



Conseil national des
produits agricoles

National Farm Products
Council

2002

Conseil national des produits agricoles

35

*Ans
en revue*

Canada



Équipe Canada inc • Team Canada Inc



Édifice 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@agr.gc.ca

© Ministre des travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2003

Numéro de catalogue A99-2/2002

ISBN : 0-662-67239-9

Message du ministre

A titre de ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire du Canada, il me fait plaisir de constater le succès remporté par le Conseil national des produits agricoles (CNPA) au cours de ses trente ans d'existence.

Le CNPA, par son étroite collaboration avec les industries de la volaille et des oeufs, a contribué à réduire le risque commercial et à stabiliser les approvisionnements canadiens d'aliments sains, de qualité élevée et de prix raisonnables. La collaboration qu'il a amorcée avec le nouvel Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie aidera les producteurs canadiens à étendre leurs marchés actuels et à saisir de nouvelles possibilités.

Les réalisations des industries régies par les offices sont cruciales au succès du Cadre stratégique pour l'agriculture, qui vise à propulser l'agriculture canadienne parmi les chefs de file mondiaux de la salubrité et de la qualité alimentaires, de la production respectueuse de l'environnement et de l'innovation. En outre, elles rehaussent le rendement d'un secteur qui joue un rôle prépondérant dans l'économie canadienne.

Le secteur agroalimentaire est de nos jours le troisième en importance au pays quant au nombre d'emplois, et il apporte une contribution prépondérante à la qualité de vie des Canadiens. Le Conseil national des produits agricoles fait sa part pour renforcer le dynamisme et la compétitivité de l'agriculture canadienne au XXI^e siècle. ■




Mission :

Veiller à ce que le régime fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

Mandat :

- Conseiller le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire concernant tous les aspects relatifs aux offices établis en vertu de la Loi, en vue de maintenir et de promouvoir un secteur agricole efficace et compétitif.
- Surveiller les activités des offices de commercialisation afin de s'assurer qu'ils réalisent les objectifs énoncés à leur égard dans la Loi.
- Coopérer avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur les marchés interprovincial et d'exportation.
- Coopérer avec les offices de promotion et de recherche aux activités de recherche en production primaire et à celles de promotion de denrées agricoles réglementées.

Créé en 1972, le CNPA 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.

Message de la présidente



Au fur et à mesure que le Canada s'est développé et diversifié durant les trente dernières années, l'industrie qui l'alimente a fait de même. Il y a trente ans, le Parlement a habilité les offices canadiens à stabiliser les approvisionnements et les prix, qui connaissaient alors de fortes fluctuations, et il a créé du même coup le Conseil national des produits agricoles à titre d'organisme de supervision responsable de veiller à ce que le régime fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

Travaillant de concert dès le départ, le gouvernement et l'industrie ont réalisé de grands progrès. Les marchés ont été stabilisés, et les prix sont devenus plus prévisibles, minimisant ainsi le risque commercial et ouvrant de nouvelles possibilités dans toutes les régions du pays. Le régime a pris de la maturité, et les producteurs de même que les transformateurs ont pu relever le défi de répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Enrichis par nos voyages à l'étranger, par notre réseau moderne de communications et par la contribution des nouveaux Canadiens, nous avons élargi notre éventail de goûts.

Les défis à relever aujourd'hui sont complexes. Producteurs, transformateurs et surtransformateurs canadiens doivent livrer sur le marché des aliments ayant bon goût, commodes, à prix raisonnables, de qualité élevée et présentés sous de nombreuses formes. Ils améliorent tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement et restent à l'affût de démarches novatrices pour répondre aux besoins des consommateurs.

L'innovation s'applique aussi à notre propre travail. Le concept d'offices canadiens supervisés par un organisme gouvernemental a maintenant été élargi à la promotion et à la recherche par l'établissement de l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie. Cet office, le premier de son genre au Canada, utilisera les prélèvements pour assurer une source stable de fonds aux activités de recherche, de développement des marchés et de promotion. J'invite tous les autres groupes de producteurs à examiner quels avantages ils pourraient retirer de la création de leur propre office et la possibilité que le concept d'office réponde à leurs besoins.

Fort de ses 30 ans d'existence, le Conseil national des produits agricoles demeure un organisme particulier et remarquable qui réunit à la fois compétences en matière de politiques gouvernementales et connaissances du marché. Je remercie les membres et le personnel du CNPA, qui ont apporté une excellente contribution.

Le défi d'approvisionner un marché aussi diversifié et complexe que celui d'aujourd'hui aurait probablement été impossible à relever il y a trente ans. Aujourd'hui, l'agriculture canadienne sait relever ce défi, et son partenariat avec les gouvernements continue à porter fruit. Pour ma part, je suis honorée de déclarer que le régime continue à bien fonctionner dans le meilleur intérêt de tous les Canadiens. ■

Le CNPA

Membres

Le Conseil national des produits agricoles (CNPA) est composé d'au moins trois et d'au plus neuf membres. Au moins la moitié des membres doivent être des producteurs primaires au moment de leur nomination, selon la loi en vertu de laquelle a été créé le CNPA. Le Cabinet nomme les membres pour un mandat de deux à cinq ans. La présidente est la seule membre à temps plein du CNPA.



