

PRODUCTEURS
LAITIERS DU CANADA | 2022
2023

RAPPORT ANNUEL



MD







TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DU PRÉSIDENT ET DU CHEF DE LA DIRECTION	04
--	----

À PROPOS	06
-----------------	----

MOBILISATION, POLITIQUES ET COMMERCE	10
---	----

PROACTION^{MD}	14
-------------------------------	----

DÉVELOPPEMENT DURABLE	16
----------------------------------	----

MARKETING ET RELATIONS D'AFFAIRES AVEC LES INTERVENANTS	18
--	----

NUTRITION	24
------------------	----

RECHERCHE ET INNOVATION	26
------------------------------------	----

RESSOURCES POUR LES PRODUCTEURS	27
--	----

MESSAGE DU PRÉSIDENT

Président, Les Producteurs laitiers du Canada

PIERRE LAMPRON



Il est difficile de croire que six années se sont écoulées depuis que vous m'avez accordé votre confiance pour me permettre de vous représenter comme président des Producteurs laitiers du Canada (PLC).

Je vous suis très reconnaissant d'avoir renouvelé votre soutien à deux reprises, avec tous les pouvoirs conférés par nos règlements internes.

J'ai commencé mon mandat en tant que président du conseil d'administration, avec la responsabilité additionnelle de diriger les opérations des PLC, étant donné que nous étions en train de recruter un chef de la direction à l'époque. Jacques Lefebvre s'est joint à nous finalement en janvier 2018. Nous avons alors entrepris une démarche pour amorcer des changements et une modernisation par le biais d'un projet que nous avons appelé les PLC 2.0. La première étape a consisté à demander l'avis de nos membres, des producteurs laitiers et des principales parties prenantes.

Cela a conduit à une restructuration ayant pour but de fournir aux PLC un financement stable et prévisible. Notre financement ne devait plus se limiter à être un prélèvement collecté auprès des producteurs laitiers, mais à soutenir les objectifs stratégiques fixés par nos membres. Cela s'est fait par le biais d'une séance annuelle de planification stratégique, au cours de laquelle nos membres ont défini la voie à suivre pour notre industrie et ont établi des objectifs mesurables que le personnel devait mettre en place.

Un autre élément important des PLC 2.0 était de s'engager et de se rapprocher davantage des producteurs laitiers. C'est pourquoi nous avons modernisé notre Assemblée générale annuelle et notre Conférence annuelle sur la politique laitière en organisant des séances ouvertes au cours desquelles les délégués pouvaient

poser des questions directement aux membres de l'équipe de direction. De plus, nous avons mis en place des séances interactives avec les délégués et les producteurs laitiers participant à distance, afin de recueillir leur point de vue sur les questions clés pour l'industrie. Ces nouvelles façons de faire s'avèrent très importantes et utiles pour le conseil d'administration et le personnel des PLC. Les programmes que nous avons mis en place ont permis d'accueillir des invités tels que des éminents décideurs politiques, des universitaires, des représentants du monde des affaires et des personnalités politiques qui ont échangé avec nos délégués, y compris deux anciens premiers ministres et un candidat à la présidence des États-Unis. Au cours des six dernières années, nous avons également élargi nos campagnes publicitaires de la Vache bleue afin d'incarner non seulement la qualité du lait que nous produisons, mais aussi l'engagement des producteurs laitiers de tout le pays à assurer une bonne gestion des terres, aujourd'hui et pour les générations futures. Nous avons présenté des témoignages de producteurs et les consommateurs ont réagi très positivement, faisant de notre logo l'une des trois marques alimentaires les plus reconnues au Canada.

Nous devons également être très fiers de l'achèvement du dernier volet de proAction sur l'environnement. Ce programme est un atout pour notre industrie et démontre le leadership des producteurs laitiers. La force de notre logo de la Vache bleue repose sur les six volets de proAction et sur l'engagement des producteurs canadiens à respecter leurs normes élevées. Il ne fait aucun doute que les accords commerciaux réussis ont eu un impact négatif sur notre industrie. Nous avons défendu les intérêts des producteurs laitiers avec beaucoup de détermination pour qu'ils soient indemnisés au regard des pertes à venir. Nous avons obtenu une compensation de quelque 3 milliards de dollars et un fonds d'investissement supplémentaire dans la transformation laitière pour compenser ces effets négatifs.

Nos actions n'ont pas seulement permis de réagir à l'environnement dynamique actuel, mais de plus, notre conseil d'administration a également cherché à aborder l'avenir de l'industrie. Je suis particulièrement fier du travail accompli par notre équipe de producteurs élus pour élaborer le plan directeur des principaux piliers sur lesquels peut reposer une vision de l'avenir de notre industrie, afin que des générations de producteurs laitiers puissent continuer à vivre et à prospérer en produisant du lait.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à tous les membres du conseil d'administration qui ont consacré leur temps et leur énergie à traiter des questions complexes auxquelles nous sommes confrontés en tant qu'industrie. Je tiens également à exprimer ma gratitude aux employés des PLC. Non pas parce qu'ils sont très compétents, ni parce qu'ils travaillent sans relâche pour nous, mais parce qu'ils se soucient vraiment de nous, les producteurs laitiers. Cela ne s'achète pas! Lorsque je me suis présenté à la présidence des PLC, j'ai voulu m'assurer que les producteurs laitiers d'un océan à l'autre disposeraient d'un forum où ils pourraient partager leurs points de vue et s'engager dans la recherche d'un consensus afin que notre secteur reste fort et uni et que nous puissions défendre nos intérêts d'une seule voix. Il ne fait aucun doute que nous serons confrontés à des défis difficiles à l'avenir, mais, avec une voix nationale forte, nous les aborderons de front. Comme dit le proverbe : « L'union fait la force, alors que la division entraîne la faiblesse », alors continuons à être forts, ensemble!

Je vous remercie de l'honneur que vous m'avez fait en me permettant de représenter les producteurs laitiers ici et à l'étranger.

PIERRE LAMPRON

Président,
Les Producteurs laitiers du Canada

MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION



Chef de la direction, Les Producteurs laitiers du Canada
JACQUES LEFEBVRE

Cette année a été une année de transition pour les Producteurs laitiers du Canada (PLC).

Tout d'abord, après plus de deux ans de travail à distance pendant la pandémie, le personnel des PLC est revenu au bureau dans le cadre d'un modèle hybride, comme ce fut le cas pour plusieurs autres organisations. Deuxièmement, deux membres de notre équipe de direction, Sylvie Larose et Bobby Matheson, ont pris leur retraite. Fawn Jackson s'est jointe aux PLC comme cheffe de la Durabilité et Anne-Sophie Belzile a été nommée vice-présidente des Affaires publiques. Par ailleurs, Daniel Lefebvre, docteur en nutrition et physiologie de la vache laitière, travaille désormais à temps partiel pour les PLC en tant que conseiller scientifique en chef. M. Lefebvre conserve son lien professionnel avec Lactanet, mais consacre également du temps aux PLC. Dans la même optique, Fawn Jackson et Paula Dunlop, vice-présidente principale, consacrent également une partie de leur temps à soutenir le travail de Lactanet. Cette initiative est motivée par une vision commune, celle d'étendre la collaboration au sein de l'industrie et d'utiliser nos ressources, tant humaines que financières, de la manière la plus efficace et efficiente possible.

En tant qu'organisation, l'intérêt que nous représentons pour nos membres provient des connaissances, de l'expérience, des compétences et de la passion de nos employés pour le secteur laitier. À une époque de pénurie de main-d'œuvre, conserver et recruter les meilleurs talents est devenu un avantage concurrentiel

pour des organisations telles que la nôtre. Tout en agissant de manière responsable avec le financement de nos membres, les PLC ont déployé des initiatives pour aider leur personnel à s'adapter à un environnement de travail hybride. Inspirée par les travaux de Patrick Lencioni, notre culture d'entreprise repose sur trois principes : l'humilité, l'ambition et l'intelligence. Nous déployons des formations dans les domaines du coaching et du mentorat pour nos gestionnaires de personnel afin d'offrir aux employés une expérience différente, dans laquelle ils savent que leur gestionnaire s'engage à les aider à réussir et à développer tout leur potentiel. Notre approche à l'égard du personnel est également reconnue à l'extérieur puisque les PLC ont été nommés l'un des meilleurs employeurs du Canada pour la région de la capitale nationale. La main-d'œuvre d'aujourd'hui ne se contente plus d'un chèque de paie, elle recherche une expérience, une culture où elle est importante et où elle peut réaliser son plein potentiel. C'est ce à quoi aspirent les PLC!

