



**2017/18**

**RAPPORT  
ANNUEL**



.....

Les Producteurs laitiers du Canada représentent tous les producteurs laitiers canadiens à titre d'organisme national de promotion, d'élaboration de politiques et de lobbying. Les Producteurs laitiers du Canada s'efforcent de créer des conditions stables pour l'industrie laitière canadienne, aujourd'hui et à l'avenir. L'organisation travaille pour maintenir des politiques qui favorisent la viabilité des producteurs laitiers du Canada et promouvoir les produits laitiers et leurs bienfaits pour la santé. Les activités de l'organisation, notamment les activités de promotion, sont entièrement financées par les producteurs laitiers canadiens.

.....

## Table des matières

<b>I</b>	Messages de la direction	5	<b>VI</b>	Relations d'affaires avec les intervenants	31
<b>II</b>	Faits saillants et centres d'intérêt de l'organisation	11	<b>VII</b>	Nutrition	34
<b>III</b>	Communications et relations gouvernementales	13	<b>VIII</b>	Données financières	42
<b>IV</b>	Politique et commerce international	19	<b>IX</b>	Partenaires	43
<b>V</b>	Marketing	25			

# Notre mandat

Accroître les revenus et l'image des producteurs laitiers canadiens et contribuer à la croissance du marché des produits laitiers canadiens.

## Pour remplir ce mandat, nous :

- serons la voix de tous les producteurs laitiers canadiens sur la scène nationale et internationale.
- dirigerons, en collaboration avec nos membres, l'élaboration d'énoncés de position nationaux pour l'industrie laitière et militerons en faveur de règlements et de politiques liés aux produits laitiers.
- développerons, mettrons en œuvre et administrerons des stratégies et programmes ciblés en matière de marketing, nutrition, politiques, communication et relations gouvernementales.
- maintiendrons un front fort et uni pour préserver notre système national de gestion de l'offre.
- serons une source crédible d'information sur les enjeux et initiatives propres au secteur laitier.
- soutiendrons la recherche sur la production laitière et la nutrition.

### Mission

Éduquer  
Faciliter  
Mobiliser

Pour assurer une production laitière durable et une saine consommation de produits laitiers canadiens.

### Vision

Le lait canadien  
pour un avenir  
sain et  
prospère.

### Nos valeurs

Travail d'équipe  
Intégrité  
Passion  
Dynamisme  
Développement durable

## Le travail des Producteurs laitiers du Canada est organisé autour de quatre piliers :

1

Créer un environnement favorable aux producteurs laitiers et aux produits laitiers canadiens, tout en adoptant une approche socialement responsable.

2

Veiller à ce que les stratégies, messages et actions soient cohérents avec ceux des organisations membres et de l'ensemble des partenaires de l'industrie.

3

Démontrer à la population canadienne la valeur des producteurs laitiers canadiens et de leurs produits.

4

Être une organisation efficace en misant sur la responsabilité, la transparence, la collaboration et l'amélioration continue.

# Messages de la direction

# Message du président



C'est un honneur de vous présenter le rapport annuel de cette année. Je suis très fier de l'excellent travail qui a été fait par notre organisation, grâce à notre personnel dévoué, au nom des producteurs laitiers canadiens.

Il y a un an que j'ai été élu président des Producteurs laitiers du Canada, et nous avons fait face à nombre de changements et de défis. Je suis très heureux que Jacques Lefebvre se soit joint à nous en tant que nouveau chef de la direction au début de janvier, et il a travaillé extrêmement dur pour gérer les ajustements que nous avons dû faire pour tenir compte de la diminution des revenus en 2018. En notre nom, il travaille à mettre au point les PLC 2.0, et je suis très enthousiasmé par ce projet au moment où nous passons à la prochaine étape en tant qu'organisation.

Nos autres défis continuent d'être liés au commerce, à l'approche du gouvernement fédéral à l'égard de la Stratégie en matière de saine alimentation et au positionnement qu'il essaie d'attribuer aux produits laitiers. Nous savons aussi que les milléniaux boivent de moins en moins de lait, et qu'il continue d'y avoir des percées dans la production de protéines non laitières créées en laboratoire. Ces menaces font en sorte qu'il est impératif que nous travaillions ensemble et unissions nos voix afin de protéger la gestion de l'offre, notre mode de vie et notre industrie pour la prochaine génération. Quand nous sommes unis, nous sommes forts.

La dernière année a été pleine de défis, et celle à venir le sera également, mais j'ai la certitude qu'avec le soutien continu de notre conseil d'administration et des producteurs laitiers de partout au pays, nous les relèveront avec grand succès. Je remercie notre conseil d'administration pour son engagement indéfectible, et je suis impatient de surmonter les défis à venir avec vous, avec détermination.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Rick Scarpone".