Cynthia Currie, présidente (1997-2005)

Cynthia Currie est depuis 1997 présidente du Conseil national des produits agricoles, dont elle est la seule membre à temps plein. 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 membres de sa famille, qui sont ses associés, Lorraine Arnett possède et exploite une ferme mixte de 345 acres près de Durham (Ontario), dont un poulailler, 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.

Anciens présidents

Paul Babey
(1972 - 1979)

June Menzies
(1979 - 1985)

Ralph Barrie
(1985 - 1991)

Cliff McIsaac
(1991 - 1997)

Le CNPA



David Coburn, membre (1998-2002)

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.

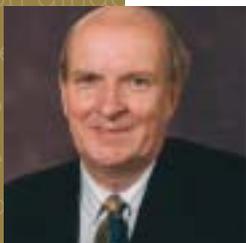
Félix Destrijker, membre (2001-2004)

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 : les producteurs de volaille Avibeau Inc. et La Ferme Hellebecq, à St-Ludger; le distributeur d'oeufs et de produits connexes Les Oeufs Blais & Breton Enr., à St-Bernard; et, la société de transformation et de surtransformation d'oeufs Viteoef Inc., à St-Hyacinthe.



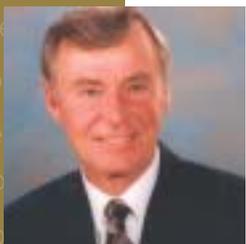
Maurice Giguère, membre (2001-2004)

Maurice Giguère, un résident d'Otterburn-Park (Québec), est directeur général du Centre de recherche, de développement et de transfert technologique en acériculture. Membre de l'Association des MBA du Québec, il est ancien président de l'Association des abattoirs avicoles du Québec et ancien membre du conseil d'administration 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.



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.



Michel Veillette, membre (1998-2008)

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 des 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.

Le personnel



Le personnel du CNPA, de gauche à droite : Lise Leduc, Pierre Bigras, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Laura Leckie, Reg Milne, Patricia Lepage, Terry Hayward, Louise Séguin, Jurgen Schiffer, Lisette Wathier, Carola McWade, John Kirk.



En été 2002, le personnel a inclus Shivalee Paliwal et Sean Ramsingh, étudiants à l'Université d'Ottawa.

Le CNPA à 30 ans : la croissance au Canada

Origines

Il y a trente ans, le gouvernement canadien a créé le Conseil national des produits agricoles (CNPA). Son but était de favoriser la stabilisation du commerce des produits agricoles entre les provinces.

Au sein des provinces, les offices de commercialisation réussissaient, dans certains cas depuis des décennies, à stabiliser les approvisionnements et les prix de nombreuses denrées agricoles. Mais le commerce entre les provinces n'était pas réglementé ni coordonné. Avec les progrès réalisés dans les secteurs du transport et des communications, les distances entre les marchés sont devenues secondaires, et la compétition accrue entre les producteurs et entre les transformateurs a résulté en fluctuations des approvisionnements et des prix.

En 1972, le Parlement a relié les pouvoirs intraprovinciaux de commercialisation aux pouvoirs fédéraux en matière de commerce interprovincial et d'exportation. Il a habilité les organismes responsables de denrées agricoles à se regrouper en offices canadiens

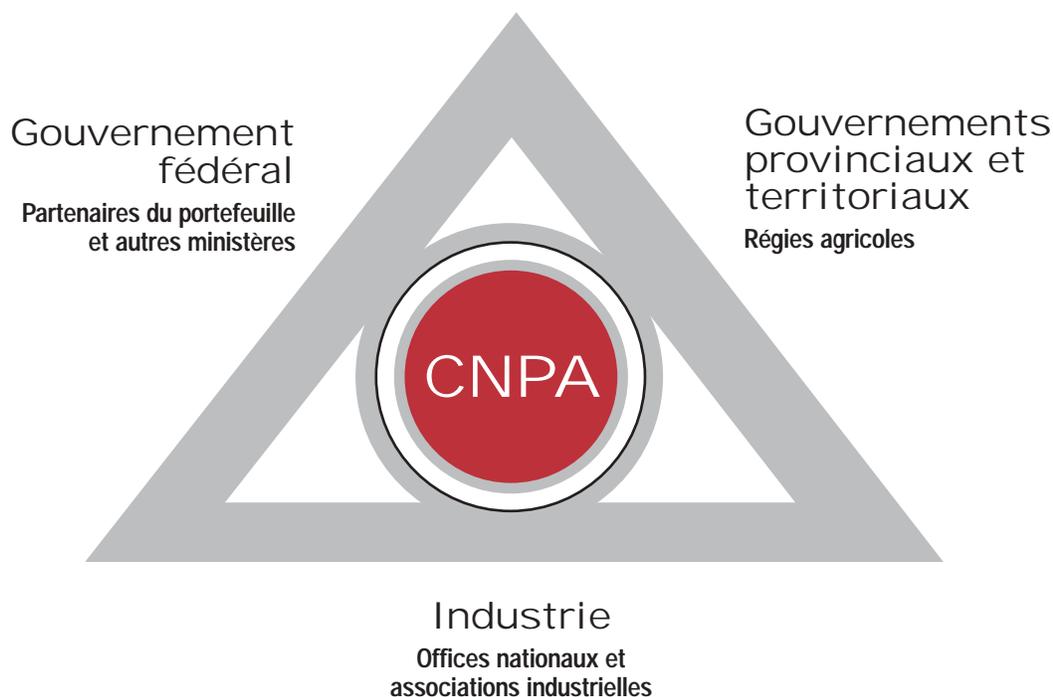
de commercialisation disposant du pouvoir de réglementer le commerce interprovincial et d'attribuer des contingents de production aux provinces. Il a créé le CNPA afin de veiller à ce que ces offices fonctionnent dans le meilleur intérêt à la fois des consommateurs et des producteurs.