En ce qui concerne la défense des intérêts des producteurs laitiers, nous avons réalisé des progrès significatifs concernant les politiques difficiles auxquelles notre secteur a été soumis, mais nous continuons à travailler pour neutraliser davantage l'impact négatif de questions telles que l'étiquetage sur le devant des emballages. Nous avons également été occupés à négocier des paiements compensatoires pour les producteurs laitiers en raison des effets négatifs de l'accord commercial de l'ACÉUM.

De plus, nous avons obtenu du gouvernement fédéral un investissement de 333 millions de dollars dans la capacité de transformation des produits laitiers qui fait cruellement défaut. La durabilité a également été au centre de nos activités, en collaboration avec les provinces et un groupe consultatif de producteurs laitiers, afin d'atteindre la carboneutralité d'ici 2050. L'une des réalisations importantes de cette année a été l'achèvement de notre Guide des pratiques de gestion bénéfiques pour atténuer les émissions à la ferme, un outil essentiel pour les producteurs laitiers. Peu d'industries disposent d'un tel outil, ce qui démontre une fois de plus le leadership constant de notre industrie sur cette importante question mondiale.

Je suis très reconnaissant pour tous les conseils prodigués par notre équipe de producteurs élus et son soutien, sous la direction du président Pierre Lampron. Notre conseil d'administration a créé les conditions permettant au personnel de faire ce qu'il fait le mieux au nom des producteurs laitiers. Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude aux cadres supérieurs des PLC pour le leadership qu'ils exercent au sein de notre organisation.

-
JACQUES LEFEBVRE
Chef de la direction,
Les Producteurs laitiers du Canada

À PROPOS

Les Producteurs laitiers du Canada (PLC) sont l'organisme national de politique, de lobbying et de promotion qui représente les producteurs de lait canadiens.

Les PLC s'efforcent de créer des conditions stables pour le secteur laitier dans notre pays. Ils cherchent aussi à maintenir des politiques qui favorisent la viabilité de la production laitière canadienne et qui font la promotion des produits laitiers et de leurs bienfaits pour la santé. Les producteurs laitiers se sont fixé un objectif de carboneutralité de la production laitière à la ferme d'ici 2050.

ENGAGÉS ENVERS LES PRODUCTEURS LAITIERS

Les origines des PLC remontent à 1934. Notre mandat a évolué, mais notre engagement envers les producteurs n'a jamais vacillé au fil des années. Le siège social de l'organisme est établi à Ottawa. Nous représentons les organisations de producteurs laitiers dans les 10 provinces du pays, travaillant main dans la main avec nos homologues provinciaux, ainsi qu'avec les intervenants des autres maillons de la chaîne de valeur du secteur laitier.

ACTIVITÉS FONDAMENTALES

- Les relations avec le gouvernement fédéral
- Les communications
- La politique publique et le commerce
- La gouvernance
- Le programme de certification de la Vache bleue
- La veille stratégique et l'information commerciale
- Le programme de nutrition de portée nationale
- La recherche sur la nutrition et la production
- Les relations d'affaires avec les intervenants proAction^{MD}
- La durabilité
- Intégrité du marché

SERVICES RÉGIONAUX

Les PLC appuient plusieurs associations provinciales qui souhaitent optimiser leurs activités et concevoir et mettre en œuvre des programmes régionaux pour renforcer leurs liens avec les consommateurs locaux. Ces services et programmes sont offerts selon le principe de recouvrement des coûts au titre d'ententes de services régionales. Les programmes de soutien actuellement proposés portent sur la nutrition, le marketing et les médias sociaux.



MEMBRES

Alberta Milk
BC Dairy Association
Dairy Farmers of Manitoba
Dairy Farmers of New Brunswick
Dairy Farmers of Newfoundland & Labrador
Dairy Farmers of Nova Scotia
Dairy Farmers of Ontario
Dairy Farmers of Prince Edward Island
Les Producteurs de lait du Québec
SaskMilk

MEMBRES ASSOCIÉS

Agrifoods International Cooperative Ltd.
Agropur Coopérative laitière
Amalgamated Dairies Limited
BC Milk Marketing Board
La coopérative Aliments Gay Lea Ltée
Lactanet Canada

CONSEIL D'ADMINISTRATION

1. Pierre Lampron (Québec)
Président
2. David Wiens (Manitoba)
Vice-président
3. Greg Archibald (Nouvelle-Écosse)
4. Marcel Blais (Québec)
5. Daniel Gobeil (Québec)
6. Mark Hamel (Ontario)
7. Gilbert Matheson (Nouveau-Brunswick)
8. Blaine McLeod (Saskatchewan)
9. Vicky Morrison (Ontario)
10. Steve Reeves (Île-du-Prince-Édouard)
11. Gert Schrijver (Alberta)
12. Murray Sherk (Ontario)
13. Peter Strebel (Québec)
14. Dave Taylor (Colombie-Britannique)
15. Robert Walsh (Terre-Neuve-et-Labrador)
16. Korb Whale (Lactanet)
17. Michael Barrett (membre sans droit de vote)

ÉQUIPE DE DIRECTION DES PLC

Jacques Lefebvre
Chef de la direction

Paula Dunlop
Vice-présidente principale

Francis Séguin
Vice-président, Finances

Annie AcMoody
Vice-présidente, Politiques et commerce

Anne-Sophie Belzile
Vice-présidente, Affaires publiques

Pamela Nalewajek
Cheffe, Marketing

Fawn Jackson
Cheffe de la Durabilité

Lucie Bérubé
Directrice principale, Services

Dr Daniel Lefebvre
Conseiller scientifique en chef du chef de la direction

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

En réalisant leurs objectifs stratégiques pour 2022, les PLC ont fait des progrès significatifs sur les indicateurs clés de performance (ICP) de l'organisation. Les études de suivi national de fin d'année, réalisées par Abacus Research, une tierce partie, ont montré que les trois domaines de mesure décrits ci-dessous se sont améliorés depuis notre base de référence de janvier 2019. Les producteurs laitiers continuent d'être appréciés, d'inspirer confiance et d'être considérés comme des producteurs responsables. **La notoriété des producteurs laitiers demeure excellente et forte**, la perception qu'ont les millénariaux des producteurs laitiers s'est améliorée et leur fidélité à la consommation de produits laitiers reste supérieure à notre objectif de cinq ans.

POINTS ÉVALUÉS	JANV. 2019	FIN D'ANNÉE 2019	FIN D'ANNÉE 2020	FIN D'ANNÉE 2021	FIN D'ANNÉE 2022	MI-ANNÉE 2023	OBJECTIF TRIENNAL	OBJECTIF QUINQUENNAL
Notoriété des producteurs laitiers	72,2	70,4	72,4	72,4	70,0	70	70,2	74,8
Soutien à la gestion de l'offre	57	60,8	61,0	63	59,2	59	57	61,8
Soutien des millénariaux à la consommation de produits laitiers	51,33	56,3	58	60	61	60	51,3	56

LES ÉTATS FINANCIERS

La structure budgétaire des PLC comprend trois secteurs d'activités où l'organisation travaille au nom de ses membres : **le financement des activités fondamentales, les objectifs stratégiques et les services et programmes régionaux.**

Pour consulter les états financiers complets des Producteurs laitiers du Canada pour 2022, [cliquez ici](#).





OBJECTIFS STRATÉGIQUES EN 2023

1

MARKETING AUPRÈS DES MILLÉNARIAUX ET DE LA GÉNÉRATION Z

Neutraliser l'érosion des attitudes des millénariaux et de la génération Z à l'égard des produits laitiers et renverser la tendance à la baisse de leur consommation de ces produits.

2

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

Développer et consolider les marchés pour les produits et ingrédients laitiers de qualité supérieure dans le but d'atténuer les pertes de parts de marché entraînées par les accords commerciaux.

3

PARTENARIATS

Tirer le maximum des partenariats actuels et des partenariats éventuels de façon à soutenir avec proactivité l'atteinte des objectifs des PLC dans tous les maillons de la chaîne de valeur.

4

STRATÉGIE SECTORIELLE

Agir proactivement pour faire obstacle aux allégations négatives à l'égard des produits laitiers.

5

PROJETS PARTICULIERS

Concertation internationale et mécanisme harmonisé de facturation, et Stratégie nationale de transfert et d'application des connaissances.

LES PRODUCTEURS LAITIERS DU CANADA NOMMÉS L'UN DES MEILLEURS EMPLOYEURS D'OTTAWA

En février, les Producteurs laitiers du Canada (PLC) ont été nommés l'un des meilleurs employeurs de la région de la capitale nationale du Canada pour 2023. Ce concours annuel, annoncé conjointement par les rédacteurs des Canada's Top 100 Employers et du Ottawa Citizen, rend hommage aux entreprises de la région métropolitaine d'Ottawa qui sont à l'avant-garde de leur industrie en offrant un milieu de travail exceptionnel. Cette distinction hautement concurrentielle met en lumière la manière dont les PLC soutiennent les employés de l'organisation et attirent de nouveaux candidats parmi les plus talentueux.

