

L'ACB reçoit un financement pour l'agri-marketing afin d'élargir les marchés internationaux pour les producteurs de bœuf

8 juillet 2024

Calgary, Alb. - L'Association canadienne des bovins (ACB) est heureuse de recevoir jusqu'à 453 364 \$ sur trois ans (de 2023 à 2026) du programme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, une initiative dans le cadre du Partenariat canadien pour une agriculture durable. Le financement sera réservé aux activités de l'ACB visant à accroître la sensibilisation et la demande de bœuf canadien sur les marchés internationaux existants et nouveaux.

« Nous apprécions ce coup de pouce du programme Agri-marketing qui nous aide à financer nos efforts continus pour faire connaître au monde la qualité du bœuf canadien, au nom de nos producteurs », a déclaré Nathan Phinney, président de l'ACB.

L'augmentation du commerce sur les marchés étrangers stimulera l'activité économique au Canada et aura un impact positif sur les agriculteurs et les entreprises à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement. « C'est le rôle de l'ACB de continuer à promouvoir les marchés internationaux pour nos produits de qualité et nous constatons que le monde veut davantage de ce que nos producteurs de bœuf fournissent », a déclaré M. Phinney.

L'honorable Lawrence MacAulay, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, a annoncé cet investissement aujourd'hui lors d'une démonstration de cuisson de bœuf au bureau de Canada Beef à Calgary.

« Le bœuf canadien s'est taillé une place de choix sur la scène mondiale en raison de l'engagement de nos producteurs à l'égard de la qualité et de la durabilité », a déclaré l'honorable Lawrence MacAulay. « En continuant à promouvoir le bœuf canadien sur les principaux marchés étrangers, nous pouvons rendre le secteur plus compétitif, mettre plus d'argent dans les poches des producteurs et stimuler la demande pour notre bœuf canadien de classe mondiale. »

L'Association canadienne des bovins reçoit ce financement pour aider à élargir et à développer l'accès aux marchés existants (par exemple, les États-Unis et le Japon) et aux marchés émergents (par exemple, le Vietnam) pour les produits du bœuf en menant un certain nombre d'activités de défense des intérêts commerciaux, telles que des réunions multilatérales, et en fournissant un soutien aux activités ministérielles.

À propos de l'Association canadienne des bovins

L'Association canadienne des bovins (ACB) est le porte-parole national des 60 000 fermes bovines et parcs d'engraissement du Canada. Fondée par des producteurs et dirigée par un conseil d'administration élu par les producteurs, l'ACB s'efforce d'aborder les questions qui concernent les producteurs de bœuf du Canada.

[LIEN du communiqué du gouvernement du Canada/AgriMarketing](#)



News Release

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :
Carol Reynolds
Directrice des communications
Association canadienne des bovins
403-451-0931 | reynoldsc@cattle.ca