Évolution

Le nouveau CNPA s'est attelé à la tâche dès sa création. Sur la base des recommandations proposées par le CNPA, le gouvernement a établi l'Office canadien de commercialisation des oeufs la même année. C'était le premier de quatre éventuels offices canadiens de commercialisation fonctionnant sous la supervision du CNPA.

Deux ans plus tard, en 1974, le gouvernement a créé l'Office canadien de commercialisation du dindon. L'Office canadien de commercialisation du poulet, devenu ultérieurement les Producteurs de poulet du Canada, a été établi en 1978. Puis, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulets de chair a commencé son existence en 1986.





Pour l'exécution de ses opérations courantes, le CNPA a adopté la structure qu'il utilise encore de nos jours. Le CNPA était initialement un organisme décisionnel formé de six membres, dont quatre à temps plein. Au fil des ans, le CNPA a été porté à neuf membres afin d'élargir ses compétences et d'assurer une meilleure représentation géographique, ce qui l'aiderait à surveiller les offices supplémentaires. De concert avec cette expansion, le CNPA en est venu à compter un seul membre à temps plein. Ainsi, la présidente est la seule membre à temps plein du CNPA.

Le concept fondamental du fonctionnement du CNPA – celui d'un organisme géré par l'industrie dans un cadre de supervision gouvernemental – s'est avéré fort bien adapté dès le départ. Avec le temps, il est devenu manifeste qu'un office pouvait aussi accomplir des fonctions autres que la commercialisation méthodique de denrées agricoles. Une idée mise de l'avant était qu'un office puisse utiliser les ressources d'un groupe responsable d'une denrée agricole pour mener des activités de recherche et de développement de nouveaux produits et pour trouver de nouveaux modes de promotion.

En 1993, le Parlement a enchâssé le concept d'offices de promotion et de recherche dans la loi, et il a assigné au CNPA le rôle de supervision de tels offices. En 2002, le CNPA a commencé à examiner le bien-fondé de créer un cinquième office canadien, l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

Outre ses fonctions touchant les offices canadiens, le CNPA s'est fait confier en 1995 la responsabilité d'administrer la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*. Cette loi sert à déléguer les pouvoirs fédéraux sur le commerce interprovincial et d'exportation à des offices provinciaux de commercialisation exerçant les pouvoirs équivalents dans leur propre province. Cette responsabilité administrative a mis le CNPA en contact avec de plus nombreux groupes responsables de produits agricoles à l'échelle du pays, notamment le lait, le porc, les légumes, les fruits, le sirop d'érable et les produits forestiers. Toutefois, aucun de ces groupes n'est compris parmi les offices canadiens qui forment le noyau des fonctions du CNPA. ■

Le portefeuille de l'agriculture et agroalimentaire

Agriculture et agroalimentaire Canada (AAC)

Conseil national des produits agricoles (CNPA)

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)

Commission canadienne des grains (CCG)

Commission canadienne du lait (CCL)

Financement agricole Canada (FAC)

L'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA)

Le Conseil et ses homologues, les régies agroalimentaires provinciales et territoriales, forment l'ANRA. Le groupe assure la coordination entre les organismes de réglementation. L'ANRA est le lien fondamental du Conseil avec les gouvernements provinciaux et territoriaux.

Le CNPA aujourd'hui



À propos du CNPA

Le CNPA assume la responsabilité de superviser les activités des cinq offices canadiens établis en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, et il administre en outre les ordonnances et les règlements pris en vertu de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*.

Le mandat du CNPA repose sur des relations avec trois intervenants.

Au sein du gouvernement du Canada, le CNPA conseille le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire concernant toute question relative aux activités des offices canadiens établis en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*. Le but du CNPA est de promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole. Le CNPA relève directement du ministre, travaille au sein du vaste portefeuille de l'agriculture et coordonne ses activités avec celles des autres ministères fédéraux.

Le CNPA entretient des consultations avec les gouvernements provinciaux et territoriaux, car la Constitution partage les compétences en matière d'agriculture entre ces gouvernements et le fédéral. En pratique, les gouvernements provinciaux et territoriaux exercent leurs

pouvoirs sur leur propre marché intraprovincial, tandis que le gouvernement fédéral fait de même pour les marchés interprovincial et international.

En dernier lieu, le CNPA entretient des relations interactives avec les secteurs agricole et agroalimentaire par l'intermédiaire des offices canadiens, des associations de l'industrie et des chefs de file de l'industrie. Les offices canadiens utilisent les pouvoirs que leur délègue le Parlement du Canada, et le CNPA assume une fonction de supervision pour confirmer que les offices canadiens s'acquittent du mandat pour lequel ils ont été créés. Ce mandat est de promouvoir le dynamisme, l'efficacité et la compétitivité en matière de production et de commercialisation dans le meilleur intérêt à la fois des producteurs et des consommateurs.