Les PLC ont été sélectionnés comme l'un des meilleurs employeurs de la région de la capitale nationale en 2023 en fonction d'un certain nombre de variables, notamment les avantages sociaux, notamment : une rémunération et une couverture en matière de santé compétitives, des congés parentaux, un environnement de travail avec formule hybride, une formation et un développement professionnel, ainsi que d'autres programmes visant à soutenir la santé et le bien-être des employés.

MOBILISATION, POLITIQUES ET COMMERCE

PORTE-PAROLE DES PRODUCTEURS LAITIERS CANADIENS

COMPENSATION AU TITRE DE L'ACEUM

En novembre 2022, le gouvernement fédéral a donné suite à son engagement de fournir une compensation pleine et équitable pour les impacts de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACÉUM) sur les secteurs assujettis à la gestion de l'offre. Les producteurs laitiers ont obtenu une compensation de 1,2 milliard de dollars, qui sera versée sur six ans au titre du Programme de paiements directs pour les producteurs laitiers. Les paiements commenceront à la fin de 2023. Rappelons que les producteurs ont déjà reçu l'ensemble de la compensation à l'égard de l'Accord économique et commercial global (AECG) avec l'Union européenne et de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP).

Les PLC continueront à défendre la position selon laquelle aucune nouvelle concession à l'égard de l'accès au marché laitier national ne doit être accordée dans tout futur accord commercial négocié par le Canada.

FONDS POUR L'INNOVATION ET L'INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR LAITIER

Le budget fédéral de 2023 a confirmé l'annonce, mise de l'avant par la ministre Bibeau en novembre 2022, d'un montant de 333 millions de dollars en appui à la recherche et au développement de nouveaux produits à base de solides non gras. Les PLC se réjouissent de cet octroi, qui était l'une des revendications de notre Journée de lobbying en début d'année. Les PLC attendent avec impatience de connaître les détails de ce fonds, tout en jugeant qu'il constitue un pas dans la bonne direction. Dans cet esprit, les PLC continueront à inciter le gouvernement fédéral à soutenir l'innovation laitière.

PROJET DE LOI C-282 SUR LA GESTION DE L'OFFRE

Les PLC soutiennent sans réserve le projet de loi d'initiative parlementaire C-282, déposé par le député bloquiste Luc Thériault. Ce projet de loi aurait pour effet de viser à protéger intégralement la gestion de l'offre dans les futures négociations commerciales. Le 9 mars, le président des PLC, Pierre Lampron, et le vice-président,

David Wiens, ont comparu devant le Comité permanent du commerce international pour répondre aux questions des députés et donner leur appui au projet de loi au nom des producteurs laitiers du Canada. Le projet de loi a mérité le soutien de tous les chefs de parti à la Chambre en deuxième lecture et a été adopté à cette étape. Il a ensuite été approuvé sans amendements par le Comité en avril.

Avant que la Chambre des communes cesse ses travaux pour l'été, le projet de loi C-282 a été adopté en troisième lecture avec un soutien massif. Les PLC et leurs collègues du secteur de la gestion de l'offre continueront à plaider en faveur de la législation à l'automne, lorsqu'elle sera étudiée et débattue au Sénat.

GROUPES SPÉCIAUX POUR LES CONTINGENTS TARIFAIRES

Les États-Unis et la Nouvelle-Zélande contestent la façon dont le Canada attribue les permis d'importation (ou contingents tarifaires) en vertu de l'ACÉUM et du PTPGP. Les groupes spéciaux ont été formés et, le 20 mars, les parties contestantes à la fois dans le cadre du deuxième différend sous l'ACÉUM concernant les politiques canadiennes d'attribution de contingents tarifaires pour les produits laitiers et du différend sous le PTPGP ont soumis leur argumentaire initial au gouvernement du Canada. Les audiences du Groupe spécial auront lieu les 14 et 15 juin pour le PTPGP et les 19 et 20 juillet pour l'ACÉUM. Les rapports finaux des groupes spéciaux seront publiés en septembre 2023.

Les PLC maintiennent que la répartition des contingents tarifaires est conforme aux modalités de chacun de ces accords, et ils continueront de travailler en étroite collaboration avec le gouvernement du Canada tout au long des démarches de règlement des différends. Les représentants du gouvernement fédéral ont réitéré leur détermination à défendre vigoureusement l'industrie laitière.

ACCORD COMMERCIAL CANADA-ROYAUME-UNI

Les négociations en vue d'un accord commercial entre le Canada et le Royaume-Uni ont été lancées au premier trimestre de 2022. Au cours de la dernière année, cinq rondes de négociations ont eu lieu. À chacune de ces occasions, le Royaume-Uni a clairement indiqué son intérêt à obtenir un accès au marché laitier du Canada.

En réponse aux intentions du Royaume-Uni en matière d'accès au marché, les PLC ont réitéré leurs revendications, lors de rencontres avec des fonctionnaires et avec le cabinet de la ministre du Commerce international, voulant que le Canada ne fasse aucune concession sur l'accès au marché dans un éventuel accord commercial. À plusieurs reprises, les représentants gouvernementaux ont confirmé aux PLC que l'accès au marché dans les secteurs assujettis à la gestion de l'offre ne serait pas à l'ordre du jour de ces négociations.

ADHÉSION DU ROYAUME-UNI AU PTPGP

À la fin mars 2023, le gouvernement du Canada a annoncé la conclusion des négociations entourant l'adhésion du Royaume-Uni au PTPGP. Après une année de discussions entre le Royaume-Uni et les membres du PTPGP concernant l'accès au marché des produits agricoles, les parties ont réalisé des progrès considérables.

Ainsi, le Royaume-Uni ne bénéficiera pas d'un accès aux contingents tarifaires pour les produits laitiers au-delà de ce qui avait déjà été accordé aux autres membres du PTPGP. Ce résultat correspond à la position défendue à plusieurs reprises par les PLC lors de réunions avec les représentants canadiens.

Six pays avaient officiellement demandé l'adhésion au PTPGP : le Royaume-Uni, la République populaire de Chine, Taiwan, l'Équateur, le Costa Rica et l'Uruguay. À ce stade, seule la demande du Royaume-Uni a été retenue. Les PLC continueront à suivre avec intérêt la progression des autres demandes d'adhésion et réaffirmeront leur position sur l'accès au marché.

12^E CONFÉRENCE MINISTÉRIELLE DE L'OMC

À la toute fin du printemps 2022, les représentants des PLC et d'autres regroupements agricoles se sont rendus au siège de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), à Genève, pour assister à la 12^e Conférence ministérielle de l'OMC. Il s'agissait d'une occasion privilégiée de faire du réseautage avec les membres de délégations commerciales et d'organisations agricoles d'autres pays. Dans leurs efforts pour être plus présents au sein des forums internationaux, les PLC et les autres secteurs visés par la gestion de l'offre (œufs, poulet, dindon et œufs d'incubation ou GO5), ont présenté le système de gestion de l'offre et expliqué l'importance de continuer à le protéger dans une perspective de sécurité alimentaire et de durabilité.

La présence des PLC et du groupe GO5 au forum public de l'OMC en septembre 2022 a été une autre occasion de tisser des relations professionnelles, d'instaurer une compréhension commune et de souligner à quel point l'agriculture nationale et la sécurité alimentaire reposent sur le maintien du droit des pays à exploiter leurs propres systèmes agricoles.



CODE DE CONDUITE POUR LES DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION

Les PLC unissent leur voix à celles d'autres intervenants pour préconiser l'adoption d'un Code de conduite pour les détaillants en alimentation. Un tel code rétablirait un meilleur équilibre dans la relation fournisseur-détaillant, rehausserait la concurrence dans le commerce de détail alimentaire et favoriserait la collaboration entre tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement. La version présentement envisagée serait d'application volontaire. Les PLC estiment qu'un code de conduite volontaire ne constituerait qu'une étape intermédiaire vers l'adoption du code obligatoire que nous continuerons à préconiser.

BANQUE DE VACCINS CONTRE LA FIÈVRE APHTEUSE

Le budget fédéral de 2023 donne suite à l'une des revendications importantes soulevées lors de la Journée de lobbying des PLC. En effet, le budget propose de verser 57,5 millions de dollars sur cinq ans, à compter de 2023-2024, et 5,6 millions de dollars par année par la suite, à l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour qu'elle crée une banque de vaccins contre la fièvre aphteuse pour le Canada et élabore des plans d'intervention en cas de fièvre aphteuse. Le gouvernement fédéral tentera d'en arriver à une entente de partage des coûts avec les provinces et les territoires.

