



Conseil national des
produits agricoles

National Farm Products
Council



Conseil national des produits agricoles **REVUE ANNUELLE POUR 2001**



Canada 



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Édiface Canada, 10e étage,
344, rue Slater
Ottawa (Ontario)
K1R 7Y3
Téléphone: (613) 995-6752
Télécopieur: (613) 995-2097
Site web: <http://www.nfpc-cnpa.gc.ca>
Courrier électronique: nfpcweb@em.agr.ca

© Ministre des Travaux publics et des
Services gouvernementaux Canada, 2001

Numéro de catalogue A99-2/2001
ISBN: 0-662-66517-1

Message de la présidente

Mes cinq ans au Conseil national des produits agricoles m'ont amenée à constater de plus en plus clairement l'importance à la fois de la stabilité et du changement. Ces deux concepts, unis par leur opposition, caractérisent le monde dans lequel fonctionne le Conseil.

La stabilité se situe au coeur même de notre régime de commercialisation méthodique. Elle est l'une des bases sur lesquelles sont fondées les décisions prises par les offices de commercialisation et par le Conseil. Elle bénéficie à tous les intervenants car elle assure aux consommateurs un approvisionnement d'aliments sains, nutritionnels, de qualité élevée et à prix raisonnable, tout en procurant la prévisibilité des marchés aux producteurs, aux transformateurs et aux surtransformateurs.

De nombreux facteurs de changement exercent aussi des incidences sur notre régime, notamment l'évolution dans les préférences des consommateurs, les progrès technologiques et la croissance des échanges commerciaux entre pays. En réponse à ces pressions, le régime de commercialisation méthodique s'adapte et s'améliore. Cette approche a été valable dans le passé et elle nous sera utile dans notre collaboration avec tous les intervenants en vue d'élaborer et de mettre en oeuvre le nouveau cadre de politique agricole.

Le Canada fonctionne à plein régime quand les secteurs public et privé travaillent ensemble. C'est ce que nous faisons, guidés par le leadership qu'exercent les offices canadiens de commercialisation, les associations de l'industrie, les régies provinciales et les autres intervenants de notre régime de commercialisation méthodique. Le Conseil remplit sa mission par l'accomplissement de ses fonctions de supervision, par la facilitation de discussions au sein de l'industrie concernant notre avenir et par le lancement d'initiatives favorisant la croissance de l'industrie. De plus, le Conseil coopère de près avec de nouveaux partenaires hors du régime de commercialisation méthodique, comme l'a démontré la récente création du nouvel Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins.

Les membres du Conseil ont apprécié le soutien continu du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, ainsi que la contribution de notre personnel très dévoué et compétent. Cette précieuse collaboration a permis au Conseil d'atteindre ses objectifs et d'apporter une valeur ajoutée aux Canadiens.

Le succès du régime de commercialisation méthodique repose sur un bien simple concept, la sensibilisation au marché. Par l'offre de produits que veulent les consommateurs et par la préservation du dynamisme, de la compétitivité, de l'efficacité et de la prévoyance, l'agriculture canadienne se ménage un excellent avenir.

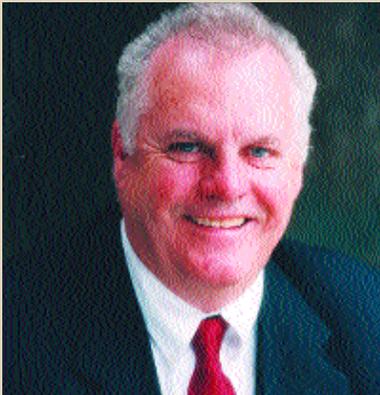


Les membres du conseil



Cynthia Currie, Présidente (1997-2002)

Cynthia Currie est depuis 1997 présidente du Conseil national des produits agricoles, dont elle est la seule membre à plein temps. Auparavant, elle a été directrice générale de l'Office canadien de commercialisation du poulet, maintenant appelé Producteurs de poulet du Canada. Elle a aussi été membre du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du Groupe de consultation sectorielle sur le commerce extérieur - Agriculture, aliments et boissons. Elle habite à Ottawa.



