEF PRODUCERS*

MANITOBA BEEF PRODUCERS

85 089 \$

Total de l'investissement provincial

Le Manitoba Beef Producers (MBP) a entrepris des activités de recherche liées à la production en investissant l'argent des prélèvements directement dans la recherche axée sur les producteurs, ainsi qu'un programme de promotion et de sensibilisation du public visant à combler le fossé entre le public et la production de bœuf.

PROJET D'IMPLANTS POUR LES BOUVILLONS ET LES GÉNISSES

Le projet d'implants pour les veaux visait à mener des recherches sur l'impact des implants sur les veaux de lait. L'utilisation d'implants dans le secteur vache-veau est relativement faible, et ce domaine offre des possibilités considérables d'améliorer la durabilité économique et environnementale pour les producteurs de bœuf du Manitoba et du Canada. L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) estimant que la population mondiale atteindra plus de neuf milliards de personnes d'ici 2050, la sécurité alimentaire restera une priorité importante et les producteurs de bœuf du Canada joueront un rôle important dans la fourniture d'une alimentation économiquement et écologiquement durable. L'essentiel de la recherche étant achevé, le MBP a commencé à organiser des événements de transfert de connaissances sur l'utilisation des implants chez les bovins de boucherie. Ces événements comprennent la Manitoba Beef and Forage Production Conference et des entrevues radiophoniques présentant les résultats préliminaires de la recherche. Après l'achèvement du projet au printemps prochain, le MBP poursuivra ses efforts de communication auprès des producteurs et des partenaires nationaux.

MANITOBA BEEF AND FORAGE INITIATIVES

Dans le cadre d'une stratégie pluriannuelle du Manitoba visant à mobiliser la communauté de recherche, une partie du financement fourni par

la portion de l'investissement provincial du prélèvement national sur le bœuf sert à soutenir les programmes de Manitoba Beef and Forage Initiatives (MBFI) ayant une valeur nationale pour l'industrie du bœuf. Avec des tarifs d'ouverture plus élevés que la normale dans le troupeau de vaches du Manitoba en 2023, MBP a travaillé avec des partenaires pour évaluer les femelles reproductrices pour l'analyse des minéraux du sérum sanguin et examine maintenant les résultats avec les spécialistes de la recherche de Cargill. Parmi les autres domaines d'intervention de MBFI, citons un large éventail de projets de démonstration visant à présenter des pratiques de gestion bénéfiques, de nouveaux outils et de nouvelles technologies, des pratiques de pâturage ou de culture novatrices et les aspects économiques de ces pratiques. En outre, neuf projets de recherche sont en cours dans le cadre de l'investissement dans MBFI. Ils portent sur la restauration des prairies, les effets de la sécheresse sur les organismes du sol, l'élevage de précision pour améliorer l'efficacité de la reproduction, et bien d'autres sujets encore. La vulgarisation fait toujours partie intégrante de l'investissement du MBP dans MBFI, et l'organisation s'est concentrée sur le partenariat avec les chercheurs et les conférenciers invités pour fournir des informations par le biais de divers événements en personne tels que des journées et des visites sur le terrain, des ateliers sur le vêlage et des ateliers sur le pâturage et le fourrage. L'organisation continue également d'explorer d'autres possibilités de transfert de connaissances, telles que les visites virtuelles sur le terrain.

ACTIVITÉS POUR FAVORISER LA CONFIANCE DU PUBLIC

Les programmes de MBP relatifs à la confiance du public visent à renforcer l'engagement de ce dernier. L'année dernière, MBP a investi dans la création de deux vidéos de familles d'agriculteurs sous la marque Great Tastes of Manitoba comprenant des séquences vidéo et la transmission de messages qui sont également disponibles pour les partenaires nationaux. MBP a également utilisé une nouvelle station mobile lors de divers événements afin de tirer parti des ressources qu'elle développe et de communiquer au public le message positif de la production de bœuf. MBP est prêt à partager des informations sur la conception et le

développement avec d'autres organisations provinciales et nationales désireuses d'élargir leurs possibilités de diffusion de messages au public. Bien qu'il soit difficile de mesurer la confiance du public, en particulier sur une seule année, MBP continue de mesurer le succès de l'approche multi-tactique par le développement et la diffusion de ressources solides et ciblées, et en tirant parti des enquêtes nationales.

CUMUL DES MESURES D'ATTÉNUATION DES GAZ À EFFET DE SERRE

En raison de retards de financement avec des possibilités de financement à effet de levier, ce projet et l'investissement provincial correspondant ont été réaffectés à l'année de projet 2024/25.



BEEF FARMERS of Ontario

BEEF FARMERS OF ONTARIO

352 875 \$

Total de l'investissement provincial

LIVESTOCK RESEARCH AND INNOVATION CORPORATION (LRIC)

La Livestock Research and Innovation Corporation (LRIC) aide à administrer les appels de propositions de recherche et d'innovation et les lettres d'intention pour les membres, y compris la Stratégie de recherche et d'investissement de BFO. Ce service offre un moyen plus abordable et simplifié de gérer le financement de la recherche BFO, la gestion de projet, les évaluations de rapports, et les activités de diffusion et de vulgarisation. L'adhésion à LRIC donne également accès au Smart Simple Research System, lequel coordonne la recherche dans les secteurs de l'élevage en Ontario entre l'industrie, le gouvernement et l'Université de Guelph. Cela permet à BFO d'avoir accès à un fantastique outil de gestion de la recherche, ainsi qu'à une base de données de projets de recherche financés sur le bœuf et de résultats.

La LRIC a examiné 27 propositions de recherche sur le bétail présentées par des professeurs de l'université de Guelph dans le cadre du programme de financement de l'Alliance. En outre, elle a organisé et présenté les résultats de plus de 75 examens supplémentaires de l'industrie et a géré sept

projets de recherche différents. Cette année, la LRIC a mis l'accent sur l'identification des tendances et des opportunités dans le secteur de l'élevage de l'Ontario, et un rapport a été préparé par l'Institut canadien des politiques agro-alimentaires sous la direction de la LRIC, en se concentrant sur les forces qui ont un impact sur l'agriculture animale au Canada. Parmi les autres investissements importants réalisés par la LRIC, citons le programme de mentorat qui a récompensé la Dre Emma Borkowski pour ses travaux sur les nématodes gastro-intestinaux, le programme Innovation Farm Tour qui montre comment la recherche et l'innovation s'intègrent dans la production animale au niveau de l'exploitation, et les webinaires de la série Horizon, qui se concentrent sur les grandes questions ayant un impact sur la production animale.

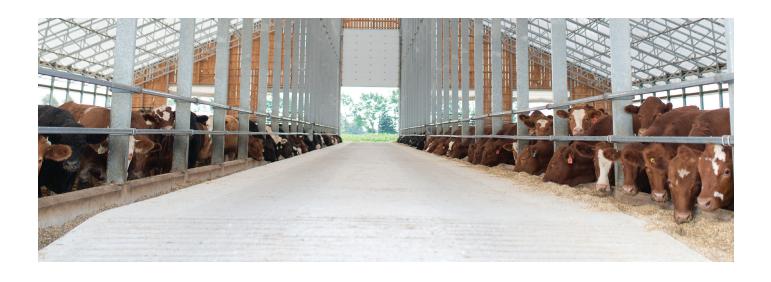
Les résultats et les activités de vulgarisation des projets de la LRIC ont fait l'objet d'une large communication à travers l'Ontario et au-delà. Plusieurs revues et journaux ont ciblé les producteurs, tandis que d'autres publications ont ciblé la communauté des chercheurs. BFO a spécifiquement ciblé les producteurs de bœuf par l'intermédiaire de l'Ontario Beef Magazine à cinq reprises et a inclus un rapport détaillé dans le rapport annuel 2023 de BFO.

PROMOTION DU BŒUF DE L'ONTARIO ET ENGAGEMENT DES CONSOMMATEURS

Les fonds retournés par l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf ont aidé à soutenir l'investissement de BFO dans l'engagement des consommateurs et dans les programmes et activités de promotion du bœuf. Il s'agit d'une priorité stratégique continue dans laquelle BFO investit chaque année.

