



Conseil national des
produits agricoles

National Farm Products
Council



Conseil national des produits agricoles

Plan stratégique 2009 – 2012

*« Se réinventer par
la coopération et le
leadership - notre
engagement »*

Mars 2009

Canada

Édifice Canada
10e étage,
344, rue Slater
Ottawa ON K1R 7Y3
Tél. : (613) 995-6752
Télésc. : (613) 943-3707
Télec. : (613) 995-2097
Site web : www.nfpc-cnpa.gc.ca
Courriel : NationalFarm.NFPCWEB@agr.gc.ca

Table des matières

Message du président	1
1. Introduction	2
2. Mandat du CNPA	2
3. Historique du système de gestion de l'offre et du CNPA	3
4. Mission, vision et valeurs du CNPA	3
Mission	3
Vision	3
Valeurs	3
Communication	3
Intégrité	3
Innovation	4
Professionnalisme	4
5. Contexte stratégique	4
Tendances sur la scène internationale	4
Changements démographiques	4
Prix des denrées alimentaires	4
Commerce et négociations internationales	4
Tendances sur la scène nationale	4
Changements démographiques	4
Préférences, valeurs et perception des consommateurs	5
Structure des industries assujetties à la gestion de l'offre	5
Gouvernance et reddition de compte	5
6. Priorités stratégiques du CNPA	6
1) La gouvernance au sein du CNPA et processus décisionnel	6
Améliorer la gouvernance et le processus décisionnel au sein du CNPA	6
2) Base de connaissances et expertise du CNPA	7
Améliorer la base de connaissances et l'expertise du CNPA	7
3) Interactions avec les intervenants	7
Améliorer les interactions avec les intervenants et les gouvernements provinciaux	7
4) Résolution des différends	7
Améliorer les mécanismes et l'efficacité du règlement des différends	8
5) Offices de promotion et de recherche	8
Rédiger et diffuser de l'information sur les offices de promotion et de recherche	8
6) Communications	8
Améliorer les communications	8

Message du président



J'ai l'honneur de vous présenter le Plan stratégique 2009-2012 du Conseil national des produits agricoles (CNPA). Ce document se veut la fondation de nos activités de planification, d'évaluation et de reddition de compte. Il définit nos objectifs stratégiques, les résultats escomptés et le cadre pour établir les mesures que nous comptons entreprendre au cours des trois prochaines années.

Lors de l'élaboration du plan, le CNPA a pris en considération les pressions importantes auxquelles le secteur de la gestion de l'offre, l'office de recherche et de promotion et les industries agricoles et agroalimentaires doivent faire face ici, tout en tenant compte de ce qui se passe sur la scène internationale, particulièrement la crise économique mondiale, les changements démographiques et les négociations commerciales multilatérales.

Tout au long du processus, les offices, les intervenants de l'industrie et les régies provinciales ont collaboré avec le Conseil à l'élaboration du plan.

Au cours des trois prochaines années, le Conseil s'efforcera d'atteindre six objectifs stratégiques qui sont définis en termes généraux dans les pages subséquentes. En outre, vous trouverez la description des activités ou des opérations particulières qui permettront au Conseil d'atteindre les résultats désirés.

La gestion de l'offre ainsi que la promotion des marchés et la recherche sont des outils précieux pour réduire l'instabilité des marchés

et accroître la vitalité et la rentabilité des exploitations agricoles et des entreprises agroalimentaires du Canada. Cependant, de par leur nature, ces outils, qui sont entre les mains des acteurs de l'industrie, doivent être gérés avec soin afin qu'ils fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs.

En ayant cette perspective en tête et dans le contexte des défis actuels, le CNPA jouera un rôle davantage proactif afin de mieux aider et appuyer les offices nationaux en améliorant son processus de gouvernance et de prise de décision. Il veillera aussi à renforcer sa base de connaissances et son expertise, à consolider ses liens avec les intervenants, à améliorer le processus de règlement des différends, à rassembler et diffuser des données sur les offices de promotion et de recherche et à améliorer ses communications.

Le CNPA continuera également d'adopter une perspective tournée vers l'avenir dans ses discussions avec les offices, les associations et les chefs de file du secteur agroalimentaire lorsqu'un problème ou une tendance les touche.