En pratique, le CNPA est l'organisme fédéral responsable de quatre offices de gestion de l'offre (oeufs, poulet, dindon et oeufs d'incubation de poulet à chair). En outre, le CNPA surveille les activités de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, ainsi que de tout autre éventuel office établi en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*.

Le CNPA et la gestion de l'offre

La gestion de l'offre a pour objet d'harmoniser la production canadienne et les importations d'un produit agricole à la demande pour ce produit. Elle vise à fournir un approvisionnement stable de volaille et d'oeufs à l'industrie agroalimentaire et aux consommateurs, ainsi qu'à aider les producteurs à gérer leur risque commercial en s'unissant pour négocier les quantités avec les acheteurs, comme les sociétés de transformation.

Les organismes disposant de pouvoirs de gestion de l'offre autorisés par le gouvernement (c.-à-d. les offices de commercialisation) existent au Canada depuis les années 30. Au début, le commerce interprovincial n'était guère développé, et les offices pouvaient fonctionner efficacement au sein de leur territoire provincial. Au fil des ans, les progrès réalisés en matière de transport et de communications ont facilité la croissance du commerce interprovincial. Au début des années 70, il est devenu manifeste que l'accroissement du commerce entre les provinces nécessitait un régime national de réglementation et, en 1971, les gouvernements provinciaux ont demandé au gouvernement du Canada de régler la question. En 1972, le Parlement a adopté la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* pour répondre à ce besoin.

Quatre offices canadiens gèrent l'offre de produits canadiens du poulet, du dindon, des oeufs et des oeufs d'incubation de poulet à chair. Ils mettent en oeuvre et administrent les plans de commercialisation, attribuent les contingents de production et paient leurs dépenses de fonctionnement au moyen de prélèvements ou droits imposés sur toute la production. Le CNPA approuve les règlements et ordonnances de ces offices, notamment en matière de contingentement et de prélèvement, en plus d'entendre les plaintes interjetées.

Ensemble, les quatre offices canadiens de commercialisation ont contribué à la croissance du secteur de la volaille et des oeufs. En 2001, par exemple, les consommateurs ont acheté de la viande de volaille et des oeufs pour une valeur estimative de 4,3 milliards \$. Le secteur a généré 13,4 % des recettes agricoles tirées des produits animaux. Outre les emplois créés par 4 800 producteurs, les industries de la volaille et des oeufs estiment qu'elles permettent à quelque 21 500 canadiens de travailler dans 131 usines de transformation de la viande, dans 352 postes de classement d'oeufs, dans 78 couvoirs de volaille et dans 34 couvoirs de sujets de reproduction. ■



Rencontre avec l'exécutif de l'OCOIPC

Offices canadiens de commercialisation - Revue de 2002

Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO)

En 2002, l'OCCO a poursuivi l'examen technique exigé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour son programme de salubrité alimentaire à la ferme, qui fonctionne depuis plus d'une décennie sous le nom Propreté d'abord, propreté toujours. L'Office s'attend à terminer l'examen en 2003. L'Office a aussi travaillé au renouvellement de son Accord fédéral-provincial, qui établit les aspects opérationnels entre les participants de l'industrie.

L'OCCO a dû relever tout un défi financier durant l'année, son programme de produits industriels ayant subi une perte de 11,5 millions \$, que l'Office attribue à un considérable accroissement des produits industriels et à de fortes hausses du coût des aliments pour animaux à cause de la sécheresse. L'OCCO a augmenté son prélèvement en août, ce qui a amené le CNPA à lui rappeler qu'il devait trouver des solutions autres que les hausses du prélèvement à l'avenir.

En outre, l'OCCO a appuyé le Conseil de recherches agroalimentaires du Canada dans la préparation de son nouveau *Code de pratiques recommandées pour la manipulation des volailles du couvoir à l'abattage*.

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

En 2002, l'OCCD a établi un plan visant à évaluer le bien-fondé d'attribuer les contingents de production en fonction de deux catégories de poids plutôt qu'une seule, afin d'améliorer sur le marché l'équilibre entre l'offre et la demande. L'OCCD examinera au cours d'une période de trois ans si le système à doubles contingents répond mieux à la demande du marché pour les oiseaux de poids léger et de poids lourd.

L'Office a remanié sa campagne de publicité « Les mardis dindon » afin de promouvoir des

metts à base de dindon polyvalents et à faible teneur en gras. La campagne, sous forme tant télévisée qu'imprimée, se déroulera en 2003 et 2004.

Producteurs de poulet du Canada (PPC)

En 2002, les PPC ont été le premier organisme canadien de produits agricoles à terminer l'examen technique du programme de salubrité alimentaire à la ferme. Appelé « Salubre, plus salubre, encore plus salubre », le programme des PPC répond aux exigences établies par l'ACIA. Les producteurs mettront en oeuvre le programme des PPC en 2003.