Ron O'Connor, Vice-président (1998-2004)

Ron O'Connor a été nommé au Conseil national des produits agricoles en 1998, et il en est devenu vice-président en 1999. Résident de Shelburne (Ontario), M. O'Connor possède et exploite l'entreprise Irm-Ron Farms Limited. Il est ancien président des Producteurs de poulet de l'Ontario et a siégé à de nombreux comités de l'industrie des oeufs et du poulet en Ontario.



Lorraine Arnett, membre (1999-2003)

Avec les associés de sa famille, Lorraine Arnett possède et exploite une ferme mixte de 345 acres près de Durham (Ontario) avec un poulailler de 10 000 pieds carrés, une entreprise de naissance de bovins et une autre de culture commerciale. Elle est contrôleure de Bert Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de sociétés affiliées à Listowel (Ontario).



Anne Chong Hill, membre (1998-2004)

Anne Chong Hill est co-fondatrice et présidente de la société Global Gourmet Foods Inc. de la Colombie-Britannique, qui fournit des produits alimentaires aux chaînes de magasins et aux grands établissements. Elle est membre du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du conseil consultatif auprès du ministre de l'Agriculture, des aliments et des pêcheries de la Colombie-Britannique. Elle habite à Vancouver.



David Coburn, membre (1998-2004)

David Coburn gère la société W.B. Coburn & Sons, une exploitation familiale qui en est à sa sixième génération, à Keswick (Nouveau-Brunswick). Il est ancien président de la Fédération de l'agriculture du Nouveau-Brunswick et agrégé honoraire du Nova Scotia Agricultural College. En 1995, lui et sa femme, Karen Coburn, ont reçu le prix Outstanding Young Farmers pour la région de l'Atlantique.

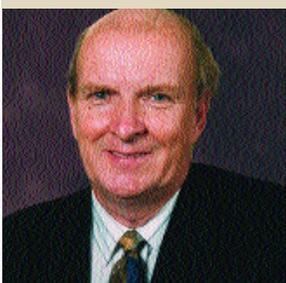
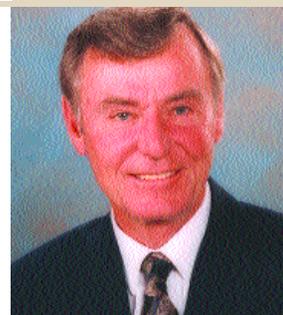
Félix Destrijker, membre (2001-2004)

Félix Destrijker est ancien président de l'Office canadien de commercialisation des oeufs, ancien administrateur de l'Union des producteurs agricoles du Québec et ancien vice-président de la Fédération des producteurs d'oeufs de consommation du Québec. Résident de St-Ludger (Québec), M. Destrijker co-possède quatre entreprises : Avibeau Inc. et La Ferme Hellebecq, qui sont des producteurs de volaille à St-Ludger; Les Oeufs Blais & Breton Enr., un distributeur d'oeufs et de produits des oeufs à St-Bernard; et Vitoeuf Inc., une société de transformation et de surtransformation d'oeufs à St-Hyacinthe.



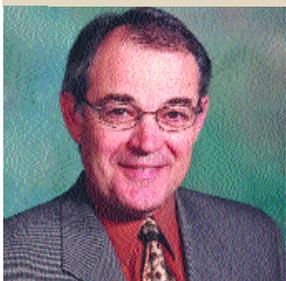
Michel Veillette, membre (1998-2003)

Michel Veillette, résident de Cap-de-la-Madeleine (Québec), est ancien président de Froma-Dar Inc. et d'André Frappier Inc., fabricants et distributeurs de fromages affinés. Il est en outre vice-président de Les Produits laitiers J.A. Baribeau Ltée. Ancien président du Conseil de l'industrie laitière du Québec, M. Veillette a été député fédéral et secrétaire parlementaire du ministre des Affaires des consommateurs et des Affaires commerciales de 1981 à 1984.