## Message du chef de la direction



Ce rapport vous donnera un aperçu de nos activités et de nos réalisations au cours de la dernière année, et j'ai eu le plaisir d'y participer depuis que je me suis joint aux Producteurs laitiers du Canada.

Nombre de changements ont marqué la dernière année, alors que nous travaillons à définir les PLC 2.0 en votre nom. Nous avons mené un exercice de rééquilibrage des ressources au début de 2018, afin d'harmoniser nos programmes avec la nouvelle réalité budgétaire des PLC. Je sais que ce fut une période difficile pour le personnel, et j'aimerais saluer la résilience dont tous ont fait preuve dans un paysage en plein changement. Vous constaterez l'étendue de leur travail en parcourant ce rapport annuel.

Alors que nous entrons dans la prochaine étape menant aux PLC 2.0, nous devons assurer que les bonnes personnes occupent les postes qui conviennent, et qu'elles aient les bons outils pour offrir un travail de la plus grande valeur à nos membres. Je suis pleinement engagé à cet égard, tout comme notre personnel.

Les PLC ne sont pas la seule organisation qui se consacre aux causes touchant les producteurs laitiers, mais nous sommes la voix nationale. Je suis engagé à collaborer davantage avec nos membres et intervenants des provinces pour renforcer cette organisation et promouvoir les intérêts des producteurs laitiers canadiens.

C'est avec plaisir que je vous présente ce rapport, et bonne lecture!

# Conseil d'administration

Dairy Farmers of Canada governance comprises a board of directors which sets the direction for, and oversees adherence to, the organization's mandate. The 16 member board comprises Dairy Farmers of Canada's president, and 15 members who represent each of Canada's provinces and the Canadian Dairy Network. Their counsel and stewardship ensures that all provinces are represented at a national level.

## L'exécutif



### Pierre Lampron, président

Le président des Producteurs laitiers du Canada, Pierre Lampron, élu en juillet 2017, est propriétaire d'une ferme biologique dans la région de la Mauricie, au Québec, avec ses deux frères. Il a été élu membre du conseil d'administration des Producteurs de lait du Québec en 2000 et a été nommé membre du conseil d'administration des Producteurs laitiers du Canada en 2007. Pierre a également participé à divers comités et est président de Valacta depuis 2013, où il surveille la fusion de Valacta, du Réseau laitier canadien et de CanWest DHI. En tant que directeur, Pierre Lampron croit qu'en travaillant ensemble, les producteurs laitiers peuvent atteindre leurs buts et faire avancer les dossiers plus efficacement.

Avant la présidence des Producteurs laitiers du Canada, l'engagement national de Pierre comprenait la direction du comité de l'Initiative proAction sur le bien-être animal et sa participation au Comité de promotion des Producteurs laitiers du Canada. Il a également été membre du comité de direction de la Coalition canadienne pour la santé des animaux et du Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage. Au nom des Producteurs laitiers du Canada, Pierre a monté le Kilimandjaro en février 2017 et a amassé plus de 500 000 \$ en association avec la Fondation Tim Horton pour les enfants.



### Reint-Jan Dykstra (NB), vice-président

M. Dykstra est né et a grandi aux Pays-Bas, puis a émigré au Canada en 1979. C'est très tôt dans sa carrière de producteur agricole qu'il s'est tourné vers l'industrie laitière.

M. Dykstra a été élu administrateur de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick en 1997 et a siégé sur divers comités au cours des 16 dernières années. En 2001, il a été élu vice-président, puis, en 2004, président. L'implication de M. Dykstra au sein des Producteurs laitiers du Canada date de 1999, moment où il a été nommé au Comité de promotion. En 2006, il a été nommé au conseil d'administration des Producteurs laitiers du Canada à titre de représentant du Nouveau-Brunswick, puis, en 2013, il a été élu au Comité exécutif.







## Ralph Dietrich (Ont.), vice-président

Ralph Dietrich, un producteur laitier de Mildmay, en Ontario, a été nommé vice-président du conseil d'administration des Producteurs laitiers du Canada en juillet 2017. Il est membre du conseil d'administration des Producteurs laitiers du Canada depuis 2014.

M. Dietrich a été élu en 2011 comme représentant des producteurs laitiers des comtés de Bruce et Grey au conseil d'administration des Dairy Farmers of Ontario; il avait déjà été directeur et président de la coopérative Aliments Gay Lea. Actuellement, il est président de Dairy Farmers of Ontario et membre du Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait (CCGAL) et de l'organisme de supervision du P5.



## Bruno Letendre (QC), vice-président

Depuis 1978, M. Letendre est propriétaire d'une ferme laitière en Estrie. En 2012, M. Letendre a été élu au Comité exécutif des Producteurs laitiers du Canada.

M. Letendre est président des Producteurs de lait du Québec depuis décembre 2011; en avril 2009, il avait été élu vice-président. En plus d'être président du Syndicat des producteurs de lait de l'Estrie depuis avril 2002, il participe au Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait (CCGAL) et au P5.



