



Canadian 
Meat Goat

A S S O C I A T I O N

canadienne de la
chèvre de boucherie

Association canadienne de la chèvre
de boucherie

PLAN STRATÉGIQUE
2020-2024

Février 2020

Introduction

Le plan stratégique de l'ACCB définit l'orientation de l'Association canadienne de la chèvre de boucherie pour les quatre prochaines années. Il servira de guide au conseil d'administration et aux membres de l'ACCB, ainsi qu'à tous les intervenants externes intéressés.

Ce plan est le produit d'un processus de planification participative qui a inclus:

- Une revue de l'analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) effectuée par les membres du conseil d'administration de l'ACCB.
- Une auto-évaluation des rôles de gouvernance et de l'exécution des responsabilités du conseil d'administration, de ses accomplissements, de son efficacité et de son soutien.
- Une réévaluation et un examen du plan stratégique précédent (2014), y compris les énoncés de mission et de vision.

Quelques résultats de l'analyse SWOT

Une analyse SWOT est une étude entreprise par une organisation pour identifier ses forces et ses faiblesses internes, ainsi que ses opportunités et menaces externes. Il permet de construire la planification sur les forces et les opportunités, de développer des buts et objectifs pour améliorer les faiblesses et de déterminer la meilleure façon de répondre aux menaces identifiées.

Principales forces

- L'Association est responsable financièrement et bien organisée.
- L'Association offre des programmes et des services qui ajoutent de la valeur à l'adhésion.
- Le conseil est composé d'une représentation diversifiée de membres de l'industrie à travers le pays, ce qui garantit une diversité de connaissances et d'expériences.
- Les membres du conseil travaillent bien ensemble et sont en faveur de la mise en commun des ressources avec d'autres organisations caprines.
- Les membres du conseil travaillent en faveur du meilleur intérêt de l'industrie de la chèvre de boucherie et de ses membres d'abord et toujours.

Principales faiblesses

- Les membres de l'industrie ne sont pas pleinement conscients de tout le soutien et des efforts du conseil d'administration de l'ACCB ce qui conduit à l'insatisfaction des membres qui ont l'impression que l'Association ne travaille pas dans leur meilleur intérêt.
- Le déclin des activités d'adhésion et d'inscription conduisant à une baisse des revenus en raison d'un manque de diversification des revenus.
- Le manque de juges et de classificateurs.
- La mission de l'association en matière de formation des éleveurs fait défaut.

Opportunités

- L'opportunité pour l'industrie de la chèvre de boucherie de se développer à la fois en nombre de chèvres et de membres pour produire plus de viande de chèvre et d'animaux reproducteurs afin de répondre à la demande.
- Ouverture des parties prenantes de l'industrie de l'élevage à travailler ensemble pour connecter et partager les ressources.
- La tendance à une alimentation saine / naturelle, aux découvertes gustatives, aux viandes exotiques, offrant un potentiel de croissance pour la demande de viande de chèvre.
- Le développement de la technologie et les personnes souhaitant l'utiliser.

Menaces

- Les prix croissants de l'enregistrement des chèvres augmentent les coûts de l'élevage caprin et réduisent les revenus et la viabilité financière des producteurs.
- Les augmentations des frais de la SCEA couplées à la diminution des inscriptions et des adhésions affectent les résultats financiers de l'ACCB et, par conséquent, la capacité de présenter un budget équilibré.
- Les préoccupations des éleveurs de chèvres et de la population en général en matière de bien-être animal.
- L'instabilité de l'industrie due aux producteurs qui démarrent et qui quittent la production sans arrêt, et au nombre relativement petit de chèvres que la plupart des gens ont tendance à garder.

Contexte de planification

L'Association canadienne de la chèvre de boucherie

En 1995, l'Association canadienne de la chèvre Boer a été officiellement constituée en société par Agriculture Canada en vertu de la Loi sur la généalogie des animaux, l'approbation officielle des règlements administratifs étant prévue pour 1996. Cette approbation a conféré une autorité exclusive à la seule association autorisée à enregistrer les chèvres Boer et Boer croisées au Canada. Finalement, l'ACCB a commencé l'enregistrement des chèvres à partir du bureau de l'association à Glenwood, en Alberta.

En 2001, le bureau de l'association a été déplacé dans l'est de l'Ontario et des services bilingues ont été mis à la disposition des producteurs francophones. Depuis lors, l'Association s'efforce d'offrir tous ses documents écrits, y compris la Revue Canadienne de la chèvre de boucherie et le site web, dans les deux langues officielles.