Le programme se concentre sur les activités et les initiatives qui s'adressent directement aux consommateurs afin de faire connaître l'industrie bovine de l'Ontario, d'accroître la sensibilisation aux avantages du bœuf, d'augmenter la demande de bœuf et de gagner la confiance des consommateurs dans la production et la consommation de bœuf.

Grâce à une série d'activités, BFO a attiré un large éventail d'attention sur ses achats d'espaces médiatiques stratégiques. Le contenu de BFO a recueilli plus de 38 millions d'impressions et plus de 138 000 engagements directs. Ils ont attiré 23 000 nouveaux visiteurs sur le site Web et reçu 13 000 inscriptions au concours Barbecue battle. BFO a participé à trois événements « Petit déieuner à la ferme ». qui ont attiré au total environ 4000 visiteurs. L'Exposition nationale canadienne est un événement qui dure 19 jours à Toronto et des milliers de visiteurs urbains sont passés par le bâtiment de la ferme. BFO a participé au Toronto Food & Drink Fest, lequel a attiré plusieurs milliers de visiteurs, et a terminé l'année à la Royal Winter Fair, à laquelle des milliers de personnes ont assisté.



LES PRODUCTEURS DE BOVINS DU QUÉBEC

Les Producteurs de bovins du Québec

1 227 484 \$

Total de l'investissement provincial

Les Producteurs de bovins du Québec (PBQ) perçoivent des prélèvements en fonction des différentes catégories de bovins et prévoient d'investir leurs allocations provinciales dans les catégories de bovins et de bœuf également. L'association attribue 100 % des prélèvements nets à sa province.

PROGRAMMES POUR LES VEAUX D'ENGRAISSEMENT

PBQ a continué à mettre l'accent sur les stratégies de marketing et de recherche afin de maintenir et de développer le secteur des veaux d'engraissement au Québec. Des stratégies de marketing et de gestion des ventes aux enchères ont été mises en œuvre pour assurer une forte demande pour les bovins d'engraissement du Québec, y compris de nouvelles installations virtuelles en direct et l'amélioration d'autres canaux de communication.

L'année dernière, une attention supplémentaire a été accordée au renforcement de la protection des fœtus des troupeaux, par le biais de protocoles de vaccination. Pour ce faire, des tests ont été effectués sur place, au point de vente aux enchères, par le biais d'analyses et de vérifications d'échantillons de tissus adipeux.

PROGRAMMES POUR LES BOVINS GRAS

Afin de soutenir les primes de prix et la confiance des consommateurs, une résolution a été adoptée à la PBQ qui rendra obligatoire la certification VBP+ pour toutes les exploitations de bovins gras. Cela permettra également de créer une cohérence au sein du secteur, de

s'adapter aux signaux de marchés changeants et de promouvoir la durabilité de la production de bœuf au Québec. La certification obligatoire entrera en vigueur en janvier 2025. Une augmentation de 5 % de la capacité de production annuelle a été observée par rapport à l'année dernière, en préparation de la certification obligatoire en 2025.

L'association a également établi un partenariat promotionnel avec Montpak International Inc. et Bœuf du Québec. Ce programme a permis de mettre au point des activités et des ressources de marketing visant à renforcer la demande des consommateurs de la province pour le bœuf provenant de bovins élevés au Québec.

PROGRAMME POUR LE VEAU

Au Québec, le segment du secteur du veau associé au veau lourd d'abattage comprend la production de veau de grain et de veau de lait. Les exploitations engagées dans la production de veau lourd opèrent dans un environnement commercial nord-américain très compétitif et doivent également faire face aux importations de veau en provenance d'Europe et d'Océanie, dont l'impact n'est pas bien connu.

En 2022, un outil a été mis au point pour évaluer les lésions de l'abomasum chez les veaux nourris au lait et, en 2023, une deuxième phase a été poursuivie avec la faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal. La demande a été approuvée pour la poursuite de la recherche, qui venait de commencer au moment de la rédaction du rapport. Les objectifs du projet vont de l'évaluation de la prévalence des lésions de l'abomasum à l'évaluation des facteurs de risque spécifiques et plus encore.

Un autre projet important dans le secteur du veau a été l'élaboration du Programme canadien de salubrité des aliments à la ferme pour le veau ou le Programme Verified Veal, lequel a été conçu pour donner aux agriculteurs un moyen de répondre aux demandes des consommateurs qui veulent que leurs aliments soient produits en toute sécurité. Le programme continue de fournir des garanties mesurables permettant aux consommateurs d'être rassurés sur la qualité de la viande de veau qu'ils consomment.

Les travaux se sont également poursuivis avec les partenaires de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et de l'Agence canadienne de classement du bœuf sur le développement d'un système innovant de classification à l'échelle commerciale pour les carcasses de veau en utilisant des technologies éprouvées dans l'industrie de la viande. La validation de la réglette de rendement se poursuivra jusqu'en 2024. La validation permettra d'établir des classes de rendement basées sur la distribution du rendement.

PROGRAMMES POUR LES BOVINS DE RÉFORME ET LES JEUNES VEAUXS

En 2023, le secteur du veau s'est engagé dans un projet de collaboration visant l'amélioration de l'offre de veaux laitiers croisés boucherie destinés à l'engraissement en veaux lourds. La première partie du projet a établi une mesure entre les dépôts de gras dorsal, le sexe et le croisement. Cette partie du projet visait à mieux comprendre le dépôt de gras dorsal sur différents types de veaux afin de répondre aux préoccupations du secteur concernant les veaux laitiers croisés boucherie pour la production de viande de veau. Les analyses ont révélé que les femelles croisées de type Angus présentaient des dépôts de gras dorsal plus importants que les mâles et les femelles de race pure Holstein au début de leur régime de finition à base de céréales, et plus particulièrement après le deuxième mois. La prochaine phase du projet consistera à étudier comment réduire les dépôts de gras dorsal en modifiant le régime alimentaire.

ÉLEVEURS DE BOIVINS DU NOUVEAU-BRUNSWICK



38 492 \$

Total de l'investissement provincial

BURGER IT FORWARD

La campagne nationale Burger It Forward a tiré parti des investissements nationaux de Bœuf Canada dans un marché cible provincial ou régional, en partenariat avec des restaurants de hamburgers pour promouvoir les hamburgers de bœuf canadien. Neuf provinces ont participé à la campagne, dont le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard. Le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse se sont associés aux restaurants Irving Big Stop

dans la région des Maritimes. Au total, 59 794 hamburgers ont été vendus à l'échelle nationale, dont 11 785 dans les restaurants Irving Big Stop au Canada atlantique. La participation des restaurants a augmenté de 77 % au cours de l'année dernière, ce qui témoigne du succès du programme, non seulement pour les organisations du secteur bovin, mais aussi pour les partenaires de la restauration. Il existe encore d'importantes opportunités à exploiter en matière de marketing national grâce aux activations des investissements provinciaux.

PROGRAMME DE MARKETING GÉNÉTIOUE

Afin d'améliorer les tests génétiques et le rendement des troupeaux au Nouveau-Brunswick, l'association des EBNB a investi dans un programme de marketing génétique qui offrait aux producteurs un retour de 30 % sur

l'achat d'animaux ayant un potentiel génétique exceptionnel. Pour être admissibles, les animaux devaient avoir un minimum de trois écarts prévus dans la descendance se situant dans le 50° percentile de leur race respective. L'intention était de rassembler les performances génétiques et d'encourager les producteurs à acheter de la génétique de meilleure qualité par le biais du programme. Bien que le programme ait été utilisé avec succès, les données ont été saisies différemment des années précédentes et il a été difficile d'y accéder pour faciliter la rédaction des rapports. Il s'agit là d'un point à améliorer pour les années à venir. La majeure partie de l'investissement d'EBNB a été consacrée à la collecte de données et à la communication dans le cadre du projet.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Maritime Beef Council - Initiatives conjointes des Maritimes ci-dessous.





NOVA SCOTIA CATTLE PRODUCERS

45 823 \$

Total de l'investissement provincial

BURGER IT FORWARD

Voir Burger It Forward dans la section des Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick.