## David Wiens (MB), vice-président

Actuellement, David est membre de plusieurs comités importants pour les Producteurs laitiers du Canada, notamment le comité sur proAction et le Conseil canadien de la recherche laitière. Il a été président du Comité de promotion des Producteurs laitiers du Canada de 2002 à 2005. En juillet 2011, David a été élu au Comité exécutif des Producteurs laitiers du Canada.

Il a été élu au conseil d'administration des Producteurs laitiers du Manitoba à l'automne 1995, avant d'accéder à la présidence des Producteurs laitiers du Manitoba en décembre 2006.



# Conseil d'administration



Albert Fledderus,  
Ontario



Jeff Peddle,  
Terre-Neuve



Gerrit Damsteegt,  
Nouvelle-Écosse



Nick Thurler,  
Ontario



David Janssens,  
Colombie-Britannique



Ed Friesen,  
Réseau laitier  
canadien



Daniel Gobeil,  
Québec



Gilbert Perreault,  
Québec



Ron Maynard,  
Île-du-Prince-Édouard



Blaine McLeod,  
Saskatchewan



Gert Schrijver,  
Alberta



## Comités et organisations externes

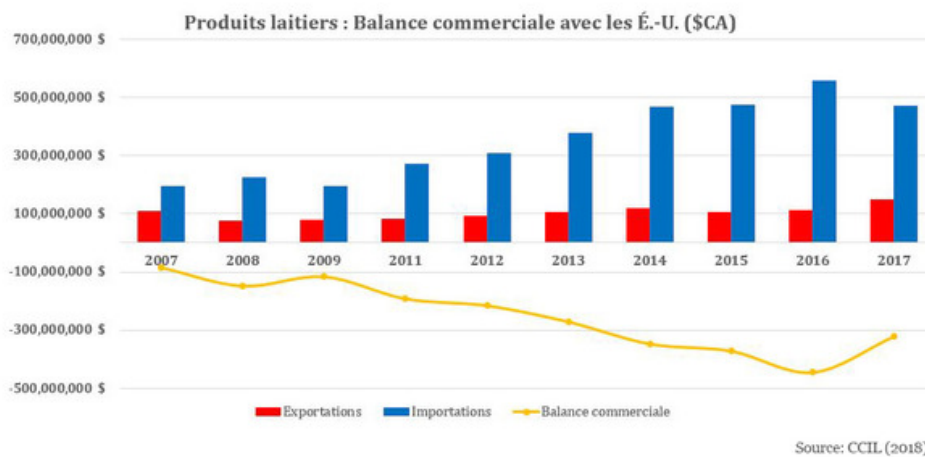
- Comité proAction
- Comité de promotion
- Conseil canadien de recherche laitière
- ▲ Comité de la vérification et des finances
- Association canadienne pour les plantes fourragères
- Réseau laitier canadien
- Coalition canadienne pour la santé des animaux
- Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage
- Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage
- Comité consultatif industrie-gouvernement sur la traçabilité
- ▲ Agence canadienne d'identification du bétail
- ▲ Comité consultatif TracÉLaitier
- Table ronde sur la chaîne de valeur du bœuf

## Équipe de direction

- Jacques Lefebvre, chef de la direction
- Chantal Leblanc, directrice, Gestion du talent et de l'excellence du rendement
- Thérèse Beaulieu, directrice par intérim, Communications et relations gouvernementales
- Lucie Bérubé, directrice par intérim, Marketing
- Sylvie Larose, CPA, CA, directrice, Finances
- Yves Leduc, directeur, Politique et commerce international
- Isabelle Neiderer, directrice, Nutrition
- Jim Selman, directeur, Relations d'affaires avec les intervenants
- Pamela Harrod, chef du contentieux et secrétaire corporative
- Caroline Thebault, adjointe administrative

Faits saillants et  
centres d'intérêt  
de l'organisation

Le marché des produits laitiers au Canada est en croissance depuis quelques années, et les quotas ont augmenté pour répondre à cette demande de produits laitiers au Canada. En conséquence, les investissements aux niveaux des fermes et de la transformation ont été notables. Cependant, 2018 montre des signes d'affaiblissement de la demande. La balance commerciale entre le Canada et les États-Unis, de plus en plus positive, s'est affaiblie en 2017 et se situe actuellement environ au même niveau qu'en 2014, au moment où il n'était pas encore nécessaire d'importer de la matière grasse pour pallier la hausse rapide de la demande. Au cours des 10 dernières années, le déficit commercial du Canada dans le secteur des produits laitiers (défini comme étant le commerce de produits en vertu du Chapitre 4) a fluctué d'année en année, mais s'est globalement accru pour atteindre un sommet en 2016. En 2017, le Canada a importé pour une somme colossale de 470,6 millions de dollars en produits laitiers américains. Lorsque l'on ajoute à cette somme les importations d'autres produits laitiers non assujettis à un contingent tarifaire, on constate que le Canada est encore plus généreux dans ses importations de produits des États-Unis et d'ailleurs dans le monde.



