

Résumé des objectifs, secteurs d'intervention privilégiés et principaux résultats 2015 - 2020

Vision

- ◆ Une industrie canadienne du bovin / boeuf dynamique et rentable

Mission

- ◆ Être le producteur de bovins de boucherie de haute qualité le plus fiable et compétitif à travers le monde, reconnu pour notre qualité supérieure, la salubrité de notre boeuf, nos valeurs, nos innovations et nos méthodes de production durable.

Piliers & Objectifs

Le Plan stratégique national du boeuf a été développé dans le but d'atteindre les objectifs ciblés de l'industrie qui sont alignés avec la vision et la mission de l'industrie sous quatre grands piliers. Les piliers identifient les principaux secteurs d'intervention où les intervenants de l'industrie vont travailler ensemble pour atteindre collectivement les résultats identifiés. Pour chacun des secteurs, des résultats précis ont été définis dans le but d'atteindre les objectifs établis par l'industrie. Les objectifs fixés sont des repères mesurables pour lesquels l'industrie sera tenue responsable.



Connectivité

Connectivité Bonifier les synergies au sein de l'industrie et communiquer positivement avec les consommateurs, le public, le gouvernement et les partenaires de l'industrie.



Productivité

Productivité Augmenter l'efficacité de production de **15%**



Compétitivité

Compétitivité Réduire le désavantage concurrentiel en matière de coût de **7%**

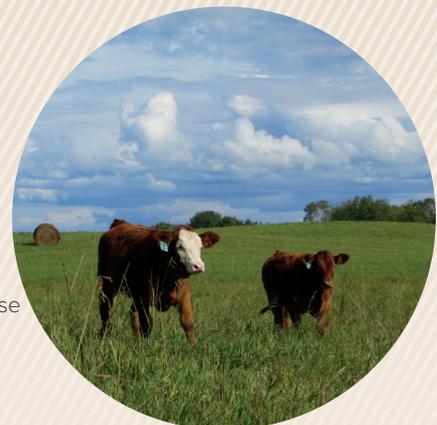


Demande De Boeuf

Demande de boeuf Augmentation de la valeur de carcasse de **15%**

Organisations Participantes

- ◆ Conseil Canadien des Races de Boeuf
- ◆ Boeuf Canadien
- ◆ Conseil de recherche sur les bovins de boucherie
- ◆ Association canadienne des éleveurs de bovins
- ◆ L'Association nationale des engraisseurs de bovins
- ◆ L'Association des éleveurs de bovins de la C.-B.
- ◆ Les éleveurs de bovins de l'Alberta
- ◆ L'Association des éleveurs de bovins de la Saskatchewan
- ◆ Les éleveurs de bovins du Manitoba
- ◆ Les producteurs de boeuf de l'Ontario
- ◆ Les éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick
- ◆ Les éleveurs de bovins de l'Île-du-Prince-Édouard
- ◆ Les éleveurs de bovins de la Nouvelle-Écosse
- ◆ Fédération des producteurs de bovins du Québec



I. DEMANDE DE BOEUF Augmenter la valeur de carcasse de 15%

Secteur A: Marketing national & mondial

1. Faire valoir l'Avantage du boeuf canadien (ABC) comme étant le programme de fidélisation envers le boeuf le plus reconnu dans le monde.
2. Offrir le bon produit au bon client à chaque fois

Secteur B: Accès aux marchés

1. Réduire les obstacles tarifaires et non tarifaires dans nos marchés d'exportation pour le boeuf, les bovins vivants et le matériel génétique des bovins de boucherie
2. Obtenir un accès égal ou préférentiel dans les marchés d'exportation clés pour le boeuf canadien, les bovins vivants et le matériel génétique des bovins de boucherie
3. Éliminer les dernières restrictions d'accès aux marchés instaurées lors de la crise de l'ESB

Secteur C: Valider & valoriser l'ABC

1. Valider les attributs de l'ABC pour identifier ceux qui risquent d'avoir le plus d'impacts sur la valeur de la carcasse et la demande de boeuf sur les marchés mondiaux
2. Valider l'ABC pour évaluer l'efficacité des efforts déployés pour améliorer les caractéristiques du produit
3. Développer un système national de gestion totale de la qualité afin de valoriser l'ABC
4. Développer des nouveaux outils améliorés pour faire connaître la contribution financière de la qualité et du rendement des bovins de boucherie canadiens
5. Renforcer davantage l'ABC par l'élaboration d'une stratégie de chaîne d'approvisionnement pour valoriser l'ABC
6. Recherche et développement pour améliorer la satisfaction des consommateurs avec le boeuf canadien et valider l'Avantage du boeuf canadien

Secteur D: Confiance du consommateur

1. Renforcer la confiance des consommateurs envers le boeuf canadien dans tous les marchés
2. Améliorer l'efficacité et la portée de la communication avec les consommateurs
3. Promouvoir les avantages du boeuf en matière de santé et de nutrition
4. Renseigner les consommateurs sur la salubrité des aliments pour démontrer l'efficacité de notre système de salubrité alimentaire basé sur la science.
5. Recherche et extension pour stimuler la réduction des incidences en matière de sécurité alimentaire et améliorer la salubrité des aliments le long de la chaîne d'approvisionnement

Secteur E: Acceptabilité sociale

1. Rehausser l'image publique de l'industrie canadienne du boeuf en mettant l'accent sur les avantages positifs de l'industrie et les améliorations en matière de durabilité de l'environnement, de santé et bien-être des animaux et des pratiques de salubrité alimentaire
2. Mieux informer les consommateurs sur les contributions directes et indirectes de l'industrie du boeuf à l'économie canadienne et à la société
3. Mieux informer les consommateurs sur la contribution de la production de boeuf à la durabilité
4. Mieux faire comprendre au public les pratiques d'élevage de l'industrie du boeuf et comment ils sont tenus de suivre le Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins de boucherie