SURVEILLANCE ET AMÉLIORATION DES SOLS ET DES FOURRAGES

La gestion et l'amélioration des fourrages et des sols constituent un élément important de la production de bœuf à travers le Canada, et le NSCP a continué d'investir dans des stratégies axées sur ces domaines. Compte tenu de l'importance de la fertilité des sols pour la région et de la science vieillissante associée à une étude exhaustive du pH du sol sur une période de 50 ans, le NSCP s'est efforcé de mettre la

recherche à jour et de déterminer si les possibilités de vulgarisation ont eu un impact dans la région. Le NSCP a travaillé en étroite collaboration avec des chercheurs et des spécialistes de la vulgarisation pour se concentrer sur l'achat de chaux dans la région, ainsi que pour analyser 25 échantillons de fourrage et réaliser sept analyses de fumier entre 13 producteurs qui ont participé au projet. Les réactions des participants ont mis l'accent sur la possibilité d'exploiter des fonds supplémentaires pour accroître la participation à l'avenir.

PROJET DE PRÉCONDITIONNEMENT

Le NSCP a continué d'investir dans un projet pilote de préconditionnement des bovins à la ferme dans le but d'améliorer la santé des troupeaux de bovins dans la province en augmentant la quantité et la qualité des vaches reproductrices vaccinées et des veaux d'engraissement préconditionnés. Le projet a été divisé en plusieurs initiatives, notamment la communication et l'éducation, la formation à la

ferme, l'introduction de nouveaux services de préconditionnement, la mise en place d'une équipe de traitement des bovins à la ferme et la réalisation d'une analyse du seuil de rentabilité pour la prestation de services. Bien qu'aucun bovin n'ait été traité cette année en raison de la rotation du personnel et du recentrage des efforts de coordination, des investissements ont été réalisés dans les coûts fixes du programme afin d'en assurer le succès à l'avenir. L'objectif est que le programme soit financièrement autosuffisant l'année prochaine, sans aucun investissement au titre des prélèvements.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Maritime Beef Council - Initiatives conjointes des Maritimes ci-dessous.

PRINCE EDWARD ISLAND CATTLE PRODUCERS



27090\$

Total de l'investissement provincial

MARKETING ET PROMOTIONS

La campagne nationale Burger It Forward a tiré parti des investissements nationaux de Bœuf Canada dans un marché cible provincial ou régional, qui s'est associé à des restaurants de hamburgers pour promouvoir les hamburgers au bœuf canadien. Au total, 59 794 hamburgers ont été vendus à l'échelle nationale, dont 1250 par l'intermédiaire de Boom Burger, partenaire

du PEICP, ce qui lui confère la quatrième place au classement national. Une augmentation de 77 % de la participation des restaurants a été observée au cours de la dernière année, ce qui indique le succès du programme non seulement pour les organisations de l'industrie du bœuf, mais aussi pour les partenaires du secteur de la restauration. Il existe toujours d'importantes possibilités de tirer parti des opportunités de marketing nationales par le biais d'activations d'investissement au niveau provincial.

La PEICP a également continué à soutenir la campagne provinciale Burger Love, mais son rôle dans le programme a changé avec une réorientation de la gestion du programme. Avec un rôle plus modeste en tant que commanditaire, la PEICP a investi moins de ressources dans le programme cette année.

Vingt-quatre (24) hamburgers de plusieurs restaurants de la province ont participé à Burger Love, dont vingt étaient promus comme étant du bœuf de l'île. Le programme permet désormais de proposer d'autres types de hamburgers, mais cette année, seuls quatre restaurants ont choisi de promouvoir un hamburger autre que du bœuf de l'île. Atlantic Beef Products Inc. a de nouveau été un partenaire important de la PEICP dans le cadre de la campagne Burger Love. Il s'agissait de la première année de reprise du programme depuis la pandémie.

Un soutien supplémentaire a été apporté au Maritime Beef Council - Initiatives conjointes des Maritimes ci-dessous.



MARITIME BEEF COUNCIL – INITIATIVES CONJOINTES DES MARITIMES

Le Maritime Beef Council (MBC), qui comprend les éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick (NBCP), les Nova Scotia Cattle Producers (NSCP) et les Prince Edward Island Cattle Producers (PEICP), a présenté un plan conjoint et coopératif visant à accroître la demande, la productivité, la compétitivité et la connectivité en matière de bœuf dans les Maritimes. Le financement de ces programmes conjoints est assuré par les allocations d'investissement provinciales de chacune des trois provinces énumérées ci-dessus.

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE Pour le Bœuf des Maritimes

La stratégie de développement et d'expansion de l'industrie du bœuf des Maritimes a été élaborée pour soutenir la croissance de l'industrie du bœuf des Maritimes. En 2023/24, MBC a réalisé des activités dans le cadre de ce programme, notamment celles énumérées ci-dessous.

PROGRAMME D'ASSURANCE DES PRIX DU BÉTAIL DANS LES MARITIMES

L'une des limites actuelles affectant l'expansion du troupeau de bovins des Maritimes est le manque d'outils de gestion des risques mis à la disposition des producteurs de bœuf. La complexité et les risques augmentent à mesure que l'industrie agricole continue d'évoluer. L'achat et la vente de bovins destinés à la production de bœuf comportent des risques considérables pour les producteurs en raison de la grande volatilité du marché et, à mesure que l'industrie agricole continue d'évoluer, la complexité et les risques augmentent. MBC a travaillé à la mise en œuvre du Programme d'assurance des prix du bétail dans les Maritimes et a été fière de lancer le programme auprès des producteurs des Maritimes par le biais de plusieurs initiatives.

JOURNÉE ANNUELLE DES Fourrages de l'atlantique

Cet événement a été organisé conjointement avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) à Nappan au début du mois d'août. Avec 102 participants cette année, l'ordre du jour comprenait divers conférenciers et le partage des ressources de vulgarisation sur les thèmes des pâturages et des fourrages. La recherche d'AAC, ainsi que les ressources du Conseil de recherche sur les bovins de boucherie (CRBB) ont été au cœur de l'événement. Cette journée de vulgarisation continue d'apporter de la valeur aux producteurs de bœuf du Canada atlantique.

BEEF DAY AT DAL

Le MBC a récemment pris la décision de transformer la conférence annuelle sur le bœuf en une activité bisannuelle, ce qui a donné l'occasion d'établir un partenariat avec

l'université de Dalhousie pour promouvoir le bœuf auprès des étudiants en collaborant avec les chercheurs de l'université. Le Beef Day at Dal a été un succès et a été organisé en partenariat avec la faculté d'agriculture de Dalhousie et Springboard Atlantic. Au total, 66 participants représentant les producteurs. l'industrie, les chercheurs, les étudiants et les vulgarisateurs ont pris part à l'événement. La matinée a été consacrée à la recherche sur le bœuf menée à l'Université Dalhousie et à l'Université de l'Île-du-Prince-Édouard. Les sessions de l'après-midi ont présenté le système d'équilibrage des rations du CRBB, CowBytes. MBC a présenté les objectifs du Conseil aux participants, et Lynsay Beavers de Mobilisation du public et des intervenants (MPI) a parlé de la défense des intérêts et des statistiques sur les consommateurs de bœuf. Le groupe s'est ensuite rendu à l'Atlantic Stockyards pour assister à une démonstration d'échographie de carcasse et à un aperçu des meilleures pratiques et des attentes en matière d'audit VBP+. La journée s'est terminée par la première projection dans l'Est du Canada du court documentaire « Réduire, réutiliser, ruminer » qui a été suivie d'une discussion sur le gaspillage alimentaire et sur ce qui se passe à la ferme en ce qui concerne la valorisation des carottes, des pommes de terre, des choux de Bruxelles et des drêches de brasserie et le fait de les empêcher d'aller dans les sites d'enfouissement.



VEAL FARMERS OF ONTARIO



157 521 \$

Total de l'investissement provincial

L'objectif global de la campagne annuelle de l'Ontario Veal Appeal est de stimuler la demande de veau de l'Ontario. Le public cible était le consommateur qui achète et consomme déjà du veau, ce qui soutient la stratégie visant à encourager les repas supplémentaires à base de veau, que ce soit à la maison ou dans un restaurant. En investissant dans des ressources numériques et des campagnes d'influence, la VFO a continué à stimuler la demande de veau en Ontario et au-delà.