John A. (Sandy) McCurrach, membre (1998-2004)

Sandy McCurrach possède et exploite les entreprises Purity Feed Co. Ltd. et Jamieson Creek Ranch, à Kamloops (Colombie-Britannique). Il est ancien membre exécutif de l'Office canadien de commercialisation du dindon, de l'office de commercialisation du dindon de la C.-B. et de l'association de l'industrie des aliments pour animaux de la C.-B.



Maurice Giguère, membre (2001-2004)

Maurice Giguère, résident de Mont St-Hilaire (Québec), est directeur général d'ACER, le centre de recherche et de développement de l'industrie de l'érable. Membre de l'Association des MBA du Québec, il est ancien président de l'Association des abattoirs avicoles du Québec et ancien administrateur de l'Office canadien de commercialisation du dindon, du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles et de l'Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec.

Le rôle du CNPA

« La valeur réelle de notre travail découle de notre statut d'organisme indépendant et impartial. Nous fournissons une analyse indépendante et impartiale, tant aux offices canadiens relevant de notre compétence qu'au gouvernement. En outre, nous prenons une perspective à long terme et nous encourageons les approches novatrices pour l'étude des questions de l'heure. Ainsi, nous aidons le régime de commercialisation méthodique à mieux travailler, et cela permet à nos industries de devenir compétitives dans toute la mesure du possible. Grâce à notre travail, le régime de commercialisation méthodique demeure accessible à tous les intervenants, notamment aux consommateurs. Tous peuvent faire entendre leur voix. »

RON O'CONNOR, VICE-PRÉSIDENT

Mission

La mission du CNPA est de promouvoir le dynamisme et la compétitivité des secteurs canadiens de l'agriculture et de l'agroalimentaire qui relèvent de sa compétence. Le Conseil veille à ce que le régime de commercialisation méthodique pour la volaille et les oeufs fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, notamment des producteurs et des consommateurs.

Le Conseil supervise en outre l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins, créé en décembre 2001, et supervisera les offices de promotion et de recherche qui pourront être établis pour d'autres produits agricoles.

Créé en 1972, le Conseil est un organisme faisant partie du portefeuille d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.





Objectifs stratégiques

Le CNPA s'applique à relever les défis et à saisir les occasions que présente son environnement opérationnel. Cet environnement comprend un certain nombre d'importantes sources de changement éventuel, comme la croissance des marchés, la technologie, les modes de consommation, les politiques publiques et le commerce international.

Le CNPA poursuit trois objectifs stratégiques.

Premièrement, le Conseil exerce une supervision transparente et responsable des offices canadiens de commercialisation du poulet, du dindon, des oeufs et des oeufs d'incubation de poulet de chair. Il collabore avec ses homologues des gouvernements provinciaux et territorial, et travaille au renouvellement des accords de commercialisation afin de renforcer le régime de commercialisation méthodique.

Deuxièmement, le Conseil encourage le dynamisme, la compétitivité et la rentabilité des secteurs et coopère avec eux afin de renforcer leur capacité de répondre aux besoins du marché. Il engage ces secteurs à se prévaloir des possibilités d'exportation, à relever leurs normes de salubrité alimentaire, à mieux gérer la chaîne d'approvisionnement et à adopter d'autres mesures dont pourraient bénéficier les industries canadiennes de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Il fournit aussit une orientation concernant les avantages relatifs et le processus à suivre pour la création d'offices de promotion et de recherche.

Troisièmement, le Conseil s'applique à améliorer continuellement l'efficacité, la transparence et la responsabilité dans ses activités. À cette fin, il améliore sa planification stratégique, ses processus globaux de divulgation et ses modes de fonctionnement.