RÉGLEMENTATION DE L'ÉTIQUETAGE SUR LE DEVANT DE L'EMBALLAGE

À la fin de 2022, Santé Canada a publié une nouvelle réglementation exigeant des étiquettes de mise en garde sur les produits jugés riches en sucre, en sel ou en gras saturés. Au cours des années précédentes, les PLC avaient multiplié les revendications dans ce dossier d'importance critique. Les efforts ont porté fruit, puisque Santé Canada a accordé des exemptions majeures fondées sur des données probantes à l'égard des produits laitiers nutritifs. Ainsi, l'impact de cette réglementation sur le secteur laitier a été considérablement réduit. Les PLC sont satisfaits de ces progrès importants, mais poursuivent les discussions avec Santé Canada en vue d'obtenir d'autres exemptions fondées sur des preuves scientifiques.

MARKETING VISANT LES ENFANTS

En avril 2023, Santé Canada a publié une proposition visant à restreindre la publicité destinée aux enfants présentant des aliments et boissons riches en sucre, en sel ou en gras saturés. Santé Canada avait d'ailleurs présenté une proposition similaire en 2018. Cette politique se fonde sur des seuils nutritionnels comparables à ceux pour l'étiquetage sur le devant de l'emballage. Les PLC cherchent à ce que toute exemption fondée sur des données probantes pour les produits laitiers nutritifs s'étende aux deux politiques. Le projet de règlement devrait être publié dans la Partie I de la *Gazette du Canada* à l'hiver 2024.



ANTIMICROBIENS ET PRODUITS DE SUBSTITUTION : ACCÈS ET APPROBATION

Au cours de la dernière année, les PLC ont présenté des mémoires individuels et des mémoires conjoints dans le cadre de plusieurs consultations sur les antimicrobiens et les produits de substitution. À toutes ces occasions, les PLC ont insisté sur l'urgence pour le gouvernement d'éliminer les obstacles et de faciliter l'accès aux nouveaux antimicrobiens et leur approbation, ainsi que celle d'autres produits de santé animale. Les PLC dirigent l'élaboration d'une stratégie de revendication pansectorielle dans ce dossier important. Les partenaires de l'industrie conjugueront leurs efforts autour d'une perspective commune et cerneront les obstacles universels et les solutions à présenter aux fonctionnaires et représentants du gouvernement à l'automne 2023.

PROGRAMMES DE FORMATION POUR LES AGENCES D'INSPECTION FRONTALIÈRE

Les Canadiens sont en droit de s'attendre à ce que les produits qu'ils achètent se conforment aux normes strictes en vigueur au pays. Toutefois, les agents de l'Agence des services frontaliers du Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments ne reçoivent pas de formation officielle sur l'inspection des produits laitiers importés. Les PLC poursuivront leurs revendications afin que les deux agences obtiennent les ressources et la formation nécessaires pour exercer leur rôle important. Nous entendons travailler avec le gouvernement pour mettre au point ces programmes.



JOURNÉE DE LOBBYING ET CONFÉRENCE ANNUELLE SUR LA POLITIQUE LAITIÈRE

En mars 2023, des producteurs laitiers des quatre coins du Canada se sont réunis en personne à Ottawa ainsi que virtuellement à l'occasion de la Conférence annuelle sur la politique laitière. C'était l'occasion de faire le point sur les enjeux et les possibilités clés pour le secteur. Des spécialistes invités et des dirigeants des PLC ont pris la parole, tout comme une brochette d'invités distingués :

Marie-Claude Bibeau, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire

John Barlow, député conservateur, porte-parole en matière d'Agriculture et d'Agroalimentaire ainsi que de Sécurité alimentaire

Robert Asselin, premier vice-président, Politiques publiques, Conseil canadien des affaires

Torsten Hemme, fondateur du IFCN Dairy Research Network

Ron Kind, ancien membre démocrate de la Chambre des représentants américaine pour le Wisconsin

Andrew VanderZaag, Ph. D., chercheur scientifique, Agriculture et Agroalimentaire Canada

Débora Santschi, Ph. D., directrice de l'innovation et du développement, Lactanet

Curtis Grainger, directeur, Produits de prêts et programmes de développement durable, Financement agricole Canada

J.P. Brouwer, producteur laitier de l'Alberta très impliqué dans les nouvelles méthodes de production

La Conférence était suivie de la Journée de lobbying annuelle des PLC. Des producteurs laitiers d'un peu partout au pays ont convergé sur la Colline du Parlement pour y tenir 110 rencontres avec au-delà de 160 parlementaires. La journée s'est conclue par une réception à laquelle des parlementaires ont participé, en plus de nombreux membres du personnel ministériel et politique.

PROACTION^{MD}

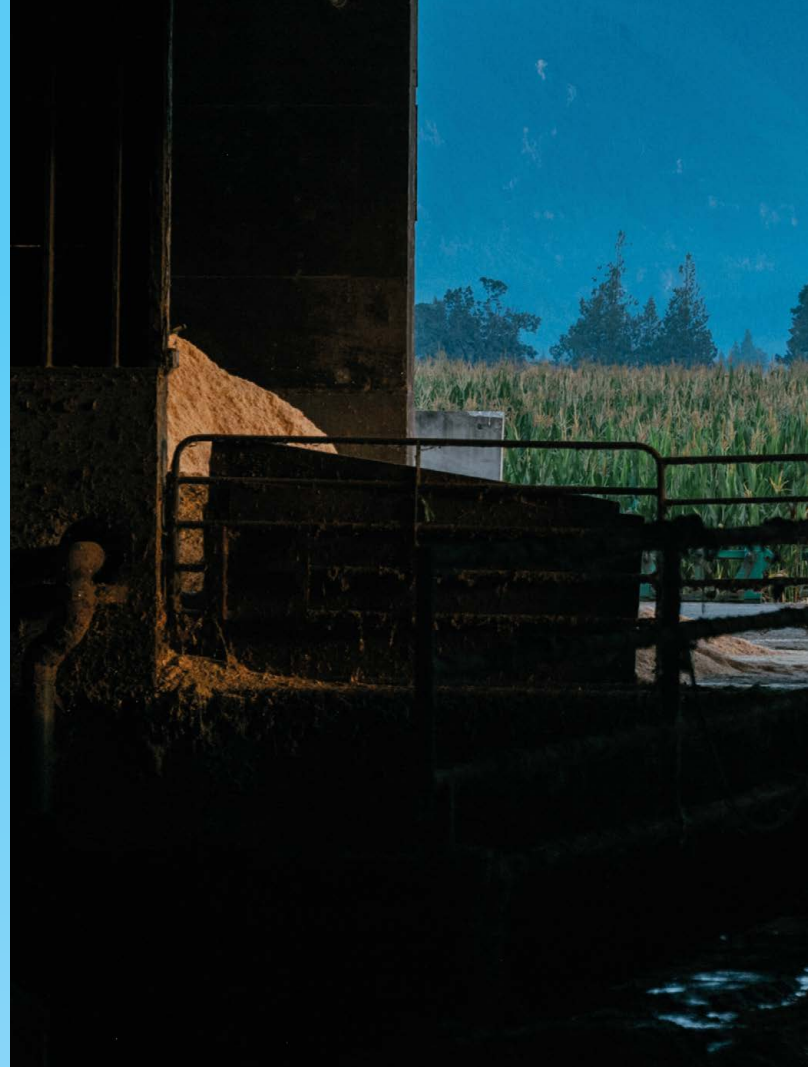
Dans le cadre de proAction^{MD}, le programme d'assurance qualité des Producteurs laitiers du Canada (PLC), les producteurs démontrent aux consommateurs, de façon transparente, comment ils adhèrent aux normes parmi les plus rigoureuses au monde.

L'amélioration continue est l'une des valeurs fondamentales de proAction. Ainsi, le programme demeure le reflet des recherches et technologies les plus récentes, ainsi que des observations des producteurs et des spécialistes. Ce programme approfondi, comprenant six volets, demeure un indicateur essentiel des normes élevées et des pratiques hautement réfléchies que les producteurs laitiers mettent en œuvre à la ferme au quotidien. De nouvelles éditions du *Manuel de référence* et du *Cahier de travail* de proAction seront lancées en juillet 2023, remplaçant les versions précédentes publiées en 2021.

ÉDITION 2023 DU CODE DE PRATIQUES POUR LE SOIN ET LA MANIPULATION DES BOVINS LAITIERS

En mars 2023, le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage et les PLC ont publié conjointement une édition mise à jour du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins laitiers. La version définitive tient compte de diverses observations recueillies lors de consultations publiques en 2022. Le Code de pratiques comprend des exigences importantes concernant le bien-être animal. Ainsi, les producteurs continueront à se fonder sur les connaissances scientifiques les plus à jour et à adopter des pratiques conformes aux attentes de la société pour les soins aux animaux d'élevage.