Les PPC et les transformateurs de volaille ont conclu une entente concernant une nouvelle méthode pour mettre en oeuvre les contingents tarifaires en réponse à une demande plus élevée de produits du poulet non inscrits sur la Liste des importations contrôlées. Les contingents tarifaires permettent aux fournisseurs étrangers d'accéder au marché canadien en vertu des traités commerciaux internationaux signés par le Canada. La nouvelle méthode a été mise en oeuvre en 2003.

Les PPC ont aussi continué à fournir leur appui financier aux projets de recherche. En 2002, cet office a versé 200 000 \$ au Centre de recherche avicole de Montréal. En outre, les PPC ont continué à appuyer des projets grâce à leur Fonds de recherche.

Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulets de chair (OCCOIPC)

En 2002, l'OCCOIPC a réalisé des progrès pour son programme de salubrité à la ferme et il s'attend à terminer l'examen technique requis par l'ACIA au début de 2003.

L'Office a aussi avancé vers le renouvellement de son Entente fédérale-provinciale-territoriale et s'attend à le mener à terme en 2003.

Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO)

L'OCCO, créé en 1972, gère l'offre d'oeufs au Canada. Chaque année, cet office établit le niveau national de production en fonction de la demande intérieure des marchés d'oeufs de consommation et de transformation. L'OCCO répartit ce contingent entre les offices de commercialisation provinciaux et territoriaux, qui répartissent ensuite leur propre contingent entre les 1 146 producteurs enregistrés.

Consultez le site de l'OCCO www.canadaegg.ca.



Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

L'OCCD, établi en 1974, estime annuellement la demande de dindon et répartit cette quantité entre les huit offices des provinces membres (toutes les provinces sauf Terre-Neuve et l'Île-du-Prince-Édouard). Les offices provinciaux de commercialisation répartissent ensuite leur contingent entre les 542 producteurs enregistrés.

Consultez le site de l'OCCO www.canadianturkey.ca



Producteurs de poulet du Canada (PPC)

Les PPC, créés en 1978 sous le nom d'Office canadien de commercialisation du poulet, établissent le niveau national de production à intervalles de huit semaines en fonction de la demande estimative communiquée par les offices provinciaux de commercialisation et par les transformateurs. Suite à cette décision, les PPC déterminent les contingents provinciaux, que les offices répartissent ensuite entre les 2 815 producteurs enregistrés.

Consultez le site des PPC www.chicken.ca.



Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulets de chair (OCCOIPC)

L'OCCOIPC, créé en 1986, estime la demande nationale d'oeufs d'incubation de poulet à chair et répartit son contingent de production entre les cinq provinces qui en sont membres (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et Colombie-Britannique). Au sein de chaque province, un office de commercialisation répartit le contingent provincial entre les producteurs enregistrés. En outre, l'OCCOIPC régleme le mouvement d'oeufs d'incubation et de poussins entre les provinces membres et les provinces non réglementées.

Consultez le site de l'OCCOIPC www.cbhema.ca.



Rôle du CNPA en promotion et en recherche

En plus de contribuer à la stabilisation de la production et du revenu des producteurs, les nombreux offices provinciaux et territoriaux remplissent un certain nombre d'autres fonctions. Certains offices font la promotion de produits, développent de nouveaux marchés et stimulent l'adoption de nouvelles méthodes de production et de gestion. En 1993, le Parlement a révisé la *Loi sur les offices des produits agricoles* afin de permettre la création d'offices canadiens voués à la promotion et à la recherche de produits agricoles au moyen de prélèvements sur la production intérieure et sur les importations.

Actuellement, il existe un seul office de ce genre, l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie. Le CNPA, à titre d'organisme responsable des offices canadiens de produits agricoles, a tenu des audiences publiques sur le bien-fondé de créer l'office proposé. Sur la base de la recommandation du CNPA, le gouvernement a établi l'Office des bovins en 2002.

L'Office des bovins pourrait devenir le précurseur d'autres offices canadiens de promotion et de recherche. Les groupes responsables de produits agricoles, qui sont intéressés, doivent préparer une proposition de création d'un office et confirmer que leur projet reçoit l'appui d'un nombre suffisant de producteurs. *La Loi sur les offices des produits agricoles* précise les fonctions du CNPA, notamment celui de tenir des audiences publiques. Le CNPA s'empressera d'approfondir ce concept avec tout organisme intéressé. ■



Revue de 2002



Rencontre avec l'exécutif des PPC

Conseil de recherche avicole du Canada

Dans le cadre de son mandat visant à promouvoir la commercialisation efficace, le CNPA a versé la somme de 50 000 \$ au CRAC afin qu'il puisse offrir le symposium national. Tenu en novembre, la session de deux jours a réuni des chercheurs spécialisés en volaille, qui provenaient du gouvernement, des universités et de sociétés privées, pour discuter des secteurs prioritaires de recherche.

Le CRAC a été établi en novembre 2001 par les quatre offices canadiens de gestion de l'offre dans le secteur de la volaille et des oeufs, ainsi que par le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV). Le CRAC a pour objet de fournir un appui financier et de favoriser l'expansion des activités d'éducation et de recherche en sciences de la volaille, ainsi que de diffuser dans toute l'industrie les connaissances acquises.