II. COMPÉTITIVITÉ Réduire le désavantage concurrentiel en matière de coût de 7%

Secteur A: Fardeau réglementaire favorable

1. Défendre et préserver un système réglementaire scientifique axé sur les risques
2. Opter pour des alternatives flexibles basées sur le résultat plutôt que des règlements normatifs basés sur les tactiques
3. Poursuivre la coopération réglementaire avec les principaux partenaires commerciaux
4. Faire progresser la mise en œuvre des trois piliers de la traçabilité au sein d'un système national

Secteur B: Accès à des intrants à prix concurrentiels

1. Améliorer l'accès à une main-d'œuvre qualifiée à faible coût
2. Améliorer l'accès à des intrants à prix concurrentiels incluant des produits de santé animale, des céréales fourragères et du fourrage ainsi que des nouvelles technologies

Secteur C: Maintenir et renforcer la capacité de recherche

1. Mettre en place un programme de stages pour encadrer les nouveaux scientifiques avec des collaborateurs de l'industrie en partenariat avec le programme JDC
2. Augmenter la capacité de recherche et de programmation axée sur la qualité de la viande bovine, la salubrité des aliments et les attributs associés à l'ABC
3. Augmenter la capacité de recherche et de programmation axée sur l'élevage et la production de sources d'alimentation
4. Maintenir la capacité de recherche sur l'efficacité alimentaire pour stimuler des innovations visant à soutenir la production de veaux de naisance et les parcs d'engraissement
5. La sécurité alimentaire nationale, la résistance aux antimicrobiens et l'amélioration/développement de programmes de surveillance des maladies limitant la production

Secteur D: Durabilité

1. Soutenir les tables rondes mondiales et canadiennes pour le boeuf durable
2. Économie – accroître le retour sur investissement et la rentabilité à long terme de l'industrie du boeuf
3. Environnement – améliorer continuellement l'utilisation des ressources naturelles, valider les impacts de la production de boeuf et appuyer les chaînes d'approvisionnement vérifiables
4. Maintenir le permis social d'exploitation de l'industrie canadienne du boeuf en validant les pratiques de production et en identifiant des opportunités d'amélioration continue dans des domaines d'intérêt public

III. PRODUCTIVITÉ Augmenter l'efficacité de la production de 15%

Secteur A: Sélection génétique

1. Améliorer la performance des bovins pour les caractères d'intérêt désirés; réorienter la recherche dans les outils/technologies pour le domaine des stocks de départ
2. Améliorer la sélection génétique pour les caractères non traditionnels
3. Encourager l'adoption d'une génétique supérieure dans les troupeaux commerciaux

Secteur B: Recherche & développement

1. Amélioration de la productivité fourragère et de pâturages
2. Amélioration de la productivité des céréales fourragères et de l'efficacité alimentaire
3. Amélioration de la santé et du bien-être animal

Secteur C: Développement & adoption de la technologie

1. Engager des organisations universitaires et de recherche pour développer de nouvelles technologies qui profiteront à l'industrie des bovins de boucherie
2. Industrie continuellement à l'affût d'activités de transfert de recherche et de technologie nationales et internationales
3. Accroître la proportion des producteurs adoptant une nouvelle technologie avec une réduction du délai entre le développement et l'adoption

Secteur D: Améliorer le flux de l'information

1. Communiquer les demandes du marché le long de la chaîne de production, en utilisant la technologie de l'information et des programmes de vérification
2. Faciliter l'amélioration génétique grâce aux liens vers les informations sur la génétique, la génomique et la marque du boeuf
3. Utiliser le BIXS 2.0 comme banque de données commune de l'industrie; un minimum de 2 millions de veaux par an dans la base de données
4. Développer des mécanismes de rapports réguliers, améliorer la collaboration et les services fournis
5. Technologies de recherche pour améliorer la capacité à trier, selon la qualité, le bétail, les carcasses et les produits à vitesse de ligne dans les usines de transformation

IV. CONNECTIVITÉ Bonifier les synergies au sein de l'industrie et communiquer positivement avec les consommateurs, le public, le gouvernement et les partenaires de l'industrie.

Secteur A: Communication au sein de l'industrie

1. Transmission de communications concises, efficaces et opportunes
2. Développer une Stratégie de gestion de la réputation
3. Accroître la capacité de l'industrie à parler d'une seule voix
4. Augmenter le nombre de futurs dirigeants capables de défendre et parler en faveur de l'industrie canadienne du boeuf. Transmission de communications concises, efficaces et opportunes

Secteur B: Impliquer les partenaires de l'industrie

1. Implication continue avec le Groupe de planification stratégique nationale pour le boeuf
2. Création d'un événement national annuel de l'industrie incluant plusieurs organisations de l'industrie.
3. Développer l'engagement inter-organisationnel
4. Encourager une plus grande implication des parties intéressées dans les programmes

Secteur C: Impliquer les partenaires gouvernementaux, mondiaux et de l'industrie

1. Inciter le gouvernement et les organismes de réglementation à construire et entretenir des relations à long terme
2. Participer aux discussions et aux forums des consommateurs pour obtenir de la rétroaction et fournir des renseignements sur l'industrie canadienne du boeuf
3. Investir dans le développement des relations à long terme avec des organisations nationales & internationales, encourageant la collaboration dans des domaines d'intérêt mutuel