Les PLC ont entrepris la deuxième année d'un projet de trois ans, soit un audit de gestion de proAction mené par une tierce partie. L'audit évaluera le bureau national, tous les offices provinciaux, les contrôles informatiques et les agents de validation dans les fermes. Le projet cerne les possibilités d'amélioration afin de renforcer la crédibilité et la cohérence de la gestion de proAction.



RECONNAISSANCE POUR LE PROGRAMME proACTION

À l'hiver 2022, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a entrepris le plus récent examen périodique de proAction. Au moment d'écrire ces lignes, l'examen était toujours en cours, mais les PLC s'attendent à ce que l'ACIA confirme une fois de plus que le volet Salubrité des aliments continue d'être efficace et techniquement viable, et que le système d'enregistrement qui soutient tous les volets, continue de répondre aux exigences du gouvernement et d'être mis en œuvre de manière efficace. Le maintien de la reconnaissance gouvernementale de l'ACIA atteste que proAction demeure un programme respecté, pertinent et important.

En outre, le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage a renouvelé la reconnaissance du volet Bien-être animal de proAction.

Enfin, les PLC ont une fois de plus reçu la prestigieuse reconnaissance d'Unilever à l'égard de pratiques durables en production laitière. Unilever atteste ainsi que 100 % de son approvisionnement en lait produit au Canada est conforme à son Code d'agriculture durable. Il s'agit d'une autre confirmation, cette fois d'une grande entreprise multinationale, de l'engagement des producteurs laitiers en matière de durabilité.



QUALITÉ DU LAIT



**SALUBRITÉ
DES ALIMENTS**



**BIEN-ÊTRE
DES ANIMAUX**



**TRAÇABILITÉ
ANIMALE**



BIOSÉCURITÉ



ENVIRONNEMENT

DÉVELOPPEMENT DURABLE

CAP SUR UN AVENIR PLUS DURABLE

En février 2022, les Producteurs laitiers du Canada (PLC) se sont engagés à atteindre la carboneutralité pour les fermes laitières canadiennes à l'horizon 2050. La « carboneutralité » signifie qu'il faut parvenir à un équilibre global entre les GES émis et les GES retirés de l'atmosphère. Pour atteindre la « carboneutralité » d'ici 2050, les producteurs adopteront les pratiques de gestion bénéfiques (PGB) afin de réduire autant que possible les émissions et d'augmenter la séquestration du carbone (capturer et stocker les émissions de l'atmosphère) afin d'éliminer ce qui reste. Cet objectif s'aligne non seulement sur l'objectif du gouvernement canadien d'atteindre la carboneutralité d'ici 2050, mais aussi sur les engagements internationaux visant à favoriser la résilience aux changements climatiques et à réduire les émissions de gaz à effet de serre à l'échelle mondiale pour un avenir durable.

AU-DELÀ DE L'ENGAGEMENT, DES RÉSULTATS

Les producteurs laitiers agissent déjà de façon déterminante vers la réalisation de cet objectif. Par exemple, les producteurs adoptent de nouvelles techniques de gestion des sols, mettent en œuvre des stratégies innovatrices de gestion du fumier et de l'eau, installent des panneaux solaires et des biodigesteurs, et bien plus encore. Chaque ferme prend ses propres mesures, qui s'additionnent pour réduire l'empreinte environnementale totale du secteur.

Les producteurs laitiers sont au cœur de la création d'un avenir carboneutre. Ce sont eux qui définiront les mesures à prendre, car une approche unique ne pourrait refléter les particularités de chaque ferme laitière. D'ailleurs, des producteurs des quatre coins du pays siègent à un groupe de travail national sur la durabilité. À l'échelle nationale, les PLC travaillent également de pair avec des regroupements agricoles, des établissements de recherche, des organismes axés sur la durabilité, des partenaires de l'industrie alimentaire et les gouvernements pour réduire l'empreinte écologique du secteur.

Notre programme de carboneutralité permettra aux consommateurs de continuer à voir les produits laitiers d'un bon œil. De plus, l'adoption de pratiques plus durables peut favoriser la résilience et l'adaptation aux effets des changements climatiques à l'échelle de la ferme et, dans certains cas, réduire les coûts ou créer

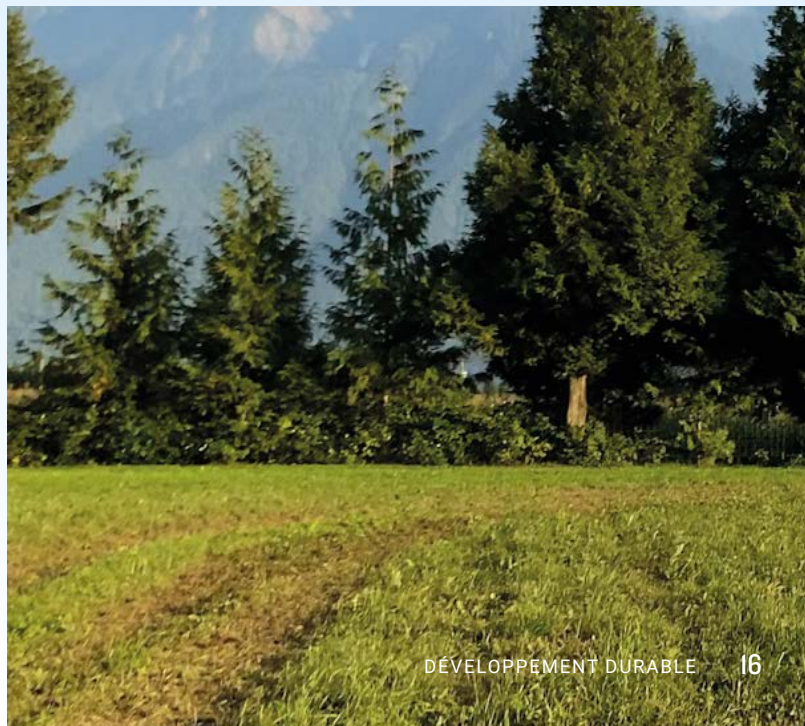
de nouvelles sources de revenus pour les producteurs. En outre, nous entendons soutenir l'innovation à la ferme en tirant parti des programmes gouvernementaux, nouveaux et existants.

GUIDE DES PRATIQUES DE GESTION BÉNÉFIQUES

Dans le but d'aiguiller les producteurs dans leur parcours vers la carboneutralité, les PLC ont publié en mars 2023 le document Carboneutres d'ici 2050 : Guide des pratiques de gestion bénéfiques pour atténuer les émissions dans les fermes laitières. Ce guide a été élaboré en consultation avec des experts afin d'aider les producteurs à choisir et à mettre en œuvre les pratiques de gestion bénéfiques (PGB) les mieux adaptées à leur ferme.

Ce guide se veut une source d'inspiration pour la planification des exploitations laitières. Le document téléchargeable de 44 pages présente 30 pratiques à la ferme qui, selon les recherches les plus récentes, offrent des possibilités de réduire les émissions, d'augmenter la séquestration du carbone et d'assurer la pérennité environnementale du secteur.

Les PGB se répartissent en cinq catégories : **Gestion des animaux; Production des aliments pour animaux; Gestion du fumier; Énergie, infrastructures et transport; et Gestion des terres.** Le nouveau guide décrit les avantages de chacune des PGB, fournit des conseils pour leur mise en œuvre, et propose des ressources complémentaires.



ICI POUR DEMAIN : PARTENARIATS POUR LA DURABILITÉ

Les PLC se sont unis à plusieurs autres organismes tournés vers l'avenir afin d'étayer l'engagement de longue date du secteur laitier en faveur de la saine gestion environnementale et des pratiques agricoles responsables.

Le programme « Ici pour demain » appuie un éventail de projets innovateurs menés par des partenaires des PLC dans l'ensemble du pays. Il s'agit notamment de projets pilotes de recyclage et d'initiatives de restauration et de protection des milieux humides et des forêts dans le but de favoriser la biodiversité.

PARTENARIATS ACTUELS

Agriculture en classe Canada

Les PLC collaborent avec Agriculture en classe Canada pour offrir des bourses à des étudiants qui s'intéressent à une carrière dans le domaine agroalimentaire.

AgriRÉCUP

Ce partenariat permet aux producteurs laitiers de réduire la quantité de plastiques agricoles qui aboutissent dans les décharges. AgriRÉCUP propose des solutions et des programmes innovateurs pour le recyclage.

ALUS

Pour aider les producteurs à réduire leurs émissions de carbone, nous travaillons avec ALUS à des solutions climatiques naturelles déployées à l'intérieur et à l'extérieur des exploitations laitières, au profit des communautés et de la biodiversité.