« Ce qui me frappe le plus à propos du fonctionnement du Conseil est l'ouverture d'esprit lors des discussions entre les membres. Chacun de nous aborde la discussion selon sa propre expérience. J'apporte ma contribution au sujet des oeufs, et j'apprends énormément des autres membres au sujet des secteurs dans lesquels ils évoluent. Par nos discussions ouvertes et par notre diversité, nous enrichissons nos discussions de nombreux points de vue et nous produisons des décisions pratiques et utiles pour nos intervenants. »

FÉLIX DESTRIJKER, MEMBRE

2001 - Une année de réalisations



« Notre rôle de médiation bénéficie à tous les intervenants. C'est ainsi que nous pouvons régler les différends au sujet de la répartition des contingents tout en préservant l'équilibre entre les besoins des producteurs, des transformateurs et des consommateurs. L'équilibre entre ces intérêts procure aux producteurs et aux transformateurs un rendement équitable tout en fournissant aux consommateurs des produits à prix raisonnables.

Notre rôle consiste aussi à prévoir les défis à relever demain. Le Forum sur la sensibilisation à la mondialisation a aidé les producteurs et les transformateurs à discuter de ce que l'avenir réserve aux industries canadiennes de la volaille et des oeufs. »

LORRAINE ARNETT, MEMBRE

Négociations commerciales internationales

Les négociations sur le secteur agricole dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sont demeurées au centre des préoccupations du Conseil en matière de commerce en 2001. Le CNPA a facilité les discussions entre les cadres des offices canadiens et les conseillers du gouvernement en politiques commerciales concernant la décision prise par l'OMC sur les produits laitiers en décembre 2001. Le Conseil a aussi fait le suivi des autres discussions touchant la scène internationale.

Forum sur la sensibilisation à la mondialisation

Dans le cadre de sa stratégie d'étroite collaboration avec les industries relevant de sa compétence, le CNPA a facilité une série de rencontres pour discuter des tendances en matière de commerce international, de technologie et d'autres aspects internationaux touchant les industries canadiennes des oeufs et de la volaille.

Le Forum sur la sensibilisation à la mondialisation, tenu dans sept villes, a aidé 200 chefs de l'industrie à mieux saisir les développements dans l'industrie et à discuter des incidences de ces développements pour le Canada. Le Forum comprenait des discussions avec une douzaine de conférenciers de haut calibre, notamment des penseurs reconnus aux niveaux national et international en agriculture, en biotechnologie, en médecine et en affaires publiques.



Les participants ont ainsi eu l'occasion de réfléchir aux nouvelles stratégies utilisées dans les autres pays et ils ont soulevé de nombreuses questions que devraient examiner les industries canadiennes, notamment :

Comment les facteurs mondiaux de changement affectent-ils le régime canadien de commercialisation méthodique?

Considérant les aspirations commerciales des autres pays producteurs et leurs structures de coût, quelle est la position optimale que les participants canadiens de l'industrie devraient adopter pour leur marché intérieur?

Comment les participants de l'industrie devraient-ils répondre aux besoins changeants des consommateurs concernant la durabilité environnementale et la salubrité alimentaire?

Les participants de l'industrie canadienne devraient-ils viser à intégrer plus étroitement leur chaîne d'approvisionnement afin de faire des gains d'efficacité?

Comment l'industrie canadienne devrait-elle définir et exploiter ses avantages particuliers?

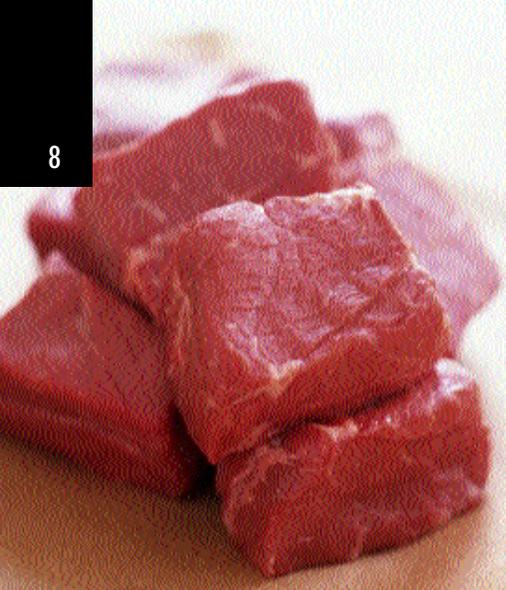
Tout au long des sessions du Forum, les participants ont reconnu le besoin de leadership dans leur industrie pour répondre à ces questions. Pour faciliter la suite des discussions, le Conseil a affiché les exposés présentés au Forum sur son site web www.nfpc-cnpa.gc.ca.

