

STRATÉGIE NATIONALE SUR LE BŒUF // 2020-2024

DU CANADA

RÉSUMÉ DES OBJECTIFS, DES DOMAINES D'INTÉRÊT ET DES PRINCIPAUX

LA STRATÉGIE NATIONALE SUR LE BŒUF 2020-24 VISE À TIRER PARTI DES OPPORTUNITÉS QUI S'OFFRENT À L'INDUSTRIE TOUT EN RELEVANT LES DÉFIS.

Il s'agit de déterminer la meilleure façon de positionner notre industrie pour qu'elle puisse concurrencer une plus grande part du marché mondial et devenir le produit de bœuf de qualité supérieure de choix dans le monde. La vision, la mission et les piliers de l'industrie demeurent inchangés, ce qui assure la cohérence avec la Stratégie nationale sur le bœuf de 2015-2019. Les secteurs d'intérêt et les tactiques ont été mis à jour pour refléter le contexte actuel du marché et de la réglementation auxquels les producteurs sont confrontés.

La Stratégie nationale sur le bœuf a été élaborée dans le but d'atteindre des objectifs précis qui s'harmonisent avec la vision et la mission de l'industrie selon quatre piliers. Les piliers déterminent les secteurs d'intérêt où les intervenants de l'industrie travailleront ensemble pour atteindre collectivement les résultats déterminés. Dans chaque secteur d'intérêt, on a défini des résultats précis qui visent à atteindre les objectifs établis par l'industrie.

VISION

Une industrie bovine canadienne DYNAMIQUE ET RENTABLE

MISSION

Être le producteur de bovins de boucherie le plus FIABLE et le plus COMPÉTITIF au monde, reconnu pour sa qualité supérieure, sa salubrité, sa valeur, son innovation et ses méthodes de production durables.

PILIERS ET OBJECTIFS



DEMANDE DE BŒUF

Appuyer la coupe complète supérieure à 270 \$/q.

INDICATEURS

Soutenir la demande de bœuf au détail supérieure à 115 (Indice 2000=100)

Soutenir la demande de bœuf en gros supérieure à 105 (Indice 2000=100)

Soutenir la demande internationale de bœuf supérieure à 100 (Indice 2000=100)



COMPÉTITIVITÉ

Encourager un environnement concurrentiel en matière de réglementation, de politique et de marché

INDICATEURS

Réduire de 50 % la pénurie de main-d'œuvre

Réduire de 2 % les désavantages sur le plan des coûts par rapport aux principaux concurrents



PRODUCTIVITÉ

Améliorer l'efficacité de la production tout au long de la chaîne d'approvisionnement

INDICATEURS

Réduire les taux d'ouverture moyens de deux points de pourcentage dans chaque région

Réduire à 5 % la mortalité moyenne des veaux dans chaque région

Améliorer l'efficacité alimentaire de 5 %

Améliorer le rendement national moyen du foin de 2 à 10 %



CONNECTIVITÉ

Améliorer les synergies de l'industrie et établir des liens positifs avec le gouvernement et les industries partenaires

CONSEILLERS CANADIENS DU BŒUF

Les Conseillers canadiens du boeuf sont composés du président actuel du C.A. ou du président et de cadres supérieurs de chacun des sept organismes nationaux responsables des politiques, du marketing, de la recherche et de la durabilité du secteur du boeuf. Il s'agit d'un groupe diversifié de représentants expérimentés de l'industrie qui dirigent la mise en œuvre de la Stratégie nationale sur le boeuf au nom des producteurs. Ils sont chargés d'établir les priorités et d'atteindre les objectifs énoncés dans la stratégie.



PARTENAIRES PROVINCIAUX



DEMANDE DE BOEUF

MARKETING LOCAL ET MONDIAL

1. Établir l'Avantage du boeuf canadien comme étant le programme de boeuf de première qualité le plus reconnu et le plus fidélisé au monde
2. Apportez le bon produit au bon client chaque fois

ACCÈS AU MARCHÉ

1. Réduire les obstacles non tarifaires et tarifaires sur nos marchés d'exportation pour le boeuf, les bovins vivants et la génétique des bovins de boucherie
2. Accroître notre capacité d'utiliser l'accès préférentiel dans les principaux marchés d'exportation pour le boeuf canadien, les bovins sur vivants et le matériel génétique des bovins de boucherie
3. Éliminer les restrictions à l'accès aux marchés

L'AVANTAGE DU BOEUF CANADIEN

1. Surveiller l'avantage du boeuf canadien pour évaluer l'efficacité des efforts visant à améliorer les attributs du produit ayant le plus d'impact sur la valeur des carcasses et la demande de boeuf
2. Élaborer un système national de gestion de la qualité totale pour améliorer la prise de décisions à l'appui de la satisfaction des clients à l'égard du boeuf canadien et de la rentabilité du secteur
3. Recherche et développement pour améliorer la satisfaction des consommateurs à l'égard du boeuf canadien