En 2004, les membres de l'ACCB ont voté pour changer son nom en Association canadienne de la chèvre de boucherie (ACCB) et pour étendre son mandat à l'ensemble de l'industrie de la chèvre de boucherie au Canada. Depuis lors, l'Association a développé des outils éducatifs et de marketing pour les producteurs commerciaux de chèvres de boucherie et d'animaux reproducteurs de race pure.

En 2009, le bureau de l'Association a été transféré en Saskatchewan, et la Société canadienne d'enregistrement des animaux (SCEA) à Ottawa a été chargée de traiter les enregistrements et les adhésions.

En 2013, l'ACCB a reçu l'approbation officielle d'Agriculture Canada pour devenir le seul organisme d'enregistrement des chèvres Kiko au pays.

En février 2016, l'ACCB a rejoint Livestock Alliance et le bureau a été transféré à Guelph, en Ontario. Veal Farmers of Ontario, Ontario Goat et Canadian Goat Society étaient les autres partenaires de l'Alliance.

À la fin de 2017, l'ACCB et l'Alliance ont décidé de se séparer d'un commun accord. Le bureau a été déplacé au Québec.

Le 10 octobre 2018, l'Association a fêté ses 25 ans. L'Association doit une immense dette de gratitude aux premiers pionniers de l'industrie caprine de boucherie au Canada. Des heures de travail bénévole et des dépenses innombrables ont été consacrées à la mise en place d'une organisation et d'une structure sur lesquelles bâtir la future industrie. Aujourd'hui encore, l'association dépend de l'engagement des membres bénévoles de son conseil d'administration et de ses comités, qui assurent le fonctionnement de ses nombreux programmes.

L'industrie canadienne de la chèvre

L'industrie caprine est l'un des secteurs de l'agriculture canadienne qui connaît la croissance la plus rapide. On estime que cette tendance va se poursuivre, à mesure que la population ethnique va augmenter et que les consommateurs rechercheront des alternatives plus saines et une plus grande variété dans leur alimentation. Selon le rapport trimestriel d'AAC, l'abattage de chèvres montre des augmentations dans les abattoirs fédéraux et provinciaux. En effet, de 2017 à 2018, l'abattage a augmenté de près de 18 %. Il existe donc une énorme opportunité pour les producteurs de chèvres canadiens de continuer à développer ce marché émergent.

Vision et mission

Vision de l'ACCB

Une industrie canadienne de la chèvre de boucherie qui soit rentable à long terme et où les intérêts des producteurs de lait, de fibres textiles et d'animaux de boucherie sont mis en commun pour agir aux niveaux régional, provincial et fédéral dans le but d'en assurer la croissance et le développement.

Mission de l'ACCB

L'Association canadienne de la chèvre de boucherie soutient le développement d'une industrie rentable pour les éleveurs de caprins reproducteurs et de boucherie en fournissant des services d'enregistrement des animaux et de formation pour ses membres.

Plan d'action

Le plan d'action s'articule autour de six chantiers liés aux points exposés ci-dessus.

Chantier #1: accroître l'utilisation de la technologie pour les affaires quotidiennes de l'association afin de rester en contact avec les membres et de leur offrir de nouvelles opportunités de gestion d'entreprise.

Chantier #2: mettre à jour / améliorer les programmes actuels de l'ACCB pour offrir une meilleure valeur et une meilleure participation des membres.

Chantier #3: promouvoir la formation des producteurs.

Chantier #4: assurer la stabilité financière de l'Association canadienne de la chèvre de boucherie.

Chantier #5: promouvoir le bien-être animal.

Chantier #6: promouvoir la viande de chèvre

Chantiers

Chantier #1: accroître l'utilisation de la technologie pour les affaires quotidiennes de l'association afin de rester en contact avec les membres et de leur offrir de nouvelles opportunités de gestion d'entreprise.

Objectif stratégique 1.1 - Refonte du site Web

Actions prioritaires:

- Contacter le fournisseur de services du site Web pour configurer la nouvelle infrastructure. S'assurer qu'il comprend le paiement en ligne, l'espace membre, la version en ligne de la Revue canadienne de la chèvre de boucherie, un lien vers la SCEA pour l'enregistrement et l'adhésion en ligne.
- Choisir le contenu à conserver / supprimer de l'ancien site Web.
- Créer le nouveau contenu.