Au cours des trois prochaines années, le développement d'une vision commune et la mise en place d'une approche de travail davantage collaborative continueront de jouer un rôle crucial dans le changement et l'amélioration de nos façons de faire.

Ce plan contient un engagement de la part du CNPA à améliorer les communications, la collaboration, la coopération ainsi que la coordination dans le but de continuer à renforcer une industrie agroalimentaire fructueuse. Je suis heureux de pouvoir compter sur votre collaboration assidue dans l'avenir.

Le président,

A handwritten signature in blue ink that reads "Bill Smirle". The signature is fluid and cursive.

Bill Smirle

1. Introduction

Le présent document établit les orientations stratégiques et les priorités du Conseil national des produits agricoles (CNPA) pour la période 2009-2012. Il jette les bases de la planification et de l'évaluation des activités annuelles du Conseil ainsi que de la reddition de compte.

Le plan a été élaboré à partir des résultats obtenus à la suite de la séance de planification stratégique tenue en octobre 2008. Il tient également compte des résultats d'un sondage effectué au cours de l'automne dernier pour établir comment le CNPA pourrait mieux assister les industries agroalimentaires à s'ajuster et prospérer dans les années à venir. Le sondage a porté sur le rendement du CNPA, ses priorités stratégiques, les tendances et problèmes futurs, et les orientations et priorités stratégiques que le CNPA devrait privilégier au cours des prochaines années.¹

Le plan examine le mandat, la mission, la vision et les valeurs du CNPA ainsi que le contexte actuel dans lequel le Conseil opère. En outre, le plan présente six priorités stratégiques et objectifs du CNPA ainsi que des stratégies visant à atteindre ces objectifs de même que les résultats attendus.

2. Mandat du CNPA

Établi en 1972 avec l'adoption de la *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA), le CNPA est un organisme quasi-judiciaire qui relève du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

La LOPA prévoit la création d'offices nationaux de commercialisation, de promotion et de recherche. À l'heure actuelle, il existe quatre offices nationaux de commercialisation et un office de promotion et de recherche :

Les Producteurs d'oeufs du Canada
L'Office canadien de commercialisation du dindon
Les Producteurs de poulet du Canada
Les Producteurs d'oeufs d'incubation du Canada
L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

Le CNPA supervise les activités de ces offices afin de s'assurer qu'ils exécutent leurs opérations conformément aux articles 21 et 41 de la LOPA. De plus, il collabore avec les offices nationaux dans le but de promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur les marchés interprovinciaux et les marchés d'exportation et, dans le cas des offices de promotion et de recherche, il vise à promouvoir la commercialisation sur les marchés et à encourager les activités de recherche et de promotion touchant les produits agricoles.

Bien que le rôle central du CNPA soit de superviser les offices nationaux de commercialisation, de promotion et de recherche, il est également chargé d'enquêter sur les plaintes portant sur les décisions prises par les offices et de prendre des mesures dans la limite des pouvoirs qui lui sont conférés par la Loi.

Le CNPA est un membre actif du portefeuille d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il prodigue des conseils au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur tous les sujets liés à la mise sur pied et au fonctionnement d'offices nationaux afin de maintenir et de promouvoir un secteur agricole efficace et compétitif.

De plus, le CNPA consulte régulièrement les gouvernements de toutes les provinces ayant un intérêt dans l'établissement ou l'exercice des pouvoirs des offices nationaux en vertu de la LOPA.

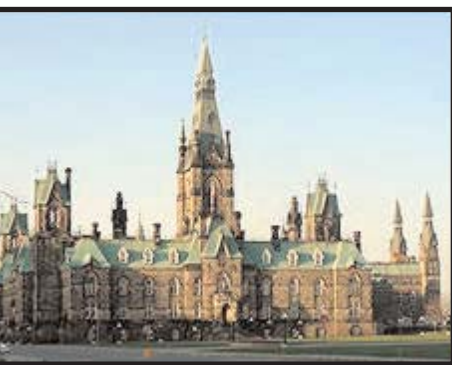
Enfin, le CNPA administre la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA) pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Le CNPA est dirigé par un président et son Conseil peut compter jusqu'à neuf membres nommés par le gouverneur en conseil, incluant le président. Au moins la moitié des membres doivent être des producteurs primaires au moment de leur nomination. Les activités du CNPA sont appuyées par environ 20 ETP (équivalents à temps plein).