Arbres Canada

Les PLC collaborent avec Arbres Canada pour soutenir le reverdissement du Canada afin d'activer la séquestration naturelle du carbone. Ainsi, l'industrie laitière démontre concrètement aux consommateurs qu'elle lutte activement contre les changements climatiques.

Bioentreprise

L'industrie agroalimentaire réalise des innovations remarquables qui méritent d'être mises en valeur. Les PLC ont travaillé de concert avec Bioentreprise pour lancer un défi sur l'innovation et la durabilité dans le secteur agricole.

Canards Illimités Canada

Dans un souci d'atteindre l'objectif commun de carboneutralité d'ici 2050, les PLC poursuivent leur concertation avec Canards Illimités Canada pour promouvoir la biodiversité et restaurer les habitats naturels de fermes laitières.



MARKETING ET RELATIONS D'AFFAIRES AVEC LES INTERVENANTS



LE LOGO DE LA VACHE BLEUE : UNE MARQUE DE CONFIANCE

Les activités promotionnelles multiplateformes des Producteurs laitiers du Canada (PLC) donnent une visibilité optimale au logo de la Vache bleue, qui représente les normes rigoureuses appliquées par les fermes laitières canadiennes dans le cadre du programme d'assurance qualité proAction^{MD}. Ce logo, l'une des marques les plus réputées au pays, est reconnu par 86 % des Canadiens.

L'un des logos
en alimentation
les plus influents
et crédibles
selon Cohésion
Stratégies



89 %

pour la valeur
de la marque



Plus de

8 500

produits affichent le
logo de la Vache bleue

44

nouveaux titulaires
de permis d'affichage
en 2021-22

Reconnu par

9 Canadiens
sur

10

BIENVENUE DANS LA FAMILLE DE LA VACHE BLEUE!



CONSOLIDER LES LIENS AVEC LES MEMBRES DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Smoke's Poutinerie
Tim Hortons
Cinéplex

+ Baskin-Robbins, Golden Dawn, Yogourt Nature's Choice, Sugarplum Desserts, Fromagerie des Trois Rapides, Twin Peaks Creamery, Fromagerie de la République, Chic! Fondue, Fromagerie Nouvelle-France, Demetres, L'SQIE et Ridgecrest.

VOICI QUELQUES-UNES DE NOS CAMPAGNES DE MARKETING LES PLUS RÉUSSIES DE LA DERNIÈRE ANNÉE

2022

Du 1^{er} juillet au 14 août 2022

LOGO DE LA VACHE BLEUE : CAMPAGNE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE « JE SUIS PARTANT! »

La durabilité est l'un des enjeux déterminants de notre époque, tant aux yeux des consommateurs qu'à ceux des gouvernements et des parties prenantes du secteur laitier. Unis derrière le cri de ralliement « Je suis partant! », de véritables producteurs laitiers ont déclaré avec enthousiasme leur engagement collectif à atteindre la carboneutralité de la production laitière à la ferme d'ici 2050, un virage environnemental bien entamé depuis plusieurs décennies déjà.

La campagne a mis en lumière l'objectif de carboneutralité fixé par les PLC, tout en démontrant que les Canadiens peuvent faire confiance aux producteurs laitiers, qui ont profondément à cœur la saine gestion de leurs terres et consacrent des efforts exceptionnels pour faire progresser la durabilité.

Du 5 au 31 décembre 2022

LOGO DE LA VACHE BLEUE : CAMPAGNE DU TEMPS DES FÊTES « CHOISISSEZ LES PRODUITS LAI TIERS D'ICI »

Cette campagne nationale télévisée et numérique a frappé dans le mille au cours des Fêtes de fin d'année, une période clé pour la consommation de produits laitiers. Son objectif était de rappeler les bienfaits des produits laitiers canadiens de haute qualité et d'inciter les consommateurs à les choisir. Les PLC ont conjugué plusieurs campagnes de marketing pour atteindre les publics cibles à l'aide d'actifs complémentaires soigneusement choisis. En voix et en images, des producteurs laitiers ont noué des associations entre le logo de la Vache bleue et les piliers du secteur : les normes de qualité élevées, la durabilité environnementale et les soins aux animaux.

Du 24 juin au 27 juillet 2022

PARTENARIAT ENTRE LES PLC ET SMOKE'S POUTINERIE

La Vache bleue est allée à la rencontre de sa clientèle grâce à un partenariat fructueux entre les PLC et la populaire chaîne Smoke's Poutinerie. D'un bout à l'autre du pays, de nouveaux adeptes se sont fait plaisir en dégustant une légendaire poutine. La Tournée gourmande canadienne de Smoke's Poutinerie a atteint ses objectifs en stimulant la consommation de produits laitiers et en présentant le fromage sous son jour le plus délicieux. Les jeunes millénariaux et membres de la génération Z ont ainsi pu constater à quel point les produits laitiers 100 % canadiens sont une composante succulente, indispensable (et amusante!) de l'alimentation quotidienne.

Du 17 octobre au 27 novembre 2022

LOGO DE LA VACHE BLEUE : CAMPAGNE ET PARTENARIAT SUR LA DURABILITÉ « SALUT PRODUCTEUR LAITIER/ICI POUR DEMAIN »

Les PLC ont poursuivi la campagne fort réussie *Salut producteur laitier*, sous l'angle du développement durable et en fusionnant les efforts avec ceux de l'initiative *Ici pour demain*. Les porte-paroles étaient deux chefs canadiens de renom engagés à effectuer des choix d'ingrédients durables. Certaines capsules présentaient les avantages du compostage du fumier pour réduire les émissions de méthane des fermes laitières, tandis que d'autres décrivaient des projets de recyclage bien concrets en cours, avec l'appui d'AgriRECUP. Ces messages ont réitéré la détermination de longue date du secteur à protéger l'environnement et à adopter des pratiques agricoles durables.



8 mars 2023

JOURNÉE INTERNATIONALE DES FEMMES

La Journée internationale des femmes rend hommage aux réalisations sociales, économiques, culturelles et politiques des femmes. En 2023, le thème de cette journée portait sur l'innovation et la technologie au service de l'égalité des sexes. Les PLC ont profité de l'occasion pour diffuser du contenu personnalisé sur le rôle joué par les productrices laitières. La publication a circulé sur plusieurs plateformes et a dépassé les attentes, suscitant plus de 2 millions d'impressions sur TikTok et Meta.

Du 9 juin au 30 juillet 2023

LOGO DE LA VACHE BLEUE : CAMPAGNE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE « LES PRODUCTEURS LAITIERS CANADIENS FONT ÇA »

La plus récente campagne rappelle l'engagement de longue date du secteur en faveur de la gestion environnementale et des pratiques responsables. Cette nouvelle stratégie de marketing s'adresse directement aux consommateurs et démontre à quel point les producteurs laitiers veillent sur leurs terres, de génération en génération, en pratiquant l'agriculture régénératrice (réduction du travail du sol, plantation de plantes vivaces, rotation des cultures, et ainsi de suite). La campagne ajoute une nouvelle dimension au logo de la Vache bleue en présentant des mesures tangibles que les producteurs mettent en œuvre en gardant bien en vue l'objectif de carboneutralité à la ferme d'ici 2050.

Du 9 février au 26 mars 2023

LOGO DE LA VACHE BLEUE : CAMPAGNE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Notre campagne de début d'année visait à consolider la place du logo de la Vache bleue dans l'esprit des consommateurs et à renforcer leur confiance à l'égard des produits laitiers canadiens. On y découvrait des mesures tangibles prises par les producteurs pour optimiser leur consommation d'énergie. Les études confirment que, plus que jamais, les consommateurs veulent voir des actions claires en matière de durabilité. Nous avons donc mis l'accent sur la conservation d'énergie et l'énergie renouvelable (éolienne, solaire et bioénergétique). Nous avons également lancé un jeu expérientiel sur la gestion de l'énergie dans une exploitation laitière pour sensibiliser les jeunes consommateurs et leur apporter une valeur ajoutée.

Du 22 avril au 19 mai 2023

PARTENARIAT POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE – CAMPAGNE DU JOUR DE LA TERRE AVEC ARBRES CANADA

Dans l'objectif de mieux faire connaître le programme *Ici pour demain* et de souligner leur partenariat avec Arbres Canada, les PLC ont lancé une campagne pour obtenir des contributions à l'occasion du Jour de la Terre. Les Canadiens étaient ainsi invités à appuyer les projets d'Arbres Canada en achetant des arbres ou en effectuant un don.