Sur le plan du commerce, incertitude et imprévisibilité décrivent le mieux les renégociations actuelles de l'ALENA. Pour prendre le pouls de la population canadienne, les Producteurs laitiers du Canada ont mandaté Ipsos de mener un sondage sur les attitudes des consommateurs à l'égard du secteur laitier, de la gestion de l'offre et de l'ALENA. Les résultats montrent que 75 % des Canadiens croient que le secteur laitier canadien devrait être défendu et que le gouvernement fédéral doit faire plus d'efforts en la matière dans le contexte des renégociations de l'ALENA. De plus, 8 Canadiens sur 10 partagent les préoccupations des producteurs laitiers canadiens à l'égard de la renégociation de l'ALENA et des concessions éventuelles qui pourraient en découler.

Les récentes tendances du marché sont atténuées par l'impact des accords commerciaux qui ont été signés et qui donnent un accès au marché canadien des produits laitiers. Les technologies alimentaires évoluent, et les Producteurs laitiers du Canada, tout comme le reste de l'industrie laitière mondiale, surveillent de près les perturbations du marché qui pourraient être causées par les « protéines laitières » et autres « viandes » fabriquées en laboratoire.

Les Producteurs laitiers du Canada sont également très au fait des tendances à long terme, qui montrent un déclin de la consommation de lait nature, particulièrement chez la plus jeune génération. Les milléniaux changent le marché dans son ensemble, et le secteur laitier n'échappe pas à cette tendance. En effet, les membres de la plus jeune génération sont plus déterminés à joindre le geste à la parole en faisant des choix alimentaires fondés sur leurs sensibilités à l'égard de l'empreinte environnementale des aliments, de l'économie locale, de la valeur nutritionnelle et du bien-être animal.

Les choix alimentaires s'accompagnent d'occasions, mais aussi de risques pour le secteur laitier. Avec l'Initiative proAction, nous avons toutefois mis en place l'infrastructure requise pour prouver que les producteurs posent les bons gestes pour les animaux et l'environnement. Le secteur laitier est le premier ou le deuxième secteur agricole en importance dans 7 des 10 provinces canadiennes, contribuant ainsi à l'économie locale partout au pays. Évidemment, faire connaître la valeur nutritive supérieure des produits laitiers demeure l'un des priorités de l'organisation.

# Communications et relations gouvernementales



Les priorités des départements des Communications et des Relations gouvernementales reflètent les priorités des Producteurs laitiers du Canada et du gouvernement et évoluent et s'adaptent aux situations qui se présentent. Le département des Communications protège et améliore la réputation des Producteurs laitiers du Canada et soutient sa vision stratégique. En coopération avec tous les départements, il fait la promotion des valeurs de l'organisation tout en améliorant la compréhension et le soutien aux yeux du public.

Les Relations gouvernementales servent de liaison avec le gouvernement fédéral. Grâce à des relations stratégiques, elles améliorent la compréhension de la mission des Producteurs laitiers du Canada et le soutien à l'égard de celle-ci. L'équipe interagit avec le Cabinet du premier ministre, les principaux ministres du gouvernement, les députés et leurs employés, les chefs et membres de l'opposition et les bureaucrates.

## Défense des intérêts

### Stratégie en matière de saine alimentation et étiquetage sur le devant des emballages

Santé Canada prévoit mettre en œuvre une Stratégie en matière de saine alimentation comportant trois composantes qui ont toutes une incidence sur la perception des produits laitiers. En juillet 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont encouragé les producteurs à participer à la consultation publique de Santé Canada sur le Guide alimentaire. Les Producteurs laitiers du Canada ont également fourni des commentaires sur la réglementation de la publicité destinée aux enfants et sur les avertissements sur le devant des emballages. Les Producteurs laitiers du Canada continueront à participer pleinement tout au long du processus, afin de s'assurer que les Canadiens continueront à profiter de produits laitiers nutritifs dans le cadre d'une alimentation saine et équilibrée.

Les Producteurs laitiers du Canada, les membres provinciaux et d'autres intervenants alliés ont encouragé tous les Canadiens à participer à la consultation de la Gazette du Canada, partie 1, par le truchement du site Web Gardons les Canadiens en santé et à faire connaître la campagne à leur famille et à leurs amis. Au bout du compte, plus de 7 600 présentations individuelles ont été envoyées, ce qui dépasse l'objectif des Producteurs laitiers du Canada, qui était de 5 000 présentations.

En conséquence directe de la défense constante des intérêts des Producteurs laitiers du Canada dans ce dossier, Santé Canada a annoncé en février 2018 une exemption du lait entier de l'étiquetage sur le devant des emballages. Les Producteurs laitiers du Canada continuent à demander des exemptions pour tous les produits laitiers.