Le bulletin électronique Vealing Delicious est arrivé toutes les deux semaines dans plus de 2700 boîtes de réception, rempli de recettes de veau, d'inspiration pour les menus, de techniques de cuisson et d'autres informations ciblées pour aider les consommateurs à ajouter le veau à leur planification de menus. Le site Web de l'Ontario Veal Appeal a collaboré pendant le Ramadan et l'Aïd avec un microinfluenceur ayant un grand nombre d'adeptes sud-asiatiques afin d'encourager la consommation de viande de veau sur le marché halal. La collaboration avec l'influenceur a permis à la VFO d'augmenter et d'ajouter un contenu diversifié à la bibliothèque de recettes pour l'utiliser sur d'autres plateformes et réseaux sociaux.

VFO a élargi son partenariat de longue date avec le chef Ted Reader, connu sous le nom de Godfather of the Grill (Parrain du gril), pour produire une série de recettes qui s'adressent aux amateurs de grillades, qu'ils soient novices ou intermédiaires, tout en mettant en valeur une variété de coupes de veau facilement disponibles. Ils ont également travaillé ensemble pour créer des vidéos de conseils culinaires Veal 101 qui ont été partagées sur les réseaux sociaux du chef Reader et de VFO.

Pendant la période des Fêtes, VFO a établi un partenariat avec trois influenceurs culinaires afin de tirer parti de leurs abonnés pour atteindre de nouveaux publics à la recherche de nouvelles recettes à essayer. Combiné à une campagne imprimée et à des panneaux en bordure d'autoroute, le partenariat continue de générer une valeur ajoutée pour l'investissement.

VFO a également commandité les visites éducatives en autobus de Farm and Food Care Ontario pour les médias et les influenceurs alimentaires, ainsi qu'une visite destinée aux diététistes et aux stagiaires inscrit(e)s. VFO a participé aux visites et a livré une présentation Veal 101 couvrant tout, des soins des animaux aux coupes, les méthodes de cuisson, le veau comme un choix de protéines sain et accessible et plus encore. Le partenariat avec Farm and Food Care a permis à VFO d'étendre sa portée à d'autres parties de l'industrie qui influencent directement les consommateurs.



Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie États financiers non consolidés



Rapport de l'auditeur indépendant

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'« Office »), qui comprennent l'état non consolidé de la situation financière au 31 mars 2024, et les états non consolidés des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris un résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers non consolidés ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière non consolidée de l'Office au 31 mars 2024, ainsi que de ses résultats d'exploitation non consolidés 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 selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'Office conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à l'audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

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'Office 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 de l'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'Office 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'Office.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influer 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'Office.
- Nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière.
- Nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'Office à poursuivre ses activités. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'Office à cesser ses activités.
- 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.

Calgary, Alberta 21 juin 2024 MNPLLP

Comptables professionnels agréés



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 2024

| Actif Actif à court terme Trésorerie (note 3) Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12) Débiteurs (note 4) Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) Immobilisations (note 5) Placements (note 8) | 7 426 742 4 375 787 4 516 397 95 816 1 734 774 18 224 370 1 060 398 | 8 425 45: 3 364 95: 4 022 67 113 47: 1 129 99: 17 056 55: |
|--|---|--|
| Actif à court terme Trésorerie (note 3) Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12) Débiteurs (note 4) Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) | 4 375 787 4 516 397 95 816 1 734 774 18 224 370 | 3 364 95 4 022 67 113 47 1 129 99 17 056 55 |
| Trésorerie (note 3) Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12) Débiteurs (note 4) Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) | 4 375 787 4 516 397 95 816 1 734 774 18 224 370 | 3 364 955 4 022 67 113 47 1 129 99 17 056 55 |
| Trésorerie grevée d'affectations internes (note 12) Débiteurs (note 4) Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) | 4 375 787 4 516 397 95 816 1 734 774 18 224 370 | 3 364 955 4 022 67 113 47 1 129 99 17 056 55 |
| Débiteurs (note 4) Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) | 4 516 397 95 816 1 734 774 18 224 370 | 4 022 67 113 47 1 129 99 17 056 55 |
| Charges payées d'avance et dépôts Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) Immobilisations (note 5) | 95 816 1 734 774 18 224 370 | 113 47 1 129 99 17 056 55 |
| Montant à recevoir d'un apparenté (note 8) Immobilisations (note 5) | 1 734 774 18 224 370 | 1 129 99 17 056 55 |
| Immobilisations (note 5) | 18 224 370 | 17 056 55 |
| , , | | |
| , , | 1 060 398 | 1 224 05 |
| Placements (note 8) | | 1 224 05 |
| | 100 | 10 |
| | 19 210 014 | 18 280 71 |
| Passif | | |
| Actif à court terme | | |
| Créditeurs et charges à payer (note 6) | 3 428 072 | 2 656 19 |
| Montant à payer à un apparenté (note 8) | 1 873 629 | 1 373 30 |
| Produits reportés (note 7) | 250 951 | 19 84 |
| | 5 552 652 | 4 049 34 |
| Éventualités (note 13) | | |
| Engagements (note 10) | | |
| Renseignements par fonction (note 17) | | |
| Actif net | | |
| Non affecté | 8 329 779 | 8 914 60 |
| Grevé d'affectations internes (note 12) | 4 375 787 | 4 364 95 |
| Réserve de consolidation (note 12) | 951 796 | 951 79 |
| | 13 657 362 | 14 231 36 |
| | 19 210 014 | 18 280 71 |

État non consolidé des résultats Exercice clos le 31 mars 2024

(574 001)

(51 697)

| | Exercice clos | TIE ST IIIais 202- |
|--|---------------|--------------------|
| | 2024 | 2023 |
| Produits | | |
| Agence canadienne de prélèvement du bœuf | | |
| Prélèvements sur le bœuf canadien (note 14) | 19 578 992 | 19 586 511 |
| Prélèvements à l'importation | 1 269 638 | 1 185 219 |
| Autres produits | 527 512 | 274 262 |
| | 21 376 142 | 21 045 992 |
| Commercialisation | | |
| Gouvernement du Canada – Partenariat canadien pour une agriculture durable | 1 906 887 | 1 714 665 |
| Gouvernement de l'Alberta | 111 011 | 275 577 |
| Amortissement des apports en capital reportés (note 9) | - | 203 657 |
| | 2 017 898 | 2 193 899 |
| Total des produits | 23 394 040 | 23 239 891 |
| Charges | | |
| Agence canadienne de prélèvement du bœuf | | |
| Comité de commercialisation | 83 981 | 45 298 |
| Conseil d'administration | 168 947 | 168 758 |
| Activités liées aux prélèvements sur le bœuf canadien | 749 898 | 643 420 |
| | 1 002 826 | 857 476 |
| Programmes | | |
| Mobilisation du public et des intervenants (note 17) | 1 031 657 | 1 055 386 |
| Commercialisation – bœuf générique (note 15) | 855 418 | 1 258 103 |
| Commercialisation – bœuf de marque (note 15) | 13 185 281 | 11 942 196 |
| Recherche | 4 689 238 | 4 709 338 |
| Investissement provincial (note 14) | 1 934 373 | 2 182 165 |
| Tranche provinciale du prélèvement fédéral | 1 269 248 | 1 286 924 |
| | 22 965 215 | 22 434 112 |
| Total des charges | 23 968 041 | 23 291 588 |
| | (| (= 4 00=) |

Insuffisance des produits sur les charges

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 2024

| | Non affecté | Grevé d'affectations internes | Réserve de consolidation | 2024 | 2023 |
|---|-------------|-------------------------------------|--------------------------|------------|------------|
| Actif net à l'ouverture de l'exercice | 8 914 608 | 4 364 959 | 951 796 | 14 231 363 | 14 283 060 |
| Insuffisance des produits sur les charges | (584 829) | 10 828 | _ | (574 001) | (51 697) |
| Actif net à la clôture de l'exercice | 8 329 779 | 4 375 787 | 951 796 | 13 657 362 | 14 231 363 |