En outre, il publiera un rapport d'information sur le Forum et invitera les lecteurs à exprimer leurs commentaires. Le Conseil est fortement intéressé par les résultats de ces discussions.



« Notre succès découle de notre capacité à réunir les participants de l'industrie et à trouver des solutions avantageuses à la fois pour les producteurs et pour les consommateurs. La valeur de cette approche a été mise en évidence l'an dernier, particulièrement lors du règlement du différend dans l'industrie des oeufs en Saskatchewan. Le Conseil a exercé une influence positive à cette occasion, en bonne part à cause de la vaste gamme de compétences que possèdent nos membres et à cause de notre approche équilibrée à l'égard de nos intervenants. »

MAURICE GIGUÈRE, MEMBRE



« Le renouvellement des accords fédéraux-provinciaux demeure le principal défi que nous devons relever. Nous avons déjà réalisé d'importants progrès, et je m'attends bien à ce que les discussions soient fructueuses. Les accords se situent au coeur même de notre travail. Ils sont essentiels à la commercialisation méthodique des oeufs et de la volaille. Le Conseil veille à ce que tous les intervenants soient entendus et il sert de médiateur quand ce rôle l'aide à trouver la façon de régler les différends. »

MICHEL VEILLETTE, MEMBRE



Accords fédéraux-provinciaux

Le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial du poulet constitue l'une de nos principales réalisations et il est l'aboutissement de fort nombreuses discussions et d'une étroite collaboration entre le CNPA, les Producteurs de poulet du Canada et les régies provinciales. Fait important, la Colombie-Britannique a adhéré à l'Accord, dont elle s'était retirée dix ans auparavant.

Les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture ont signé l'Accord à Whitehorse en juin, trois ans après que les quatre offices canadiens aient été fortement incités à moderniser leur accord respectif.

Les trois autres offices canadiens ont pris cet accord comme modèle pour renouveler leur propre accord. Les discussions à cette fin avancent, et le CNPA prévoit qu'elles porteront fruit.

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

Le secteur canadien de la recherche, du développement des marchés et de la promotion des bovins a franchi un grand pas en 2001 avec la création de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins, annoncée en décembre.

Cet office canadien, le premier en son genre, est autorisé à effectuer de la recherche en commercialisation primaire et en nutrition, à mettre au point de nouveaux produits et à mener des activités de publicité et de promotion. Ces initiatives seront payées au moyen d'un prélèvement sur les ventes canadiennes du produit intérieur et du boeuf importé.

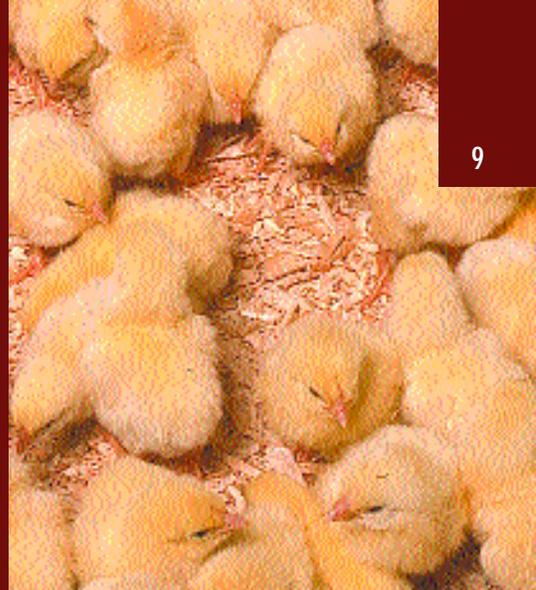
Le CNPA avait reçu en 2000 une proposition de l'Association canadienne des éleveurs de bovins en vue de créer cet office. Suite aux audiences publiques qu'il a tenues, le Conseil a recommandé au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire que cet office soit établi.