Les Producteurs laitiers du Canada ont envoyé une présentation à la consultation de la Gazette du Canada, partie 1, concernant les avertissements sur le devant des emballages. La présentation complète cite près de 100 sources scientifiques différentes exposant les bienfaits nutritionnels des produits laitiers contribuant à la réduction des maladies chroniques jugées prioritaires par Santé Canada. Les Producteurs laitiers du Canada ont stratégiquement remis en question l'analyse coûts-avantages du gouvernement, demandant à ce qu'il mène une étude plus poussée sur les coûts du règlement proposé. Les Producteurs laitiers du Canada ont également rallié d'autres intervenants à ce sujet.

Les présentations des Producteurs laitiers du Canada au gouvernement sont disponibles sur le site [producteurslaitiers.ca](http://producteurslaitiers.ca).

## Journée de lobby et réception du secteur laitier

**Le 6 février 2018** La journée a commencé par un déjeuner éducatif pour les parlementaires, mettant en vedette deux conférenciers, le sondeur Nik Nanos, et le Dr Andrew Samis, dont l'exposé était directement lié à la Stratégie en matière de saine alimentation.

**Journée de lobbying** Des producteurs délégués par toutes les provinces ont rencontré plus de 160 députés et sénateurs pour discuter de préoccupations liées à l'ALENA, au PTPGP et à la Stratégie en matière de saine alimentation. Les producteurs ont offert le livret Portrait de l'industrie laitière de 2018, exposant les enjeux essentiels qui touchent l'industrie laitière du Canada.

**Réception** près de 400 invités, dont 55 députés. Lawrence MacAulay, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire; Frédéric Seppey, principal négociateur du Canada en matière d'agriculture; et Bill Casey, président du Comité permanent de la santé.



Pierre Lampron, Minister Laurence MacAulay, MP James Bezan, Jacques Lefebvre

### Journées de lobby du Conseil

Pour augmenter nos efforts de sensibilisation, le conseil d'administration consacre une demi-journée de ses réunions habituelles pour faire du lobbying auprès des principaux ministres, députés, sénateurs et employés. Les réunions du printemps dernier ont porté principalement sur les effets cumulatifs du commerce international et de la proposition du gouvernement concernant l'étiquetage sur le devant des emballages.

### Mon lait canadien

Le site Web [monlaitcanadien.ca](http://monlaitcanadien.ca) est un portail clé pour échanger, avec les Canadiens intéressés, des renseignements sur les principaux enjeux en matière de lobbying. Pendant la dernière année, le site a servi à faire mieux connaître la Stratégie en matière de saine alimentation (étiquetage sur le devant des emballages et Guide alimentaire canadien) et les questions commerciales.

15

réunions en mars avec des cadres supérieurs et conseillers au niveau ministériel.

17

réunions en juin avec des députés et sénateurs, notamment avec le ministre Bardish Chagger et des employés du Cabinet du premier ministre.

## Témoignages devant des comités

Les Producteurs laitiers du Canada ont témoigné quatre fois devant divers comités de la Chambre des communes et du Sénat (Agriculture et Agro-alimentaire et Agriculture et forêts, respectivement) entre juillet 2017 et juillet 2018, chaque présentation étant accompagnée d'une soumission écrite. Les réunions traitaient d'un éventail de sujets, notamment : la taxe sur le carbone et d'autres modifications de la taxation; des initiatives de recherche dans le cadre du prochain programme Cultivons l'avenir, et les accords commerciaux. Tout au long de chacune de ces présentations, les Producteurs laitiers du Canada ont profité de chaque occasion pour rappeler aux membres du comité les effets cumulatifs qu'ont collectivement les enjeux sur les producteurs laitiers canadiens.

# Communications aux producteurs laitiers et aux intervenants

## Application mobile ExpressLaitier+

À la Conférence sur la politique laitière de février 2018, les Producteurs laitiers du Canada ont présenté un nouvel outil de communication destiné à tous les producteurs laitiers partout au Canada, l'application ExpressLaitier+. Fournissant les plus récentes nouvelles des Producteurs laitiers du Canada directement aux producteurs laitiers, rapidement et efficacement, l'application permet aux producteurs d'échanger leurs réactions à ces mises à jour. L'application contient une foire aux questions exhaustive regroupant des questions que posent ou que pourraient poser les consommateurs sur des sujets allant de la valeur nutritive des produits laitiers aux pratiques agricoles et à leur impact sur l'environnement. En bref, la foire aux questions est là pour que les producteurs aient facilement accès à divers chiffres nationaux et pour qu'ils soient mieux équipés pour répondre aux questions difficiles des consommateurs.