DAISY, UNE HOLSTEIN INFLUENCEUSE VACHEMENT INSPIRANTE SUR TIKTOK

Les PLC ont conçu Daisy, la première « vache-fluenceuse » virtuelle au monde, dont le compte [@moo_daisy](#) partage continuellement de l'information sur les produits laitiers au profit d'un auditoire jeunesse. Avec son style bien à elle, Daisy trouve parfaitement écho sur TikTok et interpelle les jeunes en fonction de leurs valeurs. Grâce à son contenu évolutif, Daisy développe une relation directe avec le jeune public et communique fièrement les avantages des produits laitiers canadiens et l'apport des producteurs.

En arrière-plan, Daisy constitue une réalisation technique majeure, reposant sur l'intelligence artificielle pour la synthèse vocale, l'algorithme logiciel qui fait correspondre les mouvements de sa bouche aux paroles, et les animations qui capturent les mouvements du visage et du corps en direct. Cette influenceuse virtuelle sophistiquée et polyglotte collabore avec les utilisateurs de TikTok et réagit aux tendances en temps réel.

Soucieuse de conquérir des abonnés et de les fidéliser, Daisy partage du contenu tendance, dont des recettes, des danses virales et des concours offrant des prix. Daisy se tient au fait de la culture populaire et conjugue son contenu divertissant à de l'information pratique sur des sujets comme l'engagement des producteurs laitiers en matière de durabilité, les normes strictes appliquées par le secteur, et le souci constant d'offrir de bons soins aux animaux.



INCURSION DANS L'UNIVERS DES JEUX VIDÉO

En 2022, les PLC ont plongé dans le monde des jeux vidéo pour y retrouver les jeunes « gamers » sur leur propre terrain et les sensibiliser à l'objectif de carboneutralité d'ici 2050. Sous un couvert ludique, les mini-jeux en ligne révèlent les pratiques de développement durable du secteur.

Les cinq jeux vidéo conçus sur mesure abordent autant de facettes de l'engagement des PLC en matière de carboneutralité. L'astuce, c'est de traduire les avantages d'une production laitière durable (réduction des émissions de GES, meilleure santé des sols, biodiversité, etc.) en expériences de jeu accrocheuses. Les jeux sont courts, conçus avant tout pour les appareils mobiles, et joignent parfaitement l'utile et l'agréable. Par exemple, certains jeux ont pour objectif de recueillir de l'énergie solaire et éolienne, tandis que d'autres sont axés sur la recherche de facteurs de biodiversité.

Les jeux sont hébergés à même un carrefour central sur le site Web des PLC. Nous avons établi des partenariats avec des influenceurs pour mousser la participation des jeunes et diffuser nos messages clés sur la carboneutralité. Nous comptons aussi sur une alliée de taille, Daisy, la « vache-fluenceuse » virtuelle des PLC sur TikTok, pour promouvoir les jeux auprès de ses abonnés. Ce n'est pas surprenant, puisqu'elle est la vedette de trois des jeux!



JOURNÉE MONDIALE DU LAIT

Cette année, la Journée mondiale du lait a mis l'accent sur la façon dont la production laitière a réduit son empreinte environnementale, tout en fournissant des aliments nutritifs et un gagne-pain à de nombreuses familles sur la planète. Voilà qui cadrerait parfaitement avec les efforts soutenus des producteurs laitiers canadiens en matière de durabilité, sous la marque distinctive incarnée par le logo de la Vache bleue. Nos messages ont fait mouche grâce à leur riche contenu axé sur nos stratégies de développement durable. Nos comptes de médias sociaux ont été enrichis par des collaborations avec des influenceurs et par les interventions de Daisy, notre propre « vache influenceuse ».

RESTAURANTS CANADA SHOW

Du 10 au 12 avril 2023, les PLC étaient littéralement au centre de l'action lors de la 78^e édition du Restaurants Canada Show, point de convergence pour plus de 20 000 professionnels de la restauration. En tant que commanditaires en titre du Pavillon du café, du thé et des pâtisseries, situé au centre du salon, les PLC ont parrainé le concours de baristas. Les représentants des PLC ont également fait le point sur les initiatives de l'organisme pour faire progresser le secteur laitier au pays.



SIAL
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE



SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION (SIAL) CANADA

Les PLC ont eu le plaisir de participer une fois de plus au Salon international de l'alimentation (SIAL) Canada. Il s'agit du plus important salon commercial interentreprises du secteur alimentaire, tant au chapitre du nombre de participants qu'à celui de l'envergure et de la variété. En effet, l'événement rassemble plus de 1 200 exposants de 50 pays, ainsi que plus de 20 000 acheteurs du Canada, des États-Unis et d'une soixantaine d'autres pays. Les PLC se sont adjoints une vingtaine de partenaires pour mettre en valeur plus de 30 produits laitiers canadiens. Le kiosque des PLC était stratégiquement situé dans la section des fromages, présentant des fromagers canadiens d'un océan à l'autre.

LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES DES PLC S'ILLUSTRENT SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

En juin, les Producteurs laitiers du Canada (PLC) ont eu l'honneur de remporter deux World Dairy Innovation Awards lors du Global Dairy Congress à Londres, en Angleterre. La campagne publicitaire « Carboneutres d'ici 2050 – On est partants » des PLC a été récompensée dans la catégorie « Initiatives de RSE/Durabilité » et la catégorie « Campagnes de marketing ». Les World Dairy Innovation Awards célèbrent l'innovation et l'excellence dans toutes les catégories du secteur laitier international. Cette reconnaissance des campagnes des PLC permet de montrer au monde entier comment les producteurs laitiers canadiens travaillent jour après jour pour atteindre notre objectif visant la carboneutralité d'ici 2050.



NUTRITION

LES PRODUITS LAITIERS, PARTIE INTÉGRANTE D'UNE ALIMENTATION SAINE, ÉQUILIBRÉE ET DURABLE

L'équipe nationale de nutrition des Producteurs laitiers du Canada (PLC) sensibilise les étudiants de niveau universitaire, les diététistes et les personnes qu'ils servent au rôle des produits laitiers dans une alimentation saine et durable. L'objectif des PLC est de développer des outils et des ressources ainsi que d'établir des partenariats fiables. Ces programmes de sensibilisation mettent en lumière l'impact réel des produits laitiers sur l'environnement et leur contribution à des écosystèmes agricoles durables. Ils soulignent tout particulièrement les bienfaits des produits laitiers pour la santé et l'adéquation nutritionnelle.

INFORMATION ET RESSOURCES SUR LA NUTRITION DURABLE

En mai, les PLC ont tenu un kiosque lors du congrès annuel 2023 de la Société canadienne de nutrition et du congrès national des Diététistes du Canada, question d'aborder la nutrition durable avec des professionnels de la recherche et de la santé et de fournir des ressources pertinentes aux délégués. Lors du congrès des Diététistes du Canada, la spécialiste en durabilité des PLC a notamment répondu à un éventail de questions au sujet de la production laitière à la ferme et du développement durable, tout en soulignant l'engagement du secteur à atteindre la carboneutralité d'ici 2050.

PARTENARIAT AVEC LA SOCIÉTÉ CANADIENNE DE NUTRITION

Les PLC ont présenté, en collaboration avec la Société canadienne de nutrition, un webinaire en trois volets sur la santé cardiométabolique et la réduction des risques, qui a attiré plus de 2 100 professionnels de la santé. De plus, des balados créés par la Société canadienne de nutrition et parrainés par les PLC ont aussi renforcé le rôle des produits laitiers dans la prévention et la gestion des maladies cardiométaboliques. En réponse à un questionnaire d'évaluation administré de façon indépendante, plus de 85 % des participants ont indiqué avoir amélioré leurs connaissances sur le rôle des produits laitiers dans la réduction des risques cardiométaboliques, et 93 % d'entre eux ont affirmé qu'ils intégreraient leurs nouvelles connaissances dans leur pratique.



VISITES VIRTUELLES DE FERMES AU POSTSECONDAIRE

Conçues pour susciter l'intérêt des futurs professionnels de l'alimentation et de la nutrition et répondre à leurs besoins, les visites virtuelles de fermes des PLC ont offert à des étudiantes et étudiants en nutrition et en diététique une occasion unique de se familiariser avec les pratiques de production laitière et les efforts consentis en matière de durabilité environnementale.

Au cours de l'année, plus de 500 personnes ont assisté aux huit visites virtuelles organisées pour huit universités à travers le Canada. Les producteurs participants ont démontré à quel point ils se soucient de leurs animaux et de l'environnement, ont discuté de la faible empreinte environnementale de la production laitière, puis ont répondu sans détour aux préoccupations soulevées au sujet des hormones de croissance artificielles ou des résidus d'antibiotiques.