¹ Pour une version électronique du sondage, veuillez consulter notre site web ou pour une copie papier contacter le CNPA.



3. Historique du système de gestion de l'offre et du CNPA



Au cours des années 50 et 60, les industries canadiennes de la volaille et des oeufs étaient affectées par une grande instabilité des marchés, des prix et du revenu agricole. Malgré des plans de commercialisation provinciaux, ces industries faisaient toujours face à de l'instabilité engendrée par des importations imprévisibles et des conflits entre les provinces portant sur leur part de marché respectives.

Au début des années 70, le système de gestion de l'offre pour la volaille et les oeufs a été mis en place suite à l'action concertée des gouvernements fédéral et provinciaux.

Établi grâce à la collaboration des intervenants de l'industrie, le système de gestion de l'offre vise à garantir aux producteurs des revenus adéquats et à faire en sorte que les consommateurs canadiens aient accès à un volume suffisant de produits réglementés. Le système repose sur trois « piliers » :

- * Le contingentement de la production intérieure
- * Le contrôle des importations
- * L'établissement des prix

Le système est géré par les offices de commercialisation nationaux qui déterminent le volume de production nationale, lequel est ensuite attribué aux offices de commercialisation provinciaux. Ces derniers répartissent ensuite les contingents établis entre les différents producteurs dans le but de contrôler la production et de maintenir un prix de production stable au sein de leur territoire respectif.

Les offices de commercialisation nationaux mettent aussi en oeuvre des plans de commercialisation, attribuent des contingents et pour payer leurs activités génèrent des revenus par le truchement de leur systèmes de prélèvement de redevances. Ils participent aussi à d'autres activités qui soutiennent leurs industries respectives.

Le CNPA a été établi pour superviser les activités de ces offices, qui ne sont pas assujettis à la *Loi sur la concurrence*.

En 1993, la LOPA a été modifiée pour permettre la création d'offices nationaux de promotion et de recherche, dont les travaux visent à promouvoir l'expansion des marchés et à accroître les ventes par de la publicité générique et des programmes de promotion et de recherche. En outre, ces offices fournissent aux membres de l'industrie des connaissances accrues sur les préférences des consommateurs. Ces offices sont financés par le truchement de prélèvement auprès des producteurs, et la Loi les autorise également à prélever des redevances sur les produits importés.

4. Mission, vision et valeurs du CNPA

Mission

Le CNPA a pour mission de superviser les offices nationaux de gestion de l'offre qui oeuvrent dans le secteur de la volaille et des oeufs ainsi que les offices nationaux de promotion et de recherche afin de veiller à ce que le système fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs.

Vision

Notre vision est d'agir comme chef de file national en offrant une expertise et en stimulant la pensée innovatrice et des solutions nouvelles.

Valeurs

Communication

Le CNPA s'efforce d'encourager les échanges constructifs et opportuns entre les différents intervenants de l'industrie afin de promouvoir un système de gestion de l'offre fondé sur la coopération et fidèle à l'esprit sur lequel s'est appuyée sa création.

Intégrité

Le CNPA s'efforce de mener ses opérations avec honnêteté, transparence et impartialité en ayant à coeur de répondre aux besoins des Canadiens.

Innovation

Le CNPA s'efforce de promouvoir la créativité, en tablant sur l'innovation pour s'ajuster aux besoins sans cesse en évolution et en agissant comme force motrice pour améliorer constamment l'efficacité et l'efficience tant de ses activités que de tout le système de gestion de l'offre.

Professionalisme

Le CNPA s'efforce de mener ses opérations avec équité, courtoisie et respect à l'égard tant des intervenants de l'industrie que du public. Le CNPA s'emploie à toujours encourager une culture interne basée sur la compétence, l'objectivité et l'excellence et ceci dans les deux langues officielles

5. Contexte stratégique

Le secteur canadien de l'agroalimentaire oeuvre dans un contexte en constante évolution, influencé par les tendances internationales et nationales qui ont des répercussions sur les activités des offices nationaux de commercialisation ainsi que de promotion et de recherche. Les sections suivantes, brossent un tableau de ces tendances.