Rapport du Forum sur la sensibilisation à la mondialisation

Durant notre trentième année d'existence, nous avons publié un important rapport sur la situation de la sensibilisation à la mondialisation dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Publié en mai, le Rapport du Forum sur la sensibilisation à la mondialisation a amélioré la connaissance et la compréhension des marchés de la volaille et des oeufs au Canada au XXI^e siècle. Le rapport achève un important projet amorcé à Ottawa en 2001 sous forme d'une conférence de sensibilisation, qui a été suivie d'une série de séminaires régionaux prenant fin au début de 2002.

L'objectif du projet était d'engager les chefs de l'industrie dans un dialogue sur les tendances et les stratégies en matière de mondialisation. Grâce aux exposés et au dialogue avec les principaux penseurs d'aujourd'hui, les participants ont dégagé un certain nombre de risques et de possibilités pour les deux industries. Ils ont aussi discuté de la nécessité que les chefs de l'industrie relèvent le défi d'élaborer des stratégies qui permettront au Canada de s'épanouir dans le nouveau contexte mondial. Le rapport inclut un certain nombre de prescriptions et de recommandations exprimées par les participants.

Atelier sur le Moyen-Orient

Tenu à Toronto en février, l'Atelier sur le Moyen-Orient a de nouveau marqué le rôle du CNPA en animation d'utiles activités destinées aux chefs de file de l'industrie. Avec le soutien d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, le CNPA a convoqué les représentants des transformateurs, des surtransformateurs et des autres fabricants d'aliments à base de volaille à un atelier visant à les sensibiliser au marché croissant de la viande halal. Six acheteurs du Moyen-Orient sont venus informer les participants canadiens des ouvertures sur leur marché.

Les produits halal, préparés conformément à la loi islamique, constituent un attrayant créneau sur le marché du Moyen-Orient ainsi que dans d'autres régions, même en Amérique du Nord. Dans le monde, la population musulmane de 1,8 milliard croît plus rapidement que l'offre d'aliments halal, ce qui ouvre d'excellents débouchés aux exportateurs canadiens.

Office de bovins de boucherie

L'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, créé par proclamation du gouvernement tôt en 2002, a établi une base pour ses opérations qui aideront les producteurs des bovins de boucherie à développer leurs marchés et à augmenter leurs ventes. Il a établi son conseil d'administration et a préparé l'introduction d'un prélèvement pour financer ses opérations. L'Office a examiné des systèmes de prélèvement dans chaque province.

La nouvelle agence imposera des prélèvements sur les ventes intérieures et les importations pour financer la promotion des produits bovins et l'éducation des consommateurs au sujet de la qualité et profil alimentaire de ces produits. L'Office établira une source de fonds stables pour les activités de recherche primaire.

Consultations sur le Cadre stratégique pour l'agriculture

Grâce à ses étroites relations de travail avec les industries de la volaille et des oeufs, le CNPA a réussi à donner une bonne représentation aux intervenants lors des consultations sur le nouveau Cadre de stratégie pour l'agriculture. Élaboré conjointement avec les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, le Cadre a aussi contribué à renforcer les liens entre le CNPA et ses partenaires du portefeuille fédéral de l'agriculture. Le personnel du CNPA a travaillé en étroite collaboration avec les autres ministères fédéraux et avec les offices canadiens, ce qui améliore le service rendu au secteur agricole canadien et aux Canadiens.



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

L'Office des bovins a été créé en 2002 pour accroître les ventes de boeuf et pour trouver des méthodes de production du boeuf plus efficaces et plus rentables.

L'Office financera des programmes, qui bénéficieront à l'ensemble du secteur, au moyen d'un prélèvement national. Il prévoit imposer un prélèvement d'environ 1 \$ la tête sur la production intérieure et sur les importations de bovins, de boeuf et de produits du boeuf.

Les programmes seront réalisés par le Centre d'information sur le boeuf, la Canada Beef Export Federation et le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie au nom de tous les producteurs et importateurs.



Gouvernance

Le CNPA a adopté en 2002 des mesures visant à améliorer son fonctionnement, ce qui a pris la forme d'un examen de sa démarche de gestion publique. Le CNPA a tenu plusieurs discussions concernant son rôle, la façon dont il remplit ses fonctions et le rôle de ses membres à titre de promoteurs de l'intérêt public. Il a aussi examiné la participation des intervenants, particulièrement les opinions exprimées par les offices canadiens de commercialisation, par les associations de l'industrie et par les régies agroalimentaires provinciales. Les discussions touchant la gestion publique ont pris fin avec l'élaboration du manuel de gestion publique du CNPA.

Guide de données du CNPA

Pour mieux diffuser aux Canadiens la grande réussite qu'est la gestion de l'offre, le CNPA a élaboré et publié la toute première édition de son utile et commode guide *Industrie canadienne de la volaille et des oeufs*. Le guide montre la taille et la portée des industries et leur contribution à chaque région du pays. À partir de données compilées par Agriculture et Agroalimentaire Canada et Statistique Canada, il offre une mine de renseignements concernant la production et la consommation de produits de la volaille et des oeufs au Canada au cours de la dernière décennie. Le CNPA publie ce guide afin de réunir en un seul document une perspective essentielle concernant une politique qui bénéficie indéniablement aux Canadiens de toutes les régions du pays. ■



Rencontre avec l'exécutif de l'OCCO

Regard vers l'avenir

Sout au long de la deuxième moitié de 2002, le CNPA s'est appliqué à renouveler son plan stratégique. Il a tout d'abord regardé à l'an 2000, au cours duquel le plan existant a été préparé, afin de confirmer qu'il avait effectivement atteint ses objectifs. Il a aussi tenu compte des nombreux développements survenus depuis lors.