Le nouvel office fera en sorte que la promotion et la recherche soient financées sur une base nationale.



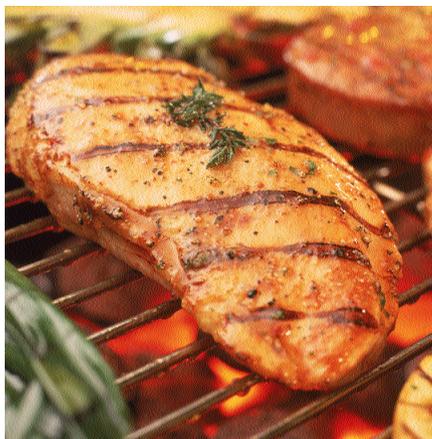
« Le rôle du Conseil est d'établir un cadre pour la commercialisation méthodique. Le Canada a mis en place un régime unique qui répond aux besoins des producteurs et dont les règles du jeu reposent sur l'équité. Toute mesure que peut prendre le Conseil pour préserver le régime est avantageux à la fois pour les producteurs et pour les consommateurs. »

JOHN A. (SANDY) MCCURRACH, MEMBRE



Groupe de travail sur l'exportation de volaille

Le Groupe de travail sur l'exportation de volaille a défini son mandat en 2001 et il s'est attelé à la tâche d'encourager et de faciliter les exportations de poulet et de dindon. Présidé par le Conseil, le Groupe s'est appliqué à cerner les avantages d'une approche plus étroitement ciblée sur l'exportation de viande de volaille et à établir les éléments dont doit disposer l'industrie pour réussir. Le Groupe de travail a aussi discuté du rôle optimal du gouvernement canadien en la matière.



Le CNPA a collaboré avec les transformateurs au renforcement de leur présence au sein de SourceCAN, le réseau de commerce électronique exploité par Industrie Canada. Le Conseil a aussi contribué à l'élaboration d'un répertoire des transformateurs canadiens d'oeufs et de volaille aux fins de diffusion par le truchement de nos ambassades et de nos missions à l'étranger, ainsi qu'aux fins d'utilisation aux foires commerciales.

En outre, le CNPA a encouragé l'industrie à participer aux foires commerciales afin de recueillir des renseignements sur les marchés et de nouer des contacts avec d'éventuels acheteurs. Le Conseil, avec la Fédération canadienne pour l'exportation de boeuf, a organisé un stand en mars dernier à la foire FoodEx 2001 à Tokyo. L'information de nature promotionnelle concernant l'industrie canadienne de la volaille a été distribuée à quelque 93 000 visiteurs à la FoodEx.

Le Conseil a aussi préparé, à l'intention des transformateurs sensibilisés à l'exportation, des recommandations sur les occasions de développement des marchés aux foires commerciales tenues aux États-Unis, en Allemagne et en Argentine.

En outre, le Groupe de travail a repéré le grandissant marché international halal comme une ouverture pour l'industrie canadienne. La viande de volaille halal est préparée selon les pratiques islamiques. Sur la marché américain, une population islamique croissante constitue un intéressant créneau. Le Conseil, avec l'aide d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, a mis sur pied un Atelier sur le Moyen-Orient pour réunir les producteurs et les transformateurs canadiens avec des acheteurs canadiens et étrangers afin de discuter d'ouvertures éventuelles.