État non consolidé des flux de trésorerie Exercice clos le 31 mars 2024

| | Exercice clos | ie 31 mars 2024 |
|--|---------------------|-----------------------|
| | 2024 | 2023 |
| Flux de trésorerie liés aux activités suivantes : | | |
| | | |
| Fonctionnement | (574.004) | (E1 COZ) |
| Insuffisance des produits sur les charges Comptabilisation sans effet sur la trésorerie des apports en capital reportés | (574 001) | (51 697) (203 657) |
| Amortissement (note 5) | 228 910 | 219 438 |
| Perte à la cession d'immobilisations corporelles (note 5) | 9 663 | 318 858 |
| Ferte a la cession d'infiniobilisations corporelles (<i>note 3)</i> | 3 003 | 310 030 |
| | (335 428) | 282 942 |
| Variation des comptes du fonds de roulement | | |
| Débiteurs | (493 726) | 985 914 |
| Charges payées d'avance et dépôts | 17 654 [°] | 430 069 |
| Créditeurs et charges à payer | 771 877 | (974 360) |
| Produits reportés | 231 107 | (282 460) |
| Montant à recevoir d'un apparenté | (604 775) | (458 187) |
| Montant à payer à un apparenté | 500 320 | 475 540 |
| | 87 029 | 459 458 |
| Investissement | | |
| Acquisition d'immobilisations | (74 914) | (1 325 392) |
| Produit de la cession d'immobilisations (note 5) | _ | 25 409 |
| · · · | (79 914) | (1 299 983) |
| | | |
| Augmentation (diminution) de la trésorerie | 12 115 | (840 525) |
| Trésorerie à l'ouverture de l'exercice | 11 790 414 | 12 630 939 |
| Trésorerie à la clôture de l'exercice | 11 802 529 | 11 790 414 |
| | | |
| La trésorerie est constituée des éléments suivants : | | |
| Trésorerie non grevée | 7 426 742 | 8 425 455 |
| Total du la trésorerie grevée d'affectations internes (note 12) | 4 375 787 | 3 364 959 |
| | 11 802 529 | 11 790 414 |
| | | |

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

1. Constitution et nature de l'Office

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, qui exerce ses activités sous le nom de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf (l'« Office ») a été créé le 17 janvier 2002. Il est enregistré à titre d'organisation à but non lucratif et, à ce titre, est exonéré d'impôts. Afin de demeurer une organisation à but non 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 sur le bœuf canadien 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 à faire passer le prélèvement fédéral 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 pour le secteur du bœuf canadien annoncée en 2014. La stratégie vise la promotion d'une action concertée afin de positionner l'industrie bovine canadienne 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 2024, le prélèvement fédéral de 2,50 \$ par les huit provinces suivantes a pris effet à la date précisée :

Nouvelle-Écosse : 1^{er} janvier 2017 Île-du-Prince-Édouard : 1^{er} juin 2017 Nouveau-Brunswick : 1^{er} février 2018

Alberta : 1^{er} avril 2018 Saskatchewan : 1^{er} avril 2018 Manitoba : 1^{er} avril 2018 Québec : 1^{er} juin 2018

Colombie-Britannique : 1er juillet 2018

À la date de clôture de l'exercice de l'Office, soit le 31 mars 2024, les prélèvements sur le boeuf canadien 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.

2. Principales méthodes comptables

Les états financiers ont été établis conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif figurant à la Partie III du *Manuel de CPA Canada – Comptabilité*, telles qu'elles sont publiées par le Conseil des normes comptables du Canada et faisant partie des principes comptables généralement reconnus du Canada. Ils comprennent les principales méthodes comptables ci-dessous.

Mode de présentation

L'Office contrôle l'Institut international du Bœuf canadien (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.

L'Office contrôle également l'Institut international du Bœuf canadien inc. (l'« Institut inc. »), car il détient 100 % des 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 2024.

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

2. Principales méthodes comptables (suite)

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 figurant à l'état des résultats.

Impôts sur le revenu

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

Immobilisations

Les immobilisations acquises sont comptabilisées au coût. Les apports d'immobilisations sont comptabilisés à la juste valeur à la date de l'apport et majorés des coûts directement attribuables à l'acquisition.

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

| Matériel informatique | 3 ans |
|--|--------|
| Logiciels | 3 ans |
| Mobilier et agencements | 5 ans |
| Améliorations locatives | 10 ans |
| Matériel de bureau | 5 ans |
| Matériel de cuisine et appareils électroménagers | 5 ans |
| Site Web et logo | 5 ans |

Comptabilisation des produits

L'Office utilise la méthode du report pour comptabiliser les apports. 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 le recouvrement est raisonnablement assuré.

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

Les subventions du gouvernement sont comptabilisées à titre de produits dans l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées et lorsque leur réception est raisonnable 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 lorsque la prestation a lieu.

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

En mai 2022, l'Office a commencé à percevoir des droits sur les importations de porcs pour le compte de l'Office canadien de promotion et de recherche pour le porc. L'Office comptabilise comme produits des frais d'administration convenus d'avance qui sont payables par l'Office canadien de promotion et de recherche pour le porc. Les prélèvements à verser à l'Office canadien de promotion et de recherche pour le porc sont comptabilisés dans les débiteurs et les créditeurs, et leur valeur correspond à zéro. Aucun prélèvement n'est compris dans les produits et charges de l'Office.

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 2024

2. Principales méthodes comptables (suite)

Apports reportés liés aux immobilisations

Les apports reportés liés aux immobilisations correspondent à la tranche non amortie des apports d'immobilisations et des apports grevés d'une affectation 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 revenu sur la durée de vie utile des actifs.

Incertitude relative à la mesure (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 ont une incidence sur les montants des actifs et des passifs présentés, sur les actifs et passifs éventuels présentés à la date des états financiers et sur les montants des produits et des charges comptabilisés pendant l'exercice visé par les états financiers. 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.

Par nature, ces jugements sont assujettis à une incertitude relative à la mesure, et l'incidence de changements à ces estimations et hypothèses sur les états financiers pourrait être significative pour les exercices à venir. Ces estimations et hypothèses sont revues périodiquement et, lorsque des ajustements sont nécessaires, ils sont présentés dans l'excédent des produits sur les charges de l'exercice au cours duquel ils deviennent connus.

Ventilation des charges

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

La ventilation est établie en fonction des soumissions provenant des associations provinciales de bovins de boucherie, lesquelles déterminent le pourcentage des produits générés dans leur province qui sont attribués à chaque fonction.

Instruments financiers

L'Office comptabilise ses instruments financiers lorsqu'il devient partie à leurs dispositions contractuelles.

Instruments financiers contractés dans des conditions de pleine concurrence

Les instruments financiers créés, acquis, émis ou pris en charge dans une opération conclue dans des conditions de pleine concurrence (les « instruments financiers contractés dans des conditions de pleine concurrence ») sont initialement comptabilisés à leur juste valeur.

Au moment de la comptabilisation initiale, l'Office peut faire le choix irrévocable d'évaluer ultérieurement à la juste valeur tout instrument financier contracté dans des conditions de pleine concurrence. L'Office n'a pas fait ce choix au cours de l'exercice.

Les placements dans des instruments de capitaux propres non cotés sur un marché actif sont évalués ultérieurement au coût diminué de la dépréciation. Tous les autres actifs financiers et passifs financiers sont ultérieurement évalués au coût amorti.

Les coûts d'opération et de financement directement attribuables à la création, à l'acquisition, à l'émission ou à la prise en charge d'instruments financiers évalués ultérieurement à la juste valeur sont immédiatement comptabilisés dans le résultat net. Autrement, les coûts d'opération et de financement sont ajoutés à la valeur comptable des instruments financiers qui sont évalués ultérieurement au coût ou au coût amorti.

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 2024

2. Principales méthodes comptables (suite)

Instruments financiers contractés entre apparentés

L'Office évalue initialement à la juste valeur les instruments financiers créés, acquis, émis ou pris en charge dans une opération entre apparentés (les « instruments financiers contractés entre apparentés »). Lorsque l'instrument financier contracté entre apparentés est assorti de modalités de remboursement, le coût est déterminé au moyen des flux de trésorerie non actualisés, compte non tenu des paiements d'intérêts et de dividendes ainsi que des paiements variables et conditionnels, et déduction faite des pertes de valeur déjà comptabilisées par le cédant. Lorsque l'instrument financier contracté entre apparentés n'est pas assorti de modalités de remboursement, mais que la contrepartie transférée en est assortie, le coût est déterminé selon les modalités de remboursement de cette dernière. Lorsque ni l'instrument financier contracté entre apparentés ni la contrepartie transférée ne sont assortis de modalités de remboursement, le coût correspond à la valeur comptable ou à la valeur d'échange de la contrepartie transférée ou reçue (voir la note 8).