Tendances sur la scène internationale

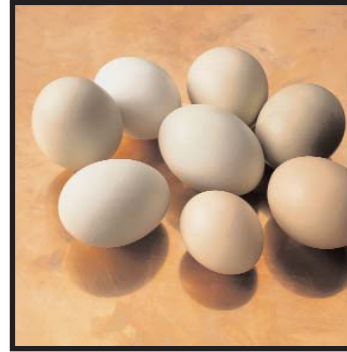
Changements démographiques

Partout dans le monde, la croissance démographique et économique se déplace vers d'autres régions. Au cours des prochaines années, la Chine et l'Inde, de même que les populations et l'économie d'autres pays asiatiques, continueront de connaître une croissance plus rapide qu'au Canada et aux États-Unis. Outre un poids démographique croissant, ces populations acquièrent une classe moyenne plus nombreuse qui contribue elle aussi à augmenter la consommation de protéines animales.

Alors qu'en général le secteur canadien de l'agroalimentaire dépend grandement de l'exportation, ces nouveaux marchés pourraient représenter de nouveaux débouchés, en particulier dans le domaine des produits transformés. Cependant, il pourrait s'avérer difficile de tirer profit de ces nouveaux marchés alors que d'autres pays développent leur propre capacité de production et que les barrières commerciales tombent.

Prix des denrées alimentaires

L'augmentation des coûts de production et du prix des aliments est attribuable à plusieurs facteurs. En particulier, le prix des céréales et du pétrole a eu des répercussions sur les industries canadiennes de la volaille, du boeuf et des oeufs. Malgré les récentes baisses, on s'attend à ce que les prix demeurent élevés et exacerbent à long terme les coûts de production dans le secteur agroalimentaire. La nécessité de s'adapter à de tels changements au chapitre des structures de coûts vient renforcer l'importance de la recherche, de l'innovation et de la productivité si les industries canadiennes du boeuf, de la volaille et des oeufs veulent demeurer compétitives.



Commerce et négociations internationales

Alors que la mondialisation fait augmenter les échanges commerciaux entre les pays, il en est de même de l'interdépendance. Les récentes pré-occupations économiques, tant aux États-Unis que dans d'autres pays, ont également eu des répercussions importantes sur l'économie canadienne.

L'augmentation des importations de produits de volaille et d'oeufs ainsi que l'éventuel élargissement de l'accès aux marchés pour les producteurs étrangers continue d'exercer des pressions et de mettre à l'épreuve les industries canadiennes de la volaille et des oeufs de même que le système de gestion de l'offre.

Alors que les négociations sur l'agriculture se poursuivent à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), la possibilité d'une entente demeure une préoccupation majeure pour les intervenants des industries de la volaille et des oeufs. D'ailleurs, 87 p. 100 des répondants au sondage du CNPA étaient d'avis que la libéralisation du commerce jouerait un rôle « important » ou « très important » dans l'établissement du modèle qu'adoptera le secteur agroalimentaire canadien.

Tendances sur la scène nationale

Changements démographiques

Le vieillissement de la population et le faible taux de natalité au Canada imposent des limites sur la façon dont le volume de consommation de produits de boeuf, de volaille et d'oeufs peut être augmenté sur les marchés intérieurs. Cependant, la consom-

mation par personne de ces produits demeure inférieure à celle des États-Unis, ce qui pourrait indiquer que l'on n'a peut-être pas encore pleinement tiré profit de la marge qui subsiste.

Préférences, valeurs et perception des consommateurs

Les préférences des consommateurs canadiens sont en évolution. Une population plus âgée, dont le revenu disponible est plus élevé, est susceptible de faire augmenter la demande de produits transformés ou spécialisés ou de produits de santé. De plus, le nombre de personnes appartenant aux groupes des minorités visibles augmente; en conséquence, les industries de la volaille, du boeuf et des oeufs doivent s'ajuster pour répondre à l'augmentation de la demande et aux nouveaux besoins et préférences.

De plus, lorsqu'ils prennent des décisions d'achats, les consommateurs canadiens ne font pas que regarder le produit lui-même. Ils prennent en considération les méthodes et les processus qui ont mené à sa production. Ils s'attendent à ce que les industries canadiennes de la volaille, du boeuf et des oeufs produisent en abondance des aliments sains et sans danger en ayant recours à des méthodes respectueuses de l'environnement. Les consommateurs attachent également une importance croissante au bien-être des animaux. Découlant en partie de pressions exercées aux États-Unis et en Europe par les groupes de défense des animaux, cette tendance a commencé à se faire sentir sur les industries canadiennes et continuera de s'intensifier au cours des prochaines années. Ces considérations holistiques mènent également à la création de nouveaux marchés de créneaux (aliments biologiques, élevage en plein air, animaux de grains) et à une

demande de produits spécialisés à laquelle les industries devront répondre.