COMMANDITE DU MOIS DE LA NUTRITION 2023

En mars 2023, les PLC ont une fois de plus uni leurs efforts à ceux des Diététistes du Canada, un organisme à la crédibilité irréprochable, en commanditant le Mois de la nutrition 2023. L'alimentation saine et durable était au cœur de cette campagne s'adressant tant aux consommateurs qu'aux diététistes, sous le thème *Découvrez le pouvoir des aliments pour des repas simples, nutritifs et durables*, en continuant à développer et à renforcer le soutien de tiers aux produits laitiers et à leur importance dans le cadre d'un régime alimentaire sain et durable. La campagne « grand public » sur les médias sociaux avec le soutien d'influenceurs gravitait autour de messages clés sur la nutrition saine et durable, en plus d'aiguiller les citoyens vers le site d'information des PLC pour les consommateurs, monalimentation.ca.

Il faut mentionner que plus de la moitié des diététistes du Canada ont consulté le site Web des PLC à l'intention des professionnels de la santé, ce qui a donné lieu à un grand nombre de téléchargements et de commandes de ressources. La campagne a obtenu les meilleurs résultats de sa catégorie en ce qui concerne l'impact sur la notoriété des PLC, l'impact sur les intentions d'achat des millénaires, les actions prises à la suite des publicités et la rentabilité de la campagne.



INFOLETTRE ET SITE WEB

L'infolettre *NutriNouvelles*^{MD}, produite par les PLC, est envoyée mensuellement à 11 000 professionnels de la santé. Cette ressource d'information et de sensibilisation présente les points saillants de recherches récentes qui confirment les bienfaits des produits laitiers pour la santé et la nutrition, dans le cadre d'une alimentation saine et durable.

Le site Web savoirlaitier.ca des PLC a récemment fait peau neuve et se trouve au cœur des activités de communication de l'organisme avec la communauté influente des professionnels de la santé, en particulier les diététistes. Les améliorations au site se poursuivent en 2023, mais les résultats sont déjà prometteurs puisque les téléchargements de documents sont six fois plus nombreux qu'auparavant. En outre, depuis la refonte, il est deux fois plus probable qu'un visiteur s'abonne à l'infolettre *NutriNouvelles*^{MD}.



RECHERCHE ET INNOVATION

INVESTIR DANS L'AVENIR LAITIER

Le secteur laitier canadien se classe parmi les meilleurs au monde en matière de recherche et d'innovation. Au cours des 25 dernières années, les PLC ont investi des millions de dollars pour :

- stimuler l'innovation;
- rehausser l'efficacité et la durabilité des fermes laitières;
- améliorer les pratiques de santé animale;
- optimiser la qualité du lait;
- mettre en valeur le rôle des produits laitiers dans la nutrition et la santé humaines.

Les PLC donnent un effet multiplicateur à leurs investissements en obtenant des fonds de contrepartie auprès de partenaires et en tirant parti des programmes de subventions d'organismes comme Agriculture et Agroalimentaire Canada, Génome Canada et le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, pour ne nommer que ceux-là. Les résultats de ces recherches sont la pierre d'assise de nos communications avec les professionnels de la santé et le public. Ils orientent les nouvelles pratiques exemplaires ainsi que les exigences comme celles du programme proAction^{MD}.

STRATÉGIE NATIONALE DE RECHERCHE LAITIÈRE

La Stratégie nationale de recherche laitière 2022-2027, fruit de consultations approfondies, guide les investissements scientifiques des PLC. Le document met l'accent sur les besoins et les priorités en matière de recherche, fixe des résultats ciblés et établit des objectifs de recherche clés sur cinq ans. D'ailleurs, les appels de propositions lancés à la communauté scientifique canadienne se fondent sur cette stratégie. Les résultats ciblés et les priorités de recherche touchent les trois domaines suivants :

- durabilité des fermes laitières;
- santé, soin et bien-être des animaux;
- les produits laitiers dans la nutrition et la santé humaines.

LE PARTAGE DU SAVOIR, AU CŒUR DE NOS ACTIVITÉS

De 2018 à 2023, la Grappe de recherche laitière 3, relevant du Partenariat canadien pour l'agriculture, a soutenu 15 projets de recherche pluridisciplinaires et à objectifs multiples auxquels ont participé 124 scientifiques canadiens et plus de 135 étudiants

LA RECHERCHE EN CHIFFRES

43

projets de recherche en cours

30

institutions de recherche

126

scientifiques

>115

étudiants (à la maîtrise, au doctorat, stagiaires postdoctoraux)

En plus de la collaboration de
+ 1000
fermes laitières

Investissement de
12 MILLIONS
de la part des PLC et de ses partenaires

aux cycles supérieurs de 18 universités et 12 centres de recherche fédéraux. Le budget total s'établissait à environ 16,5 millions de dollars, soit des coûts partagés de 2,8 millions de dollars des PLC, 1 million de dollars de Lactanet/DairyGen, 703 500 \$ de Novalait, 75 700 \$ des Dairy Farmers of Ontario, 11,4 millions de dollars d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) ainsi que des contributions en nature des partenaires du secteur laitier. La Grappe de recherche laitière 3 visait avant tout à stimuler la productivité des fermes laitières, à renforcer leur durabilité et leur rentabilité, et à mieux faire connaître les bienfaits du lait et des produits laitiers pour la santé. La vulgarisation et le transfert des connaissances ont été à l'honneur au cours de l'année, notamment grâce à des séries de webinaires, des activités en personne, des balados, des publications commerciales, des vidéos et des infographies. Une série de webinaires en 12 parties et six événements en personne dans quatre provinces ont présenté le travail en cours dans la recherche laitière à travers le Canada à un total de plus de 1 000 producteurs laitiers, conseillers techniques et autres parties intéressées.

Les PLC et leurs partenaires Lactanet et Novalait ont soumis une demande pour la Grappe de recherche laitière 4 en prévision du renouvellement du programme Agri-science, qui relève du Partenariat canadien pour une agriculture durable d'AAC, pour la période du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2028. Les projets abordent un large éventail de domaines : réduction des émissions de GES; séquestration du carbone; adaptation aux changements climatiques; utilisation d'antimicrobiens, résistance aux antimicrobiens et santé animale; améliorations génétiques; transformation laitière; et bienfaits des produits laitiers pour la santé, particulièrement en ce qui concerne la réduction du risque d'ostéoporose, de diabète de type 2 et d'obésité, qui constituent des problèmes de santé majeurs au Canada.

RESSOURCES POUR LES PRODUCTEURS

Facebook @dfcplc / @QualityCanadianMilk /
@DFCDairyNutrition / SavoirLaitier

Twitter @dfc_plc

Instagram @dairyfarmersofcanada

LinkedIn @dfcplc

TikTok @moo_daisy / @dfc_plc



RESSOURCES POUR LES PRODUCTEURS

Les PLC viennent tout juste de lancer un répertoire Web qui présente les nouvelles les plus récentes, des documents clés pour les producteurs laitiers (par exemple, des mises à jour au Code de pratiques et des outils sur la carboneutralité), ainsi qu'une foule d'autres renseignements pertinents :

<https://producteurslaitiersducanda.ca/fr/ressources-producteurs>.

L'EXPRESS LAITIER

Obtenez les dernières nouveautés sur l'actualité laitière, les tendances de l'industrie, et bien plus!

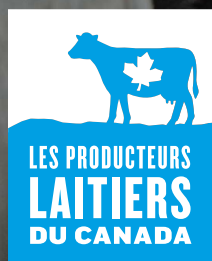
Abonnez-vous dès aujourd'hui à l'adresse communications@dfc-plc.ca pour recevoir le bulletin L'Express laitier directement par courriel.

ENTRE DEUX TRAITES ET THE CANADIAN PODCOW

Les PLC sont fiers de parrainer le balado *Entre deux traites*, animé par les producteurs laitiers Sabrina Caron et Jean-François Janelle de la province de Québec. Ce balado est produit par et pour les producteurs laitiers, ainsi que pour la communauté élargie et les amis du secteur. Au cours de cette deuxième saison, *Entre deux traites* a notamment accueilli des analystes et spécialistes qui se sont penchés sur les dernières tendances en production laitière. Parmi celles-ci, mentionnons les meilleures pratiques de réduction des émissions ainsi que les perspectives mondiales du marché laitier. *Entre deux traites* est diffusé sur votre plateforme de baladodiffusion préférée et les émissions peuvent être téléchargées à partir du site web Entredeuxtraites.ca.

De leur côté, les anglophones sont à l'écoute du balado *The Canadian Podcow*, présenté par Sarah Sache et Andrew Campbell, des producteurs laitiers respectivement de la Colombie-Britannique et de l'Ontario.





Les Producteurs laitiers du Canada
45, rue O'Connor, bureau 1410
Ottawa ON K1P 1A4

Téléphone : 613 236-9997
Télécopieur : 613 236-0905

producteurslaitiersducanada.ca