Résultats escomptés:

- Valeur ajoutée à l'adhésion à l'ACCB
- Augmentation des abonnements à la Revue canadienne de la chèvre de boucherie
- Augmentation de l'efficacité du travail de DG
- Augmentation du trafic sur le site Web de l'ACCB

Responsable: Direction générale

Échéancier: 2020-2021

Objectif stratégique 1.2 - Augmenter la communication avec nos membres et l'industrie en général grâce aux médias sociaux et au publipostage de masse

Actions prioritaires:

- Utiliser Facebook comme un outil informatif pour atteindre nos membres et membres potentiels
- Établir un calendrier pour les sujets à publier tout au long de l'année
- Suivre les acteurs concernés par le secteur de la chèvre de boucherie et des petits ruminants en général et partager leurs articles, vidéos, podcasts et autres publications avec nos membres et sur notre page Facebook
- Utilisez Facebook comme teaser pour faire bouger le site Web de la CMGA et augmenter la participation aux webinaires
- Utilisez la bande-annonce de la formation vidéo complète pour inciter les gens à assister à notre séminaire ou à des vidéos complètes
- Utilisez le publipostage de masse pour publier des conseils utiles

Résultats escomptés:

- Valeur ajoutée à l'adhésion à l'ACCB
- Visibilité accrue de l'organisation
- Diminution des frais de poste pour l'association
- Supporte les chantiers #5 et #6

Responsable: Anny Martin

Échéancier: 2021-2024

Objectif stratégique 1.3 – Trouver et / ou développer / promouvoir une application de gestion de troupeau caprin

Actions prioritaires:

- Trouver des applications existantes et voir si elles pourraient être utilisées pour les troupeaux de chèvres de boucherie
- Déterminer comment nous allons le présenter à nos membres
- Si nous devons développer l'application, déterminer le coût et établir un budget comprenant le prix de vente et comment récupérer les coûts
- Déterminer la propriété

Résultats escomptés:

- Supporte le chantier #3
- Valeur ajoutée à l'adhésion à l'ACCB

Responsable: Sarah James

Échéancier: 2021-2022

Objectif stratégique 1.4 – Mettre en place un système d'enregistrement électronique

Actions prioritaires:

- Contacter la SCEA à propos de la logistique de la mise en place de l'enregistrement électronique
- Apporter la proposition au conseil d'administration de l'ACCB pour approbation
- Suivre la procédure pour toute modification nécessaire aux statuts de l'ACCB

Résultats escomptés:

- Augmentation des revenus de l'ACCB grâce à une augmentation des enregistrements et des adhésions
- Valeur ajoutée aux adhésions à l'ACCB et rétention accrue des nouveaux venus dans l'industrie en simplifiant le processus d'inscription
- Possibilité d'économies pour les membres

Responsable: Direction générale

Échéancier: 2022

Chantier #2: mettre à jour / améliorer les programmes actuels de l'ACCB pour offrir une meilleure valeur et une meilleure participation des membres

Objectif stratégique 2.1 – Revoir la procédure actuelle du programme de formation des juges de l'ACCB pour l'obtention d'une licence complète de juge de l'ACCB

Actions prioritaires:

- Organiser une réunion des juges pour proposer des idées sur la formation en ligne des juges et la révision du programme des juges de l'ACCB
- Rechercher la contribution ou l'implication des juges pour revoir le programme ou organiser une formation en ligne
- Revoir le programme de formation et ajouter la formation des juges pour les juges d'autres espèces telles que les chèvres laitières, les moutons et les bovins de boucherie
- Rechercher un partenariat avec la SCC pour les juges de chèvres laitières qui aimeraient se former pour juger les chèvres de boucherie
- Mettre en place un programme de formation des juges en ligne

Résultats escomptés:

- Être en mesure d'accueillir plus de juges accrédités par l'ACCB, en particulier dans la région du pays où il n'y en a pas
- Réduction des coûts pour les organisations des expos
- Plus d'expos accréditées par l'ACCB

Responsable: Becky Vissers

Échéancier: 2021-2022

Objectif stratégique 2.2 – Passez en revue le protocole de formation des classificateurs de l'ACCB pour être en mesure de qualifier davantage d'évaluateurs

Actions prioritaires:

- Examiner le programme de formation et ajouter la formation des classificateurs pour les évaluateurs d'autres espèces telles que les chèvres laitières, les moutons et les bovins de boucherie
- Rechercher un partenariat avec la SCC pour les évaluateurs de chèvres laitières qui souhaiteraient se former à l'évaluation des chèvres de boucherie
- Mettre à jour les outils d'évaluation actuels

Résultats escomptés:

- Diminution des coûts de classification pour l'ACCB
- Être en mesure d'offrir plus de services de classification localement
- Relève pour Ian et Barbara
- Participation accrue au programme de classification

Responsables: Rob Schill, Kerry O'Donnell

Échéancier: 2021-2022

Objectif stratégique 2.3 – Trouvez une alternative au programme GHIP actuel

Actions prioritaires:

- Contacter Ken Andries pour voir si et comment les données pourraient être transférées à un autre programme au Canada
- Rechercher un partenaire pour administrer le programme au Canada

Résultats escomptés:

- Relève pour Ken Andries
- Possibilité pour l'association de continuer à offrir le programme
- Participation accrue au programme GHIP
- Valeur ajoutée à l'adhésion
- Augmentation du nombre de membres

Responsables: Rob Schill, Kerry O'Donnell

Échéancier: 2022-2023

Chantier #3: promouvoir la formation des producteurs

Objectif stratégique 3.1 - Mettre en place des formations par webinaire pour les producteurs

Actions prioritaires:

- Trouver une plate-forme de webinaire qui prend en charge les vidéos et les formations
- Trouver des conférenciers et / ou des vidéos qui peuvent être diffusés en webinaire
- Déterminer le coût des webinaires pour l'ACCB et pour les membres / producteurs

Résultats escomptés:

- Créer une source de revenus supplémentaire pour l'ACCB
- Permettre et fournir aux membres / producteurs une rétention accrue des connaissances
- Fournir une formation aux producteurs pour augmenter le taux de réussite de l'industrie

Responsables: Sarah James, Jasmin Bautz

Échéancier: 2022-2023

Chantier #4: assurer la stabilité financière continue de l'Association canadienne de la chèvre de boucherie

Objectif stratégique 4.1 – Continuer d'équilibrer le budget de l'ACCB chaque année

Actions prioritaires:

- Surveiller de près les revenus et les dépenses pour assurer un budget équilibré
- Trouver de nouvelles sources de revenus pour l'association

Résultats escomptés:

- Maintenir la stabilité financière de la l'ACCB
- S'assurer que l'ACCB peut soutenir des projets dans l'industrie caprine

Responsables: Anny Martin (trésorière), Directrice générale

Échéancier: 2020-2024

Les objectifs stratégiques 1.1, 1.4, 2.1, 3.1 répondent aussi à ceux du chantier #4.

Chantier #5: promouvoir le bien-être animal

Objectif stratégique 5.1 - Diffuser les informations contenues dans le Code de bonnes pratiques pour le soin et la manipulation des chèvres et d'autres résultats de recherche relatifs au bien-être animal

Actions prioritaires:

- Suivre le déroulement de la publication du code de bonnes pratiques pour les chèvres
- Se connecter avec des chercheurs du monde entier qui publient des informations sur le bien-être des chèvres
- Publier les informations dans la Revue canadienne de la chèvre de boucherie et d'autres médias tels que Facebook

Résultats escomptés:

- Meilleure perception de l'association et de la viande de chèvre en général par les consommateurs
- Permettre aux producteurs de mettre en œuvre des pratiques améliorées qui améliorent à terme le bien-être des chèvres et la viabilité des opérations

Responsables: Jasmin Bautz, Becky Vissers

Échéancier: 2022-2024

Chantier #6: promouvoir la viande de chèvre

Objectif stratégique 6.1 – Annoncer sur le site Web de l'ACCB qui parmi nos membres vend de la viande de chèvre

Actions prioritaires:

- Voir avec la SCEA comment ils pourraient obtenir les informations sur le formulaire d'inscription des nouveaux membres et sur le formulaire de renouvellement d'adhésion
- Afficher les informations sur le site Web de l'ACCB

Résultats escomptés:

- Valeur ajoutée à l'adhésion
- Moins d'appels au bureau et plus d'appels directement aux vendeurs
- Plus de demande pour la viande de chèvre
- Augmentation des ventes de viande pour nos membres résultant en des entreprises en meilleure santé financière

Responsables: Becky Vissers, Sarah James

Échéancier: 2021-2022

Objectif stratégique 6.2 – Donner plus d'options au consommateur pour la consommation de viande de chèvre

Actions prioritaires:

- Créer une banque de recettes à base de viande de chèvre
- Partager des recettes dans notre Journal et sur notre page Facebook
- Expliquez les avantages de la viande de chèvre par rapport aux autres viandes
- Créez / trouvez des vidéos sur la façon de couper et de cuire la viande de chèvre

Résultats escomptés:

- Accroissement de l'appréciation de la viande de chèvre
- Augmentation de la consommation de viande de chèvre
- Potentiel d'augmentation des revenus des producteurs de chèvres de boucherie
- Potentiel d'augmentation des revenus de l'ACCB lié à plus de publicité des membres désireux de vendre leur viande

Responsables: Becky Vissers, Sarah James

Échéancier: 2021-2024