Fait intéressant, alors que les consommateurs s'intéressent davantage à la salubrité des aliments et aux risques de toxi-infections alimentaires, la viande de poulet et de dindon est également perçue comme l'un des choix les plus santé parmi les sources de protéines animales.



Ce qui représente à la fois un défi et une opportunité dont l'industrie canadienne de la volaille pourrait tirer profit.

Structure des industries assujetties à la gestion de l'offre

La structure actuelle des industries canadiennes de la volaille et des oeufs diffère énormément de celle qui prévalait au moment de la mise en place du système de gestion de l'offre.

Les industries assujetties à la gestion de l'offre présentent une concentration accrue au chapitre de la production, de la transformation, de la surtransformation et de la vente au détail. Les activités sont aussi davantage intégrées verticalement et on remarque que le modèle « d'exploitation agricole de petite taille » devient moins fréquent. Cette tendance est également exacerbée par des facteurs démographiques. Avec le vieillissement de la population du Canada, l'âge moyen des exploitants de fermes augmente lui aussi, ce qui rend la question de la relève de plus en plus cruciale. Les États-Unis vivent aussi une situation semblable, bien que la taille moyenne des exploitations canadiennes demeure généralement inférieure à celle de nos voisins du Sud.

De plus, l'importance économique relative des différents intervenants a évolué en même temps que la répartition de la population et, par le fait même, la répartition des marchés intérieurs entre les provinces. Ces changements exercent des pressions sur le système et l'incitent à devenir plus souple et à s'ouvrir davantage de façon à accommoder l'interdépendance croissante entre les différents intervenants. La promotion de la collaboration et de la vision du système de gestion de l'offre en tant que « industrie globale » continuera ainsi de représenter un défi important pour les intervenants, les offices nationaux de commercialisation et le CNPA.

Gouvernance et reddition de compte

Au cours des dernières années, le gouvernement fédéral s'est employé à promouvoir davantage une gestion axée sur les résultats plutôt que la simple prestation de programmes. Cette approche a incité le gouvernement à mettre l'accent sur la gouvernance, les mesures de rendement, la présentation de rapports et la reddition de compte dans le but de démontrer à ses citoyens qu'il produit des résultats pour eux.

Ce besoin accru de faire rapport sur ses activités, de mesurer le rendement et d'agir de façon respon-

sable a exercé des pressions, et continuera de le faire, sur le CNPA et sur les offices qu'il supervise pour qu'il améliore la transparence, la saine gouvernance et la reddition de compte.

6. Priorités stratégiques du CNPA

La gestion de l'offre, la promotion et la recherche se sont avérées des outils efficaces pour aider à soutenir l'agriculture et le secteur agroalimentaire dans son ensemble. Cependant, ces outils, qui sont contrôlés par des organismes dirigés par l'industrie, doivent être bien gérés pour :

- ❖ Assurer la stabilité et des revenus appropriés aux producteurs
- ❖ Faire en sorte que le système fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs
- ❖ Veiller à ce que le système possède la souplesse nécessaire pour répondre aux problèmes et défis actuels et à venir, puisque ces outils évoluent dans un contexte ouvert où l'on se dispute des ressources limitées

Le CNPA a été établi pour aider les offices nationaux, qui ont aussi pour objectif d'assurer la durabilité à long terme de l'industrie.

Au cours de l'été et de l'automne 2008, le CNPA a consulté ses partenaires et les intervenants de l'industrie pour connaître leur opinion sur son rendement ainsi que sur ses orientations stratégiques futures. Deux messages sont ressortis de ces consultations :

- ❖ Il est nécessaire d'améliorer la communication, la collaboration, la coopération et la coordination.
- ❖ Il est nécessaire que le CNPA soit davantage proactif et engagé afin de mieux aider les offices nationaux à gérer le système et qu'il agisse comme un organisme expert, neutre et impartial en fournissant les renseignements appropriés et nécessaires à la résolution des différends avant que les positions ne deviennent immuables.