Les instruments financiers qui ont été initialement évalués au coût sont évalués ultérieurement au moyen de la méthode du coût, après diminution pour tenir compte de la dépréciation.

L'Office évalue par la suite à la juste valeur ses placements dans des instruments de capitaux propres cotés sur un marché actif et tous les instruments dérivés, à l'exception de ceux qui sont désignés dans des relations de couverture admissibles ou qui sont liés à des instruments de capitaux propres non cotés d'une autre entité, et qui doivent être réglés par la remise de tels instruments. Les placements dans des instruments de capitaux propres non cotés sur un marché actif et les dérivés qui sont liés à des instruments de capitaux propres non cotés d'une autre entité, et qui doivent être réglés par la remise de tels instruments, sont évalués par la suite au coût diminué de toute perte de valeur. À l'exception des passifs financiers indexés sur un indicateur de la performance de l'Office ou la valeur de ses capitaux propres et les instruments désignés à la juste valeur, tous les actifs financiers et passifs financiers sont évalués par la suite au coût amorti.

Les coûts d'opération et de financement directement attribuables à la création, à l'acquisition, à l'émission ou à la prise en charge d'instruments financiers contractés entre apparentés sont immédiatement comptabilisés dans le résultat net.

Dépréciation d'actifs financiers

L'Office évalue la dépréciation de tous ses actifs financiers évalués au coût ou au coût amorti. Il regroupe les actifs pour les tests de dépréciation, notamment lorsqu'il ne dispose pas d'informations suffisantes pour identifier chaque actif financier du groupe qui s'est déprécié individuellement. Pour déterminer s'il existe une indication objective de dépréciation, la direction détermine si l'émetteur éprouve d'importantes difficultés financières, ou s'il y a eu manquement à un contrat, comme un défaut ou un retard de paiement des intérêts ou du capital. Lorsqu'il y a indication d'une dépréciation, l'Office doit déterminer s'il y a eu, au cours de la période, un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs. Le cas échéant, l'Office ramène la valeur comptable des actifs financiers dépréciés au plus élevé des montants suivants : la valeur actualisée des flux de trésorerie attendus de la détention des actifs, le prix que la Société pourrait tirer de la vente des actifs ou la valeur de réalisation qu'elle s'attend à obtenir de tout bien donné en garantie des actifs. Toute dépréciation jugée durable est incluse dans l'excédent des produits sur les charges de l'exercice considéré.

L'Office procède à la reprise des pertes de valeurs d'actifs financiers lorsqu'il y a diminution de la dépréciation et que cette diminution peut être objectivement liée à un événement se produisant après la comptabilisation de la perte de valeur. Le montant de la reprise est comptabilisé à titre d'excédent dans l'exercice où la reprise a lieu.

3. Trésorerie et équivalents de trésorerie

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

| Exercice | clos I | e 31 | mars | 2024 |
|----------|--------|------|------|------|
|----------|--------|------|------|------|

2024

2022

| Débiteurs | | | | |
|---|--|---|---|---|
| | | | 2024 | 202 |
| Prélèvements | | | 3 127 644 | 2 900 92 |
| Gouvernement du Canada – Partenariat canadien pour u | ine agriculture durab | le | 1 060 545 | 903 98 |
| Prélèvements à l'importation | - | | 179 133 | 182 67 |
| Autres | | | 72 548 | 19 94 |
| Prêt aux éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick | | | 9 595 | 15 15 |
| Sommes à remettre à l'État | | | 66 932 | |
| | | | 4 516 397 | 4 022 67 |
| Immobilisations | | | 2024 | |
| Immobilisations | Coût | Amortissement cumulé | 2024 Valeur comptable nette | Vale comptab |
| | | cumulé | Valeur comptable nette | Valei comptab net |
| Matériel informatique | 14 658 | cumulé 8 678 | Valeur comptable nette 5 980 | Valet comptab net |
| Matériel informatique Logiciels | 14 658 166 686 | cumulé 8 678 138 929 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 | Valet comptab net 3 37 |
| Matériel informatique Logiciels Mobilier et agencements | 14 658 166 686 183 302 | cumulé 8 678 138 929 180 573 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 2 729 | Valee comptab net 3 37 37 75 6 32 |
| Matériel informatique Logiciels Mobilier et agencements Améliorations locatives | 14 658 166 686 183 302 918 745 | cumulé 8 678 138 929 180 573 210 378 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 2 729 708 367 | Valet comptab net 3 37 37 75 6 32 798 37 |
| Matériel informatique Logiciels Mobilier et agencements Améliorations locatives Matériel de bureau | 14 658 166 686 183 302 918 745 515 615 | cumulé 8 678 138 929 180 573 210 378 202 102 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 2 729 708 367 313 513 | Valei comptab neti 3 37 37 75 6 32 798 37 375 22 |
| Matériel informatique Logiciels Mobilier et agencements Améliorations locatives Matériel de bureau Matériel de cuisine et appareils électroménagers | 14 658 166 686 183 302 918 745 515 615 77 497 | cumulé 8 678 138 929 180 573 210 378 202 102 76 357 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 2 729 708 367 313 513 1 140 | Valei comptable neti 3 37 37 75 6 32 798 37 375 22 1 78 |
| Matériel informatique Logiciels Mobilier et agencements Améliorations locatives Matériel de bureau | 14 658 166 686 183 302 918 745 515 615 | cumulé 8 678 138 929 180 573 210 378 202 102 | Valeur comptable nette 5 980 27 757 2 729 708 367 313 513 | 202 Valeu comptabl nett 3 37 37 75 6 32 798 37 375 22 1 78 1 21 |

Une charge d'amortissement de 228 910 \$ (219 438 \$ en 2023) est comprise dans les activités de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf et les charges liées au programme de commercialisation présentées pour l'exercice clos le 31 mars 2024.

Au cours de l'exercice, des actifs de néant (25 409 \$ en 2023) ont été cédés, ce qui s'est traduit par une perte de 9 663 \$ (318 858 \$ en 2023).

6. Créditeurs et charges à payer

| | 2024 | 2023 |
|-----------------------------|-----------|-----------|
| Transferts des prélèvements | 1 284 480 | 1 157 356 |
| Dettes fournisseurs | 1 616 668 | 1 141 596 |
| TPS exigible | 21 378 | 17 652 |
| Charges à payer | 505 546 | 339 591 |
| | 3 428 072 | 2 656 195 |

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

7. Produits reportés

Les variations des produits reportés au cours de l'exercice se présentent comme suit :

| | 2024 | 2023 |
|--|-----------|-----------|
| Solde à l'ouverture de l'exercice | 19 844 | 302 304 |
| Montant reçu au cours de l'exercice | 1 145 267 | _ |
| Moins : Montant comptabilisé dans les produits de l'exercice | (914 160) | (282 460) |
| Solde à la clôture de l'exercice | 250 951 | 19 844 |

8. Opérations entre apparentés

a) Association canadienne des bovins :

L'Association canadienne des 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 des charges de néant (5 594 \$ en 2023) au titre des services contractuels et de néant (néant en 2023) au titre d'autres charges déterminées par le conseil d'administration sur une base annuelle.

b) Institut international du Bœuf canadien :

La Fédération canadienne pour l'exportation du bœuf (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^{er} 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 son obligation restante 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 Institut international du Bœuf canadien (l'« Institut »). L'Institut est inscrit à titre d'organisme sans but lucratif en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (la « Loi ») et, à ce titre, est exonéré d'impôt.

Au cours de l'exercice, l'Office a engagé des dépenses devant lui être remboursées par l'Institut afin de mener des activités dans certains territoires étrangers. Au 31 mars 2024, un montant de 1 734 774 \$ était à recevoir de l'Institut à titre de remboursement (1 129 999 \$ en 2023). 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 un organisme sans but lucratif 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 de par sa capacité à nommer tous les administrateurs de celui-ci.