L'application ExpressLaitier+ est disponible dans l'App Store ou Google Play, mais les Producteurs laitiers du Canada ont mis en place un processus de validation pour s'assurer que cette application demeure accessible uniquement aux producteurs laitiers détenant un permis.

<b>L'Express laitier</b>	Envoyé par courriel aux producteurs laitiers toutes les deux semaines, l'Express laitier informe les producteurs des initiatives des Producteurs laitiers du Canada et des efforts des intervenants que nous soutenons.
<b>ExpressLaitier+</b>	Application mobile accessible uniquement aux producteurs laitiers autorisés et présentant des nouvelles et des foires aux questions.
<b>Publications provinciales</b>	Les Producteurs laitiers du Canada offrent des articles intégrés dans les bulletins des organisations provinciales de producteurs laitiers, ainsi que dans les magazines Info Holstein et Progressive Dairyman.
<b>Le blogue laitier</b>	Le blogue laitier offre aux producteurs laitiers canadiens un endroit où partager leurs histoires et parler de la vie à la ferme.

## Relations avec les médias et médias sociaux

Les Producteurs laitiers du Canada utilisent une combinaison de médias sociaux et traditionnels pour transmettre leurs messages aux intervenants. L'organisation exprime sa position et fournit des commentaires sur divers enjeux au moyen d'entrevues, de communiqués de presse et de déclarations. Au quotidien, les comptes Facebook et Twitter des Producteurs laitiers du Canada encouragent la prise de contact avec les intervenants, les producteurs et le public. Le blogue fournit aussi une plateforme où les porte-parole peuvent formuler des commentaires et aborder des enjeux pertinents pour le secteur laitier canadien.



## Collaboration

Les Producteurs laitiers du Canada établissent des partenariats avec diverses organisations ayant un intérêt semblable à cœur .

### Regroupements nationaux des producteurs d'œufs et de volaille

- Réception visant à souligner les bienfaits de la gestion de l'offre aux délégations de l'ALENA Montréal, janvier 2018
- Présence à la conférence de la Fédération canadienne des municipalités 1er au 3 juin 2018
- Cantine du centre-ville Ottawa, le 12 juin 2018

### Regroupements de producteurs laitiers et de transformateurs

- Célébration en ligne de la Journée mondiale du lait Partout dans le monde, le 1er juin
- Don conjoint de produits laitiers à la Mission d'Ottawa Ottawa, le 1er juin 2018



@WorldMilkDay (Twitter)

La journée internationale du lait fut un grand succès, alors que 586 événements ont eu lieu dans 72 pays, le 1er juin 2018. La conversation a permis d'atteindre 1,1 milliard d'impressions (1er mai au 2 juin)

### Cantine du centre-ville, le 12 juin 2018



- 2 500 aliments servis
- 40 députés et sénateurs se sont présentés
- 23 686 719 impressions dans les médias sociaux (plus de 1 911 publications provenant de 1402 utilisateurs uniques)
- 31 624 209 impressions dans les médias traditionnels
- 29 reprises d'extraits de communiqué, générant 684 921 impressions.

## Partenariats

Chaque année, les Producteurs laitiers du Canada reçoivent des demandes d'organisations qui cherchent à obtenir des fonds externes pour leurs activités. Les Producteurs laitiers du Canada voient les dons et les partenariats comme des occasions de créer des liens avec les Canadiens d'un bout à l'autre du pays et de les soutenir, tant dans les communautés urbaines que dans les communautés rurales. Les Producteurs laitiers du Canada fournissent un soutien financier à des organisations qui sont en accord avec les objectifs, les valeurs et les domaines de priorité des Producteurs laitiers du Canada.

En 2017-2018, les Producteurs laitiers du Canada ont établi un partenariat avec divers groupes et ont parrainé les conférences suivantes :

- Sommet canadien sur les aliments et les boissons
- Food Bloggers of Canada
- Canadian Farm Writers Federation
- Jeunes agriculteurs d'élite du Canada
- L'agriculture, plus que jamais
- Jour de l'agriculture canadienne
- Journée des terroirs du Canada/Université de Guelph 2018
- Manning Networking Conference
- La Fédération canadienne des municipalités
- Jeux d'été du Canada
- Canada 2020



# Politique et commerce international

# Politique et commerce international



Le département de la politique et du commerce fournit une analyse et des recommandations concernant les politiques internationales et intérieures. Le département recueille et diffuse des renseignements sur les marchés aux membres, représente les intérêts des producteurs laitiers dans divers forums et élabore, met en œuvre ou administre des programmes nationaux comme proAction.

## Favoriser l'expansion du marché

### Analyse du marché

Le cabinet ÉcoRessources est retenu pour procéder à une analyse des retombées économiques du secteur laitier canadien. La plus récente étude a clairement démontré l'impact positif de l'industrie laitière sur l'économie canadienne dans son ensemble : Elle soutenait 221 000 emplois à temps plein en 2015; elle a contribué à hauteur de 19,9 milliards de dollars au produit intérieur brut du Canada, et elle a généré 3,8 milliards de dollars en recettes fiscales. Une analyse révisée, menée plus tard en 2018, devrait démontrer une croissance continue de la contribution du secteur à l'économie canadienne.