Dans cette perspective, et en tenant compte des tendances et des questions qui influencent le système de gestion de l'offre, le CNPA a établi six priorités stratégiques. Cette section brosse un tableau de chaque priorité, des objectifs qu'elle vise, des stratégies qui seront mises de l'avant pour la réalisation de ces priorités et des résultats escomptés.

1) La gouvernance au sein du CNPA et le processus décisionnel

Le CNPA doit être perçu comme un chef de file national qui fonctionne de manière transparente et responsable. De plus, son rôle et sa relation avec les offices qu'il supervise doivent être définis clairement. À la lumière d'une récente décision du tribunal² et des résultats du sondage du CNPA mené auprès des intervenants, la portée des tâches et des pouvoirs du Conseil doit être bien comprise, non seulement par ses membres, mais aussi par les offices nationaux et les autres intervenants de l'industrie.

À titre de personnes morales créées par le gouvernement fédéral, les offices nationaux doivent aussi faire preuve de transparence dans leurs activités. L'information et les processus employés par les offices pour prendre des décisions ayant un impact sur les intervenants de l'industrie doivent être connus et bien compris par tous ceux qui sont touchés.

Objectif : Améliorer la gouvernance et le processus décisionnel au sein du CNPA

Stratégie

Le Conseil améliorera son processus décisionnel, en veillant à ce que les décisions relatives aux activités des offices soient prises dans le meilleur intérêt de tous les intervenants. Le Conseil définira clairement son rôle de surveillance auprès des offices nationaux et mobilisera les intervenants sur la question de la gouvernance pour faire en sorte que le système fonctionne d'une manière transparente et responsable. Cette stratégie sera exécutée en collaboration étroite avec les offices, les intervenants de l'industrie et les régions provinciales.

² Leth Farms Ltd., Wheatland Select Organic Turkey Ltd. et Arnold Leth v. Le Procureur général du Canada et l'Office canadien de commercialisation du dindon, 2007 FCA 49

Résultats prévus

- ❖ Les décisions du Conseil sont crédibles;
- ❖ Les offices fonctionnent dans un contexte bien compris et transparent;
- ❖ Les activités du Conseil sont menées de façon transparente;
- ❖ Le service à la clientèle est amélioré.

2) Base de connaissances et expertise du CNPA

Afin d'offrir de l'expertise et de proposer des solutions novatrices aux offices que le Conseil supervise, les membres et le personnel de ce dernier doivent posséder une connaissance approfondie des politiques et des activités des offices ainsi que la capacité d'examiner, d'analyser et d'évaluer les problèmes en adoptant une perspective élargie.

Objectif : Améliorer la base de connaissances du CNPA et améliorer sa capacité d'offrir de l'expertise pour influencer les solutions

Stratégie

Le CNPA entreprendra diverses activités dans les domaines de la formation et du perfectionnement, tant pour les membres que pour le personnel du Conseil, ce qui permettra de renforcer la base de connaissances du CNPA et de consolider la réputation du Conseil en tant que groupe expert. Au besoin, le CNPA obtiendra des conseils auprès de spécialistes de l'extérieur qui agiront comme tierce partie neutre. De plus, lorsque nécessaire, le Conseil entreprendra des activités d'échange de connaissances avec les intervenants de l'industrie.

Résultats prévus

- ❖ Les membres et le personnel du Conseil possèdent les connaissances, les capacités et l'expérience appropriées pour rendre des décisions éclairées et fournir l'expertise nécessaire aux offices nationaux;
- ❖ Le Conseil est reconnu pour son expertise.

3) Interaction avec les intervenants

Le Conseil doit assumer un rôle de chef de file afin de créer une meilleure compréhension et d'assurer une collaboration accrue entre le CNPA, l'industrie et les gouvernements provinciaux.

Le CNPA doit aider ses partenaires de l'industrie à résoudre les problèmes d'intérêt commun et encourager de meilleures relations de travail. Le CNPA doit également travailler plus étroitement avec les organismes de supervision des gouvernements provinciaux qui ont un intérêt direct dans la durabilité du système de gestion de l'offre. L'efficacité du système de gestion de l'offre repose grandement sur la qualité de la coordination entre les gouvernements fédéral et provinciaux.

Objectif : Améliorer les interactions avec les intervenants et les gouvernements provinciaux

Stratégie


Afin d'améliorer la coopération, la coordination et la collaboration avec les intervenants de l'industrie et les gouvernements, le Conseil multipliera les occasions de discussion et de débat sur les questions qui touchent les industries qu'il supervise. Le CNPA s'efforcera également de coordonner et de collaborer plus étroitement avec les autres membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA) ainsi que d'encourager l'échange d'information.