CONFIANCE DU CONSOMMATEUR

1. Accroître la confiance des consommateurs envers le boeuf canadien dans tous les marchés en mettant l'accent sur l'habilitation des défenseurs de l'industrie, le leadership dans la gestion des enjeux et les partenariats avec les influenceurs
2. Améliorer l'efficacité et la portée de la communication avec les consommateurs
3. Promouvoir les bienfaits du boeuf pour la santé et la nutrition aux consommateurs
4. Appuyer les initiatives d'éducation sur la sécurité alimentaire des consommateurs qui démontrent l'efficacité du système canadien de sécurité alimentaire fondé sur la science
5. Recherche et vulgarisation pour réduire les incidences sur la salubrité alimentaire et améliorer la salubrité alimentaire le long de la chaîne d'approvisionnement du boeuf

CONFIANCE DU PUBLIC

1. Rehausser l'image publique de l'industrie canadienne du boeuf en soulignant les nombreux avantages positifs que notre industrie apporte, ainsi que l'amélioration continue de la durabilité environnementale, de la santé et du bien-être des animaux et des pratiques de salubrité alimentaire
2. Accroître la reconnaissance publique des contributions directes et indirectes de l'industrie du boeuf à l'économie et à la société canadiennes
3. Maintenir l'acceptabilité sociale de l'industrie canadienne du boeuf en communiquant les pratiques de production et en déterminant les opportunités d'amélioration continue dans les domaines qui préoccupent le public
4. Mettre en œuvre la stratégie de mobilisation des intervenants

DURABILITÉ

1. Appuyer les activités des tables rondes mondiales et canadiennes sur le boeuf durable
2. Promouvoir la durabilité de l'industrie canadienne du boeuf
3. Mettre en œuvre et accroître l'adoption du Cadre pour le boeuf durable certifié
4. Information scientifique pour éclairer l'élaboration de communications publiques et de politiques efficaces concernant les biens et services environnementaux fournis par l'industrie du boeuf

COMPÉTITIVITÉ

PARTICIPATION ET RELÈVE DES JEUNES

1. Soutenir la relève entre les générations et attirer de nouveaux talents dans l'industrie du boeuf
2. Accroître la participation des jeunes dans l'industrie du boeuf
3. Encourager une plus grande participation des intervenants au Conseil des jeunes éleveurs, au Cattlemen's Young Leaders et à d'autres programmes, y compris la participation directe, le mentorat ou le réseautage avec les participants

CADRE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE

1. Améliorer le rendement du capital investi et la rentabilité à long terme de l'industrie du boeuf
2. Préconiser et maintenir un système de réglementation scientifique fondé sur le risque

3. Chercher des solutions de rechange souples fondées sur les résultats aux règlements fondés sur des tactiques normatives
4. Poursuivre la coopération en matière de réglementation avec les principaux partenaires commerciaux
5. Veiller à ce que les systèmes de traçabilité soient fondés sur des avantages réels et des coûts répartis équitablement; grâce à des systèmes nationaux d'identification des bovins dirigés par l'industrie qui mettent l'accent sur l'identification des animaux, l'identification des installations et le mouvement des animaux

UN MARCHÉ RÉCEPTIF

1. Élaborer une stratégie nationale de gestion des urgences en cas de perturbation majeure du commerce (p. ex., fièvre aphteuse)
2. Éliminer les obstacles internes à un marché concurrentiel
3. Produire de l'information scientifique pour éclairer les approbations réglementaires
4. Aborder et influencer de façon proactive les normes nationales et mondiales de production alimentaire, les codes de pratiques et les règlements éventuels

ACCÈS À DES INTRANTS À DES PRIX CONCURRENTIELS

1. Améliorer l'accès à une main-d'œuvre qualifiée abordable; plus particulièrement améliorer les délais de traitement
2. Améliorer l'accès à des intrants à prix concurrentiel, y compris les produits de santé animale, les céréales fourragères et les fourrages, les nouvelles technologies et d'autres intrants

PRODUCTIVITÉ

SÉLECTION GÉNÉTIQUE

1. Le Réseau canadien d'innovation dans le secteur du bœuf fournira aux producteurs des outils de sélection scientifique de calibre mondial qui leur permettront de prendre des décisions éclairées en matière de gestion du troupeau.
2. Accroître les connaissances des producteurs et l'adoption d'outils de sélection génétique

FLUX D'INFORMATION

1. Les principes directeurs pour les investissements de l'industrie et les partenariats en technologie numérique sont décrits