Regard vers l'avenir

« Notre défi est de faciliter le changement au sein de l'industrie de la volaille tout en préservant le cadre de régime de commercialisation méthodique. Le régime est l'un des meilleurs au monde et bénéficie tant aux consommateurs qu'à l'industrie de la volaille et des oeufs. Bien sûr, il ne nous délivre pas de la nécessité de s'adapter au changement, notamment à l'évolution des préférences des consommateurs. Le Forum sur la sensibilisation à la mondialisation a bien montré cette réalité. De nombreux producteurs évaluent maintenant la place de leur agrinégocio dans les scénarios que nous avons examinés. Le Conseil travaillera avec tous les intervenants en vue de renforcer les industries canadiennes de la volaille et des oeufs. »

DAVID COBURN, MEMBRE

Cadre pour la politique agricole

Le Conseil travaillera avec tous les intervenants en vue de renforcer le secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire par le nouveau cadre de politique agricole. En 2001, les ministres fédéral, provinciaux et territorial ont convenu que le cadre ferait du Canada le leader du monde agricole.

Le cadre repose sur cinq principes : la gestion du risque, la salubrité alimentaire, la protection de l'environnement, l'innovation et le renouvellement sectoriel. Sur la base de ces principes, le cadre renforcera le partenariat entre les gouvernements, le secteur et les Canadiens.

Possibilités de créer des offices de promotion et de recherche

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins est le tout premier organisme du genre à être créé en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*. Le Conseil croit qu'un tel office peut être utile à d'autres groupes responsables de produits et il aidera volontiers les autres organismes intéressés à examiner ce concept.

Les offices de ce genre contribueront à rendre les industries dynamiques, efficaces et compétitives par l'incitation à la recherche et à la promotion pour les produits agricoles. Par l'intermédiaire de ces offices, producteurs et importateurs auront accès à une information utile concernant le dynamique marché canadien. Les offices qui fonctionnent à l'échelle nationale perçoivent leurs fonds au moyen de prélèvements imposés sur toutes les ventes de produits canadiens ou importés.

Amélioration des pratiques commerciales

En plus d'accomplir les fonctions que prescrit la loi, le Conseil cherche toujours des façons d'aider le régime canadien de commercialisation méthodique à évoluer en harmonie avec un solide cadre réglementaire.

Un aspect de ce travail au Conseil est la revue interne de sa structure et de ses mécanismes de gestion publique. Pour gérer ses activités avec efficacité, transparence et responsabilité, le Conseil veille à améliorer ses pratiques de planification stratégique, de divulgation et de responsabilisation.





Le Conseil national des produits agricoles supervise les offices canadiens de commercialisation de produits agricoles et relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

Le Conseil veille à ce que les offices canadiens de commercialisation pour le poulet, les oeufs, les oeufs d'incubation de poulet de chair et le dindon gardent l'équilibre entre les intérêts de leurs intervenants, notamment les producteurs et les consommateurs. Il approuve les règlements et les ordonnances pris par les offices canadiens, entend les plaintes concernant les décisions prises par les offices et tient des audiences sur le bien-fondé de la création de nouveaux offices. En outre, il veille à promouvoir le dynamisme et la compétitivité des secteurs relevant de sa compétence et donne des conseils au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

En outre, le CNPA travaille de concert avec l'industrie afin de promouvoir l'efficacité dans la commercialisation des produits agricoles sur les marchés interprovincial et international.

En 1972, la Loi sur les offices des produits agricoles a créé le Conseil afin de préserver et de promouvoir le dynamisme et la compétitivité de l'industrie et de veiller à ce que les offices exercent leurs activités conformément à leurs objectifs.

Avant l'avènement d'un régime de commercialisation méthodique, les Canadiens devaient composer avec d'importantes fluctuations dans les approvisionnements et les prix de la volaille et des oeufs. Les offices provinciaux de commercialisation procuraient bien une certaine mesure de stabilité, mais ils n'avaient aucune autorité au-delà de leurs frontières. La Loi sur les offices des produits agricoles a permis aux producteurs d'oeufs et de volaille d'établir des offices canadiens pour contrôler les approvisionnements et pour exercer les pouvoirs fédéraux de commercialisation.