Résultats prévus

- ❖ Meilleure compréhension des diverses préoccupations et positions des intervenants;
- ❖ Amélioration de l'efficacité du système de gestion de l'offre.

4) Résolution des différends

Le Conseil a le devoir de faire enquête sur les plaintes que déposent les personnes touchées directement par une décision rendue par un office national. Pendant longtemps, le Conseil a traité ces plaintes en convoquant une audience publique comprenant des observations écrites et une plaidoirie. Ce processus s'est avéré inefficace, long et coûteux, et de nombreux intervenants estimaient que le Conseil ne disposait pas des pouvoirs nécessaires pour imposer aux offices de prendre des mesures correctives. En conséquence, en 2005, le Conseil a élaboré et mis à la disposition des plaignants une série de processus substitutifs de règlement des différends.



Dans le sondage mené par le CNPA auprès des intervenants, un bon nombre de répondants ont indiqué qu'ils aimeraient que le Conseil améliore la façon dont il traite les plaintes et que le CNPA doit assumer davantage le rôle d'un chef de file dans le règlement des différends. En conséquence, le Conseil devrait revoir ses pratiques actuelles de règlement des plaintes.

Objectif : Améliorer les mécanismes et l'efficacité du règlement des différends

Stratégie

Le Conseil entreprendra un examen et une évaluation de ses pratiques antérieures et actuelles de règlement des différends afin d'en évaluer la pertinence au chapitre du soutien accordé aux parties dans le règlement des conflits. Cela sera effectué avec l'objectif de mettre au point une « boîte à outils » des processus les plus efficaces et efficaces. Le Conseil estime qu'en étant davantage proactif, il pourra aider les offices en leur prodiguant les orientations ou les interprétations nécessaires.

Résultats prévus

- ❖ Réduction du nombre de plaintes contre les décisions prises par les offices nationaux de commercialisation au fil du temps.

5) Offices de promotion et de recherche

En 1993, la LOPA a été modifiée pour permettre la création d'offices de promotion et de recherche. Il faudrait faire la promotion de cette partie de la législation auprès des associations de producteurs et d'autres industries agroalimentaires car elle représente un outil utile permettant de mettre en oeuvre les programmes de promotion et de recherche qui pourraient contribuer à instaurer un secteur agroalimentaire plus compétitif et plus sensible aux marchés.

Les consommateurs bénéficieront également des programmes d'éducation et d'information ainsi que des résultats de la recherche, qui pourra porter notamment sur les produits à valeur ajoutée et améliorer l'efficacité au sein de l'industrie.

Objectif : Rédiger et diffuser de l'information sur les offices de promotion et de recherche

Stratégie

Le Conseil entreprendra un certain nombre d'activités pour améliorer la qualité et la quantité d'information mise à la disposition des groupes intéressés à établir des offices de promotion et de recherche. Le Conseil travaillera également de concert avec ses homologues provinciaux pour aider les producteurs et les autres associations du secteur agroalimentaire à établir de tels offices.

Résultats prévus

- ❖ Information facilement accessible pour les groupes ou les personnes intéressées à mettre sur pied une agence de promotion et de recherche;
- ❖ Disponibilité accrue de l'information pour encourager les groupes sectoriels agricoles à établir des offices de promotion et de recherche.

6) Communications

La diffusion efficace d'information en temps voulu est essentielle au bon fonctionnement d'un système de gestion de l'offre. Le CNPA doit veiller à ce que les intervenants de l'industrie aient accès à toutes les données nécessaires pour contribuer efficacement à la gestion du système et aux activités des offices, et ce, dans un format qui convient à leurs besoins.

Objectif : Améliorer les communications

Stratégie

Le Conseil entreprendra un certain nombre d'activités et de projets dans le but d'accroître sa capacité de communication avec nos intervenants et de promouvoir la mise en commun de points de vue et d'information en temps voulu.

Résultats prévus

- ❖ Les intervenants comprennent bien en quoi consistent les activités du Conseil et considèrent que celles-ci sont entreprises de façon transparente;
- ❖ Les partenaires et les intervenants de l'industrie reçoivent régulièrement de l'information à jour.