Les comptes de l'Institut n'ont pas été consolidés dans les présents états financiers. L'information financière de l'Institut au 31 mars 2024 est résumée ci-après.

| | 2024 | 2023 |
|---|-----------|-----------|
| Total de l'actif | 2 233 559 | 1 655 561 |
| Total du passif | 1 713 253 | 1 132 499 |
| Total de l'actif net | 520 306 | 523 062 |
| Total du passif et de l'actif net | 2 233 559 | 1 655 561 |
| Total des charges | 2 756 | 2 756 |
| Insuffisance des produits sur les charges | 2 756 | 2 756 |
| Augmentation de la trésorerie | 74 927 | (22 795) |

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 2024

8. Opérations entre apparentés (suite)

c) Institut international du Bœuf canadien inc. :

La Fédération canadienne pour l'exportation du bœuf inc. (la « Société ») a été constituée en société le 13 janvier 1997 sous le régime de la *Business Corporations Act* de la province de l'Alberta afin de faire la promotion de la demande des produits du bœuf canadien à Taïwan. Le 1^{er} 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 son obligation restante et du fait qu'elle est une entité connue à Taïwan.

Le 1^{er} septembre 2011, les actions de la Société ont été transférées de l'Institut international du Bœuf canadien 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 Institut international du Bœuf canadien inc. (l'« Institut inc. »).

Au 31 mars 2024, un montant de 1 873 629 \$ (1 373 309 \$ en 2023) était payable 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. de par sa capacité à nommer tous les administrateurs de ce dernier et son 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 2024 est résumée ci-après.

| | 2024 | 2023 |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| Total de l'actif | 1 873 629 | 1 373 314 |
| Total du passif Total du déficit Total du capital-actions | 1 879 890 (6 361) 100 | 1 376 819 (3 605) 100 |
| Total du passif et des résultats non distribués | 1 873 629 | 1 373 314 |
| Total des charges | (2 756) | (2 756) |
| Insuffisance des produits sur les charges | (2 756) | (2 756) |
| Diminution de la trésorerie | (5) | (70) |

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.

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

2024

2022

9. Apports reportés liés aux immobilisations

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. Aucun apport en capital reporté n'a été comptabilisé après l'achèvement du projet au cours de l'exercice clos le 31 mars 2023.

Les apports reportés comprennent les apports non amortis reçus pour l'achat d'immobilisations. La comptabilisation de ces montants à titre de produits est reportée aux périodes où les immobilisations connexes sont amorties. Les variations du solde d'apports reportés se présentent comme suit :

| | 2024 | 2023 |
|--|------|-----------|
| Solde à l'ouverture de l'exercice | _ | 203 657 |
| Moins : Montants comptabilisés dans les produits de l'exercice | _ | (203 657) |
| | _ | _ |

10. Engagements

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

| 2025 | 227 876 |
|--------------|---------|
| 2026 | 179 709 |
| 2027 | 126 127 |
| 2028 | 113 180 |
| 2029 | 113 180 |
| Par la suite | 18 863 |
| | 778 935 |

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

Institut international du Bœuf canadien :

| 2025 | 61 209 |
|------|---------|
| 2026 | 39 193 |
| 2027 | 11 930 |
| | 112 332 |

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

11. Instruments financiers

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

Risque de change

Le risque de change est le risque que la juste valeur ou que les flux de trésorerie futurs provenant d'un instrument financier fluctuent en raison de la variation des taux de change. L'Office conclut diverses opérations libellées en devises pour lesquelles les produits, les charges, les débiteurs et les créditeurs connexes sont assujettis à la variation des taux de change. Au 31 mars 2024, les éléments suivants étaient libellés en devises :

| | 2024 \$ CA | 2023 \$ CA |
|------------|---------------|---------------|
| Trésorerie | 33 931 | 46 628 |
| Débiteurs | 47 701 | 104 856 |
| Créditeurs | 162 439 | 195 519 |

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 des prélèvements auprès d'associations actives dans le secteur des bovins de boucherie et des prélèvements à l'importation de bœuf.

L'Office est exposé au risque de crédit en lien avec ces débiteurs dans la mesure où les importateurs pourraient ne pas être en mesure de respecter leurs obligations de paiement de prélèvements à l'importation de 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.

Risque d'illiquidité

Le risque d'illiquidité désigne le risque que l'Office ne soit pas en mesure d'honorer ses engagements liés aux passifs financiers. L'Office gère le risque d'illiquidité en effectuant un suivi de ses besoins de fonctionnement. Il prépare des prévisions budgétaires et de trésorerie et effectue un suivi du financement des subventions afin de disposer de fonds suffisants pour remplir ses obligations.

12. Actif net grevé d'une affectation

a) Trésorerie et actif net grevés d'affectations internes

Au cours de l'exercice clos le 31 mars 2024, le conseil d'administration de l'Office a grevé d'affectations internes une réserve de trésorerie de 4 000 000 \$ (3 000 000 \$ en 2023) advenant toute dissolution future. En outre, l'Office détient un montant de 375 787 \$ (364 959 \$ en 2023) à titre d'actif net affecté, ce qui porte le total de l'actif net affecté à 4 375 787 \$ (4 364 959 \$ en 2023).

b) Transferts de la réserve de consolidation :

Le 1^{er} juillet 2011, l'Office a consolidé ses activités avec celles du Centre d'information sur le bœuf (le « CIB ») et de la Fédération (désormais, l'Institut). Conformément à la convention de consolidation intervenue entre l'Association canadienne des 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.

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

13. Éventualités

Dans le cours normal des activités, d'autres réclamations sont intentées par ou contre l'Office. Ces réclamations comportent bon nombre d'incertitudes, et l'issue de chaque question est impossible à prévoir avec assurance. La direction est d'avis que l'issue de ces réclamations n'aura aucune incidence significative sur la situation financière ou les résultats d'exploitation de l'Office.

14. Perceptions et distributions des prélèvements sur le bœuf canadien

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

| 2024 | 2023 |
|--|------------|
| Perceptions | |
| Cattle Industry Development Council (Colombie-Britannique) 981 952 | 764 852 |
| Alberta Beef Producers 10 622 595 | 10 367 061 |
| Saskatchewan Cattlemen's Association 3 761 019 | 3 950 678 |
| Association des éleveurs de bétail du Manitoba 1 489 518 | 1 594 595 |
| Beef Farmers of Ontario 893 711 | 928 461 |
| Les Producteurs de bovins du Québec 1 468 481 | 1 623 296 |
| Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick 57 473 | 62 297 |
| Nova Scotia Cattle Producers 69 794 | 65 768 |
| Prince Edward Island Cattle Producers 69 049 | 71 518 |
| Ontario Veal 165 400 | 157 985 |
| Total des perceptions 19 578 992 | 19 586 511 |
| Moins : Frais administratifs de l'Office (804 957) | (801 816) |
| 18 773 034 | 18 784 695 |
| Distributions | |
| Association des éleveurs de bétail du Manitoba 85 088 | 90 636 |
| Beef Farmers of Ontario 352 875 | 434 881 |
| Les Producteurs de bovins du Québec 1 227 484 | 1 401 056 |
| Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick 38 492 | 40 185 |
| Nova Scotia Cattle Producers 45 823 | 43 485 |
| Prince Edward Island Cattle Producers 27 090 | 23 061 |
| Ontario Veal 157 521 | 148 861 |
| 1 934 268 | 2 182 165 |

Ces montants correspondent à la tranche des prélèvements sur le bœuf canadien ayant été remise aux associations provinciales de bovins de boucherie en fonction des pourcentages convenus d'attribution des prélèvements sur le bœuf canadien.