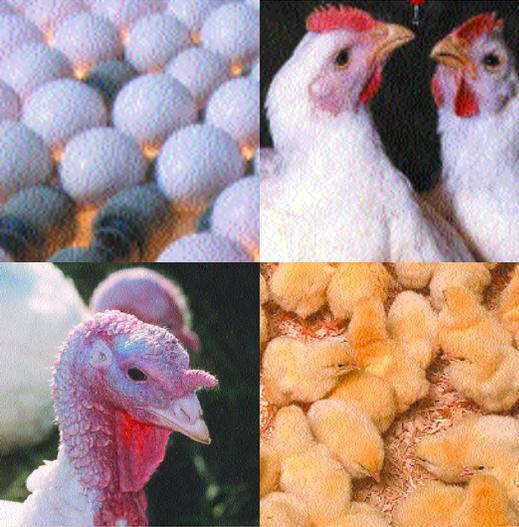
En 1995, le Conseil a aussi assumé la responsabilité de l'administration de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles. Les groupes provinciaux responsables d'un produit réglementent les exportations et le commerce entre les provinces grâce aux pouvoirs fédéraux qui leur sont délégués en vertu de cette loi.

« La principale contribution du Conseil a été sa capacité d'amener ensemble les producteurs, les transformateurs et les surtransformateurs pour examiner et approfondir les aspects qui nous touchent tous. Nous avons pu ouvrir les discussions entre les intervenants de tous les niveaux. La collaboration constitue la meilleure façon de relever nos défis et de déterminer comment nous pouvons le mieux nous adapter aux changements dans l'économie mondiale. »

ANNE CHONG HILL, MEMBRE

Les offices de commercialisation en 2001

Le CNPA examine les ordonnances de redevances à payer et les règlements sur le contingentement proposés par les offices canadiens de commercialisation, avec lesquels il collabore au renforcement du secteur agricole canadien. Voici une récapitulation des réalisations de ces offices en 2001.



Producteurs de poulet du Canada

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont établi une politique de développement des marchés qui réduit la demande pour des permits d'importation supplémentaires. La nouvelle politique a pour objet de maintenir et de raffermir la stabilité sur le marché intérieur.

À l'intention des producteurs de poulet, les PPC ont aussi mis sur pied un programme de salubrité alimentaire à la ferme. Les PPC ont demandé à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, qui assume la réglementation en matière de salubrité alimentaire, de revoir et de reconnaître le programme.

Pour plus de précisions concernant les PPC, consulter le site www.chicken.ca

Office canadien de commercialisation des oeufs

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) a réalisé en 2001 des progrès vers la mise en place de son programme de salubrité alimentaire à la ferme et il a aussi étoffé ses programmes de commercialisation et de nutrition. Fait intéressant, l'Office a remporté pour sa campagne de publicité le premier prix octroyé par la Commission internationale des oeufs.

L'OCCO a poursuivi ses efforts en vue de mettre en place une entente à long terme d'approvisionnement et de fixation des prix avec les transformateurs.

Pour plus de précisions concernant l'OCCO, consulter le site www.canadaegg.ca

Office canadien de commercialisation du dindon

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a poursuivi l'élaboration de son programme national de commercialisation générique, que financent conjointement les producteurs et les transformateurs. Appelé « Les mardis dindon », le programme de promotion vise à accroître la consommation de dindon par l'intégration de cette viande dans le menu hebdomadaire familial.

Pour plus de précisions concernant l'OCCD, consulter le site www.canadianturkey.ca

Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation des poulets de chair

L'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation des poulets de chair (OCCOIPC) a réalisé d'importants progrès par l'établissement d'un système de récupération des données qui permet d'analyser la production selon diverses perspectives. Le Conseil a aidé l'OCCOIPC à mener à bien ce projet.

Pour plus de précisions concernant l'OCCOIPC, consulter le site www.cbhema.ca