Analyse de la conjoncture

Un certain nombre de tendances sont devenues manifestes lorsque le CNPA a examiné l'environnement actuel. Les consommateurs canadiens ont clairement exprimé leurs préférences pour une large gamme de produits de la volaille et des oeufs ayant bon goût, nutritifs, commodes et de qualité élevée. Les Canadiens sont préoccupés par les problèmes de salubrité alimentaire qui se sont posés dans d'autres pays, mais ils sont rassurés quant à la salubrité et à la qualité élevée des produits canadiens. Entre temps, le secteur de l'épicerie a poursuivi sa marche vers la concentration de quantités toujours croissantes de produits dans des magasins de détail de plus en plus grands, ce qui soulève des craintes concernant l'équilibre entre d'un côté le pouvoir d'achat des producteurs et des transformateurs et de l'autre côté celui des distributeurs et des détaillants. L'ère de la « bio-économie » se rapproche de plus en plus, la science et l'innovation amorçant la transformation des structures du marché. En même temps, les préférences des consommateurs canadiens continuent à se multiplier.



À l'écoute des intervenants

Lors de leur réunion au Forum sur la sensibilisation à la mondialisation, les chefs de file des secteurs de la volaille et des oeufs ont dégagé la nécessité que leurs secteurs combinent leurs efforts dans le cadre d'une stratégie nationale. La forme que prendra cette stratégie sectorielle sera déterminée par le leadership manifesté au sein de ces secteurs. Lors du Forum et d'autres discussions, les intervenants ont encouragé le CNPA à poursuivre cette démarche de leadership axé sur la connaissance dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Cette démarche réserve au CNPA le rôle d'animateur national, dont les étroites relations avec les chefs de file de l'industrie permettent de promouvoir des communications et des interactions efficaces, continues et régulières entre tous les intervenants.

Les chefs de file de l'industrie ont aussi encouragé le CNPA à appuyer le développement de la promotion et de la recherche, par exemple en autorisant les offices existants à remplir de nouvelles fonctions ou en procédant à la création de nouveaux offices.

Plan stratégique du CNPA : 2003-2006

Les offices régis par la LOPA travaillent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants

Accords fédéraux-provinciaux-territoriaux renouvelés

Terminer les accords fédéraux-provinciaux-territoriaux de l'OCCO, de l'OCCD et de l'OCCOIPC

Cadre législatif et réglementaire mis à jour

Procéder à des consultations portant sur la *Loi sur les offices des produits agricoles*

Réviser la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*

Dynamisme, compétitivité, sensibilité aux besoins du marché et rentabilité accrues du secteur agricole/agroalimentaire canadien

Meilleures saisie et diffusion des données du marché par les participants

Élaborer une base de données pour le secteur volaille/œufs

Solide collaboration axée sur le consommateur parmi les participants et avec les gouvernements

Instaurer des rapports avec épiciers et services alimentaires

Faciliter les discussions avec les chefs du secteur volaille/œufs au sujet des tendances en épicerie et services alimentaires

Meilleure connaissance du marché parmi les participants du secteur volaille/œufs et avec les gouvernements

Appuyer le secteur dans l'élaboration d'une stratégie d'exportation

Faciliter les discussions au sujet de l'innovation parmi les chefs du secteur volaille/œufs

Sensibilisation accrue des autres groupes agricoles à la possibilité de créer des offices de promotion et de recherche

Encourager les autres groupes agricoles à considérer l'établissement d'offices de promotion et de recherche

Discuter de création de nouveaux types d'offices avec les intervenants

Meilleure compréhension de l'apport socio-économique du régime de gestion de l'offre dans le secteur volaille/œufs

Appuyer la réalisation d'une étude sur la gestion de l'offre au Canada

Efficacité et intégrité de la gestion améliorées et allant de pair avec les exigences de la fonction moderne de contrôleur

Efficacité et intégrité de la gestion améliorées par la mise en oeuvre de la fonction moderne de contrôleur

Créer un climat favorable à la fonction moderne de contrôleur

Évaluer la capacité

Améliorer le régime de responsabilisation interne et la communication

Élaborer un plan pour la relève

Capacité améliorée de travailler avec les offices, les groupes de producteurs et les autres intervenants du secteur agricole canadien

Améliorer la capacité analytique et normative interne

Meilleure compréhension du rôle de supervision du CNPA parmi les intervenants stratégiques

Améliorer les communications avec les intervenants et établir des relations avec les nouveaux intervenants stratégiques

LÉGENDE

Résultat stratégique

Résultat prévu

Activité

Buts stratégiques : 2003-2006

Au cours de l'élaboration de son plan stratégique, le CNPA a établi trois buts qui guideront ses activités au cours des trois prochaines années et il a préparé un programme pour guider ses réalisations. Voici ces trois buts stratégiques :

- faire en sorte que les offices canadiens de commercialisation et ceux de promotion et de recherche que régit et réglemente la Loi sur les offices des produits agricoles fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants;
- renforcer le dynamisme, la compétitivité, la sensibilité aux besoins du marché et la rentabilité du secteur agricole canadien et de l'industrie agroalimentaire;
- exercer une gestion efficace, transparente et responsable des fonctions du CNPA.