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 2024

| | 2024 | |
|--|------------------|------|
| Développement des marchés – Amérique du Nord | | |
| Développement du marché canadien | 4 817 943 | 4 24 |
| Développements des marchés – marchés mondiaux | | |
| Chine | 233 208 | 26 |
| Marchés émergents | 158 399 | 17 |
| Japon | 796 379 | 81 |
| Corée | 428 987 | 34 |
| Asie du Sud-Est | 437 175 | 33 |
| Amérique latine | 644 962 | 72 |
| Marchés mondiaux | 1 313 482 | 1 31 |
| Centre d'excellence du bœuf canadien | 647 938 | 21 |
| | 4 660 531 | 4 18 |
| Total des activités de commercialisation – programmes de développement des marchés | 9 478 429 | 8 42 |
| Fonetiannement (Canada) | | |
| Fonctionnement (Canada) Amortissement | 219 703 | 21 |
| Frais bancaires et intérêts | 8 413 | ۷, |
| Entretien du matériel informatique et fournitures | 72 741 | 5 |
| Honoraires pour services de consultation, services juridiques et services d'audit | 24 808 | 2 |
| Licences et abonnements | 38 561 | 2 |
| Frais de bureau et de réunion | 101 621 | 8 |
| Recrutement et formation | 43 394 | 2 |
| Loyer et paiements en vertu de baux | 309 554 | 31 |
| Salaires et avantages | 2 990 700 | 2 55 |
| Commandites et dons | 2 990 700 100 | 2 30 |
| Frais de déplacement et assurances | 196 541 | 14 |
| Services publics | 38 556 | 3 |
| Perte à la cession d'immobilisations corporelles | 9 493 | 31 |
| Teric a la occorr a minispindatorio corpordico | 4 054 185 | 3 81 |
| | | |
| Fonctionnement (à l'étranger) Amortissement | 6 645 | |
| Frais bancaires et intérêts | 2 854 | |
| Entretien du matériel informatique et fournitures | 13 896 | - |
| Honoraires pour services de consultation, services juridiques et services d'audit | 57 061 | 6 |
| Gain de change | 7 790 | |
| Licences et abonnements | 8 895 | 1 |
| Frais de bureau et de réunion | 57 898 | 6 |
| Loyer et paiements en vertu de baux | 155 958 | 17 |
| Salaires et avantages | 642 744 | 67 |
| Frais de déplacement et assurances | 6 857 | 07 |
| Services publics | 18 047 | 4 |
| Recouvrement de la taxe à la consommation | (74 828) | (7 |
| Profit (perte) à la cession d'immobilisations corporelles | 170 | (1 |
| (F) | 903 986 | 95 |
| Total des activités de commercialisation – fonctionnement | 4 958 172 | 4 76 |

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

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

| | 2024 | 2023 |
|--|------------|------------|
| Répartition des fonds | | |
| Commercialisation – bœuf générique | 855 418 | 1 258 103 |
| Commercialisation – bœuf de marque | 13 185 281 | 11 595 095 |
| Commercialisation – entité du secteur public | 311 965 | 308 625 |
| Commercialisation – comité | 83 981 | 28 348 |
| | 14 436 645 | 13 190 171 |

16. Chiffres comparatifs

Certains chiffres comparatifs ont été reclassés pour les rendre conformes à la présentation de l'exercice considéré.

17. Renseignements par fonction

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 la gestion globale des activités commerciales et des activités 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

L'Office a pour mission de promouvoir la commercialisation et la production des bovins de boucherie, du bœuf et de ses produits du bœuf aux fins du commerce interprovincial, de l'exportation et de l'importation, ainsi que de mener et de 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 les prélèvements à l'importation, et de s'assurer que l'Office et les fournisseurs de services observent les règlements, les statuts et les politiques.

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

17. Renseignements par fonction (suite)

État de la situation financière

| | Commercialisation | Transferts ⁱ⁾ | Office | Transferts ⁱ⁾ | 2024 |
|---|-------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|---------------|
| Actif | | | | | |
| Actif à court terme | | | | | |
| Trésorerie | 6 309 364 \$ | - \$ | 1 117 378 \$ | - \$ | 7 426 742 \$ |
| Trésorerie grevée d'affectations internes | 4 000 000 | (4 000 000) | 4 375 787 | _ | 4 375 787 |
| Débiteurs | 3 226 674 | (2 099 842) | 3 427 365 | (37 800) | 4 951 251 |
| Charges payées d'avance et dépôts | 92 343 | _ | 3 473 | _ | 95 816 |
| Montant à recevoir d'un apparenté | 1 853 275 | (118 501) | _ | _ | 1 734 774 |
| | 15 481 656 \$ | (6 218 343) | 8 924 003 | (37 800) | 18 224 370 |
| Immobilisations (note 5) | 1 054 418 | _ | 5 980 | _ | 1 060 398 |
| Placement (note 2a) | 100 | _ | _ | _ | 100 |
| | 16 536 174 \$ | (6 218 343) \$ | 8 929 983 \$ | (37 800) \$ | 19 284 868 \$ |
| Passif et actif net | | | | | |
| Passif à court terme | | | | | |
| Créditeurs et charges à payer | 2 009 006 \$ | (37 800) \$ | 3 556 708 \$ | (2 099 842) \$ | 3 428 072 \$ |
| Trésorerie grevée d'affectations internes | - | _ | 4 000 000 | (4 000 000) | _ |
| Montant à payer à un apparenté | 1 873 629 | _ | 118 501 | (118 501) | 1 873 629 |
| Produits reportés | 250 951 | _ | _ | _ | 250 951 |
| | 4 133 586 \$ | (37 800) | 7 675 209 | (6 218 343) | 5 552 652 |
| Actif net | | | | | |
| Non affecté | 7 450 792 | _ | 878 987 | _ | 8 329 779 |
| Grevé d'affectations internes | 4 000 000 | _ | 375 787 | _ | 4 375 787 |
| Réserve de consolidation | 951 796 | _ | _ | _ | 951 796 |
| | 12 402 588 | _ | 1 254 774 | _ | 13 657 362 |
| | 16 536 174 \$ | (37 800) \$ | 8 929 983 \$ | (6 218 343) \$ | 19 210 014 \$ |

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, consultez les notes 17 a) et b).

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

Notes afférentes aux états financiers non consolidés

Exercice clos le 31 mars 2024

17. Renseignements par fonction (suite)

État des résultats

| | Commercialisation | Transferts ⁱ⁾ | Office | Transferts ⁱ⁾ | 2024 |
|---|-------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Produits | | | | | |
| Agence canadienne de prélèvement du bœuf : | | | | | |
| Prélèvements sur le bœuf | | | | | |
| canadien | - \$ | - \$ | 19 578 992 \$ | -\$ | 19 578 992 \$ |
| Transferts provenant de l'Office | | | | | |
| Commercialisation | 9 976 230 | (9 976 230) | _ | _ | _ |
| Mobilisation du public et des | | | | | |
| intervenants | 239 897 | (239 897) | _ | _ | _ |
| Prélèvements à l'importation | 1 207 027 | (1 207 027) | 62 611 | 1 207 027 | 1 269 638 |
| Autres produits | 407 288 | - | 120 224 | _ | 527 512 |
| | 11 830 442 | (11 423 154) | 19 761 827 | 1 207 027 | 21 376 142 |
| Souvernement du Canada – | | | | | |
| PCA durable | 1 906 887 | _ | _ | _ | 1 906 887 |
| Souvernement de l'Alberta | 111 011 | _ | _ | _ | 111 011 |
| | 2 017 898 | _ | _ | _ | 2 017 898 |
| | 13 848 340 | (11 423 154) | 19 761 827 | 1 207 027 | 23 394 040 |
| Charges Agence canadienne de prélèvement du bœuf Comité de commercialisation Conseil d'administration Activités de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf | 83 981 - - | - - | – 168 947 749 898 | - - - | 83 981 168 947 749 898 |
| | 83 981 | _ | 918 845 | _ | 1 002 826 |
| Programmes | | | | | |
| Mobilisation du public et des | 311 965 | _ | 959 589 | (239 897) | 1 031 657 |
| intervenants | | | | , | |
| Transferts à la commercialisation | - | _ | 9 976 230 | (9 976 230) | _ |
| Commercialisation | | | | | |
| Bœuf générique | 855 418 | - | _ | - | 855 418 |
| Bœuf de marque | 13 185 281 | _ | _ | _ | 13 185 281 |
| Recherche | _ | _ | 4 689 238 | _ | 4 689 238 |
| Investissement de la province | _ | _ | 1 934 373 | _ | 1 934 373 |
| Tranche provinciale du prélèvement fédéral | _ | - | 1 269 248 | - | 1 269 248 |
| | 14 352 664 | _ | 18 828 678 | (10 216 127) | 22 965 215 |
| | 14 436 645 | _ | 19 747 523 | (10 216 127) | 23 968 041 |
| | (588 305) \$ | (11 423 154)\$ | 14 304 \$ | 11 423 154 \$ | (574 001) |

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, consultez les notes 17 a) et b).

ii) Pour obtenir les informations comparatives, reportez-vous à l'état non consolidé des résultats.

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie États financiers non consolidés

31 mars 2024