CAPACITÉ DE RECHERCHE

1. Appuyer le maintien et le renouvellement de la capacité de recherche clé à l'appui de l'industrie canadienne du bœuf
2. Amélioration ou élaboration de programmes nationaux de surveillance de la salubrité alimentaire, de la résistance aux antimicrobiens et de la production limitant les maladies, avec capacité de recherche et expertise en place
3. Veiller à ce que les installations de recherche dans chaque région soient maintenues et dotées en personnel pour appuyer les activités qui portent sur les pratiques de production locales (Responsabilité des associations provinciales)

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

1. 15 % d'amélioration des rendements et de la qualité nutritionnelle des espèces cultivées, indigènes et annuelles grâce à des efforts régionaux appropriés pour améliorer la gestion des pâturages, des fourrages et des pâturages, la santé des sols et la sélection des plantes

2. Amélioration de l'efficacité alimentaire grâce à des méthodes d'élevage du bétail qui tiennent compte des caractéristiques de production pertinentes sur le plan économique pour différents secteurs de la chaîne de valeur du bœuf et les équilibrent
3. Amélioration de l'approvisionnement et de l'utilisation des aliments pour animaux grâce au développement de variétés de céréales fourragères améliorées et de stratégies agronomiques et alimentaires qui optimisent l'alimentation animale de manière rentable, le rendement et le coût du gain tout en tenant compte des répercussions sur le rendement des animaux, leur santé, la qualité du bœuf et la gestion des éléments nutritifs
4. Quantifier les avantages économiques et agronomiques des systèmes intégrés de production annuelle de cultures, de fourrage et de bœuf et déterminer des stratégies pour optimiser et améliorer les systèmes intégrés de production
5. Amélioration de la surveillance de l'incidence et de l'impact économique des maladies limitant la production et la nutrition, de la gestion de la santé, de la biosécurité et des pratiques de bien-être chez les exploitations vache-veau et d'élevage-naisseur et les parcs d'engraissement
6. Amélioration de la prévention des maladies animales et des questions de bien-être grâce à l'identification, au développement et à la promotion de stratégies rentables de vaccination, de traitement et de gestion qui peuvent être largement adoptées pour améliorer la santé et le bien-être, les résultats en matière de reproduction et de rendement dans l'ensemble du système de production du bœuf
7. La prise de décisions et la communication fondées sur des données probantes sur la résistance aux antimicrobiens au moyen d'essais cliniques pour confirmer les meilleures options de traitement antimicrobien afin de réduire au minimum la résistance aux antimicrobiens tout au long du cycle de production du bétail et le développement d'une technologie de diagnostic rapide, précise et rentable pour détecter la résistance aux antimicrobiens dans les environnements de production.
8. Élaborer une boîte à outils plus vaste pour la gestion des maladies grâce à une évaluation des risques fondée sur des données probantes de l'efficacité des pratiques de production alternatives et des produits non antimicrobiens pour prévenir et contrôler les maladies

ADOPTION DE TECHNOLOGIE

1. Mobiliser les organismes universitaires et de recherche pour encourager le développement de nouvelles technologies qui profiteront à l'industrie bovine
2. Faire progresser l'élaboration et la mise en œuvre du Réseau canadien de transfert de technologies du bœuf afin d'encourager l'adoption plus rapide de technologies et de pratiques de production pertinentes
3. Augmenter la proportion de producteurs adoptant de nouvelles technologies avec un décalage réduit entre le développement et l'adoption

COMMUNICATION DE L'INDUSTRIE

1. Communication de l'industrie concise et efficace en temps opportun
2. Améliorer la capacité de l'industrie de communiquer des messages cohérents

MOBILISER LES PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE

1. Les conseillers canadiens en boeuf superviseront la mise en œuvre de la Stratégie nationale pour l'industrie du boeuf et de l'élevage bovin et l'élaboration de rapports
2. Maintenir et améliorer la Conférence de l'industrie canadienne du boeuf en tant qu'événement annuel avec de multiples organisations de l'industrie qui tiennent des réunions et rassemblent l'industrie
3. Élargir les possibilités d'apprentissage entre les organisations et la participation des intervenants grâce à l'expansion des programmes actuels comme les assemblées d'information, les webinaires, les déjeuners-conférences, BEF Advocacy Canada et d'autres possibilités
4. Établir des partenariats stratégiques avec des organismes non liés au boeuf pour appuyer et promouvoir la production et la consommation de boeuf

MOBILISER LE GOUVERNEMENT ET LES PARTENAIRES MONDIAUX

1. Mobiliser le gouvernement et les organismes de réglementation pour établir et maintenir des relations à long terme
2. Participer aux discussions et aux forums des consommateurs pour obtenir des commentaires et fournir de l'information sur l'industrie canadienne du boeuf
3. Investir dans l'établissement de relations à long terme avec un large éventail d'intervenants, y compris les priorités d'intérêt mutuel (c.-à-dire accords commerciaux, santé et soins des animaux, politiques et programmes gouvernementaux, recherche et marketing) et discussion ouverte lorsque des différences surviennent.