Les objectifs du CNPA appuient directement le mandat que prescrit la Loi. Le CNPA continuera à superviser les offices comme le prescrit la LOPA, à conseiller le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire, et à collaborer avec ses partenaires fédéraux, provinciaux et territoriaux au renforcement et à la promotion d'un secteur agricole efficace et compétitif. Par l'accomplissement de son mandat, le CNPA appuie aussi la mise en oeuvre du Cadre de politique agricole.

2003

En 2003, le CNPA accomplira un certain nombre d'activités à l'appui de ces objectifs.

Le CNPA collaborera avec l'industrie en vue d'établir une infrastructure fiable favorisant l'échange de renseignements entre l'industrie et le gouvernement. La qualité de l'information est un important facteur de succès et un avantage concurrentiel déterminant pour toute industrie au XXI^e siècle. Le CNPA et les industries de la volaille et des oeufs ont reconnu la présence d'une lacune dans leur capacité d'échanger efficacement de l'information

concernant la production, la consommation, les importations et les exportations. Le CNPA prévoit convoquer en 2003 des discussions avec les offices de commercialisation et avec les intervenants tout le long de la chaîne d'approvisionnement afin de mettre au point une base de données nationale commune et disponible à tous les participants de l'industrie. Le but est de saisir et de diffuser des données commerciales crédibles et ponctuelles, de sorte que les industries puissent satisfaire la gamme croissante de besoins des consommateurs. Cette initiative prioritaire a reçu un ferme appui des chefs de file de l'industrie consultés lors de la préparation du plan du CNPA.



Rencontre avec l'exécutif de l'OCCD

Le CNPA a aussi désigné l'année 2003 comme marquant la fin du renouvellement des accords fédéraux-provinciaux-territoriaux des offices des oeufs, du dindon et des oeufs d'incubation de poulet à chair. Bien que les PPC aient renouvelé leur accord, l'OCCO, l'OCCD et l'OCCOIPC fonctionnent encore dans le cadre d'accords préparés il y a plus d'une décennie. Les principes opérationnels des offices doivent manifestement être révisés et mis à jour, et d'ailleurs les ministres fédéraux et provinciaux ont déclaré que ces offices doivent réviser leur accord respectif. Étant le fondement du régime de gestion de l'offre, les accords doivent évoluer en harmonie avec le marché. Leur renouvellement constitue un objectif prioritaire pour le CNPA.

Le CNPA examinera la *Loi sur les offices des produits agricoles* et il entreprendra des discussions avec les offices canadiens et les autres intervenants pour déterminer si cette loi nécessite une mise à jour. Depuis son adoption par le Parlement en 1972, la Loi a été modifiée en profondeur une seule fois, en 1993, afin d'autoriser la création d'offices canadiens de promotion et recherche. La structure législative formant la base des offices canadiens de commercialisation et de leur relation avec le CNPA n'a pas été modifiée en trois décennies et pourrait donc nécessiter des changements pour qu'elle réponde à tous les besoins du marché d'aujourd'hui.



Le CNPA continuera aussi de renforcer ses relations avec ses homologues provinciaux et territoriaux par l'intermédiaire de l'ANRA. Le CNPA s'appliquera à promouvoir l'efficacité et la compétitivité dans la production et dans la commercialisation, tout en veillant à ce que les intérêts des producteurs canadiens et des consommateurs d'oeufs et de volaille demeurent un élément prédominant de leur croissance et de leur évolution.

Appui au Cadre stratégique pour l'agriculture (CSA)

Le travail du CNPA en 2003 fournira un soutien direct à la mise en oeuvre du CSA. Le régime de gestion de l'offre a pour objet de réduire le risque commercial. En terminant le renouvellement des accords fédéraux-provinciaux-territoriaux et en révisant la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le CNPA fera correspondre le régime de gestion de l'offre aux nouvelles réalités du marché d'aujourd'hui. Le CNPA veillera à fournir aux industries de la volaille et des oeufs le meilleur régime de réglementation qui soit, tout en préservant le meilleur intérêt de tous les intervenants, particulièrement ceux des consommateurs. De même, le CNPA renforcera la capacité de gestion du risque dans le secteur grâce à son travail avec l'ANRA. En bout de ligne, les industries bénéficieront d'une meilleure coordination de la réglementation entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, qui exercent des compétences partagées en matière d'agriculture.

Le développement d'une base de données statistique appuiera le but du CPA en matière de renouvellement et d'innovation. Une base commune de connaissances au sujet de la production, de la consommation et des développements et tendances du commerce international permettra à l'industrie et au gouvernement d'améliorer sa capacité de répondre aux besoins du marché.

La fonction moderne de contrôleur

À l'interne, le CNPA améliorera l'efficacité et l'intégrité de son administration. En sa qualité d'organisme public, le CNPA fera en sorte que ses activités internes répondent aux normes de reddition de compte et de communication que l'on attend de la part d'une fonction publique moderne. Le CNPA améliorera ses processus, ses compétences et ses systèmes conformément aux normes de la fonction moderne de contrôle. ■