### Outils d'analyse

Les Producteurs laitiers du Canada s'efforcent constamment d'améliorer la diffusion des données, la transparence et la communication avec ses membres, à l'aide d'outils qui analysent et affichent de grands ensembles de données qui soutiennent le travail de divers départements et membres des Producteurs laitiers du Canada.

Ces outils regroupent des renseignements importants sur les ventes au détail, les ventes du secteur de la restauration, les ventes à la ferme, les tendances sur le marché mondial et le commerce international. Tous les trimestres, les Producteurs laitiers du Canada produisent également le « World Dairy Outlook », qui comprend des prévisions fondées sur l'information du marché concernant les tendances futures.

## Comité national de renseignements sur le marché

Le Comité national de renseignements sur le marché est un comité technique, composé du personnel responsable des politiques des Producteurs laitiers du Canada et des membres provinciaux. Le Comité a un rôle exploratoire et est un forum pour le partage d'information sur le marché et les nouveaux enjeux. Il procède à des analyses techniques dans divers domaines. Au cours de la dernière année, le Comité a travaillé à l'élaboration de la norme nationale pour le lait des vaches nourries à l'herbe au Canada, et nous espérons que cette norme sera reconnue par l'Agence canadienne d'inspection des aliments dans l'avenir.

## Revenus des producteurs

Les Producteurs laitiers du Canada surveillent l'évolution des conditions du marché, y compris le prix composite des producteurs, en accord avec l'objectif énoncé dans la Loi sur la Commission canadienne du lait (1966) de « permettre aux producteurs de lait et de crème dont l'entreprise est efficace d'obtenir une rétribution juste pour leur travail et leur investissement ». En 2018, un écart important entre le prix composite et le coût de production s'est creusé et est devenu une préoccupation importante des producteurs laitiers, et le conseil d'administration a convenu que les circonstances étaient exceptionnelles à la réunion du conseil d'administration de juin 2018.

## Commerce international

Les Producteurs laitiers du Canada surveillent étroitement l'évolution des accords commerciaux internationaux nouveaux et existants et leur incidence sur l'industrie laitière canadienne, notamment : l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), le lancement des négociations commerciales avec le MERCOSUR, la mise en œuvre de l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne (UE), l'Alliance du Pacifique et la Chine et la renégociation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), qui a commencé en août 2017. Le département mène des études d'impact approfondies en utilisant des modèles conçus pour tenir compte de la réalité du système laitier canadien, dans le but de s'assurer que les accords n'ait aucune répercussion négative sur l'industrie laitière et le système de gestion de l'offre.



### Accord de libre-échange nord-américain

La renégociation de l'ALENA a commencé officiellement en août 2017, quand les États-Unis ont été l'hôte de la première ronde de négociations à Washington, D.C. Pendant la quatrième ronde de négociations à Washington, en octobre, les États-Unis ont déposé plusieurs demandes inacceptables concernant les produits laitiers, notamment : l'élimination d'un certain nombre de classes de lait, le retrait des normes pour le fromage au Canada de même que des demandes d'accès accru au marché laitier canadien, au-delà de ce qui avait été convenu dans le cadre de l'accord de partenariat transpacifique initial. Ils ont même demandé l'élimination graduelle des droits hors contingent sur une période de dix ans. En bref, les États-Unis ont demandé la fin de la gestion de l'offre au Canada. Le gouvernement canadien a déclaré publiquement que c'était hors de question, et la situation n'a pas beaucoup évolué jusqu'en juin 2018.

### Le département a joué un rôle essentiel :

- en maintenant une présence à chaque ronde de négociations de l'ALENA, et chaque fois que des ministres et des hauts fonctionnaires rencontraient leurs homologues américains;
- en mettant au point un certain nombre d'outils de communication pour les membres, notamment des rapports, des résumés graphiques et des fiches de renseignements;
- en préparant une soumission pour la consultation du gouvernement du Canada sur la renégociation de l'ALENA;
- en fournissant une subvention inconditionnelle à Grey Clark et Shih pour mettre à jour leur étude sur les subventions américaines. L'étude montre que la multitude de programmes américains fournissant une aide directe ou indirecte au secteur laitier coûte aux contribuables américains l'équivalent de 35 \$ par hectolitre.

### Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne

L'AECG est entré en vigueur le 21 septembre 2017, signalant le début de l'importation graduelle de fromages d'Europe, selon les concessions faites par le Canada pendant les négociations (voir le tableau).

tonnes	Année 1 2017	Année 2 2018	Année 3 2019	Année 4 2020	Année 5 2021	Année 6 2022
Fromages Fins	745.3	5 333	8 000	10 667	13 333	16 000
Fromages Industriels	79.1	567	850	1 133	1 417	1 700

Comme prévu, le quota de fromages fins a été presque entièrement atteint, avec un taux de 97 %. Pendant ce temps, les exportations de bœuf et de porc canadiens en Europe ne se sont pas concrétisées, les quotas n'atteignant pas plus de 2,3 %.

Les associations nationales de producteurs laitiers et de transformateurs laitiers avaient demandé que les contingents tarifaires pour le fromage soient attribués uniquement à des fromagers. Toutefois, le gouvernement canadien a alloué 50 % des contingents tarifaires à des fromagers et l'autre 50 % à des commerces de détail.

Pour aider les producteurs laitiers canadiens à surmonter les effets négatifs associés à la perte de 14 % de production de lait attribuable à l'AECG (ce qui représente une perte annuelle de 97,5 millions de dollars en termes de revenus de producteurs), la première ronde de demandes a été ouverte en août 2017 dans le cadre du Programme d'investissement pour fermes laitières. En moins d'une semaine, 3 060 propositions de projets ont été reçues, entraînant la fin abrupte de la période de présentation des demandes. Les Producteurs laitiers du Canada et leurs membres ont exprimé de graves préoccupations à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) concernant l'administration du programme. AAC s'est engagée à les prendre en considération pour une future ronde de demandes.

### Le département :

- a organisé plusieurs conférences téléphoniques entre AAC et des membres provinciaux concernant les mises à jour du Programme d'investissement pour fermes laitières;
- a conçu un modèle qui estime les retombées économiques de l'AECG sur l'industrie laitière;
- surveille l'importation de fromage dans le cadre du contingent tarifaire de l'AECG.

## Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste

Le 23 janvier 2018, le PTPGP a été conclu à Tokyo. Le PTPGP a donc été signé par les 11 partenaires commerciaux transpacifiques le 8 mars 2018, à Santiago, au Chili.

Les Producteurs laitiers du Canada étaient déçus que le PTPGP maintienne les concessions faites dans l'Accord de partenariat transpacifique initial, qui incluait les États-Unis à ce moment-là.

Les concessions relatives à l'accès au marché faites dans le cadre du PTPGP représentent une perte de 3,1 % au chapitre de la production de lait au Canada. C'est 2,2 fois l'impact de l'AECG, et cela représente environ 160 millions de dollars de perte annuelle en revenus agricoles.

Après l'annonce du PTPGP, les Producteurs laitiers du Canada ont tenu une réunion avec les ministres Champagne et MacAulay, qui se sont engagés à mettre en œuvre des mesures pour aider le secteur à faire face à l'augmentation des importations et à maintenir les investissements dans l'industrie.

## Surveillance des importations

La mise en application de mesures de contrôle des frontières est essentielle pour assurer la durabilité d'un système efficace de gestion de l'offre au Canada. Les Producteurs laitiers du Canada travaillent en collaboration avec les membres pour surveiller et aborder les enjeux liés aux importations comme la classification et l'évaluation en douanes appropriée des préparations alimentaires ou la présentation d'une cause de droit devant le Tribunal canadien du commerce extérieur. Les Producteurs laitiers du Canada participent aussi à l'atelier sur les mesures à la frontière, un forum de discussion mobilisant divers ministères et organismes du gouvernement et les regroupements de producteurs de lait, de volaille et d'œufs.

# Développement durable

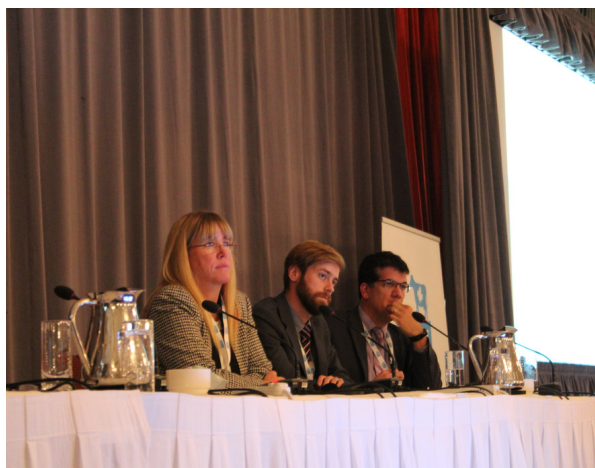
En juillet 2017, les Producteurs laitiers du Canada, l'Association des transformateurs laitiers du Canada et le Comité national canadien de la Fédération internationale du lait ont officiellement signé la Déclaration de Rotterdam sur les produits laitiers, démontrant ainsi leur engagement à améliorer la durabilité de l'industrie.

Alors que l'intérêt des consommateurs à l'égard des régimes alimentaires durables augmente, les Producteurs laitiers du Canada ont maintenu leur participation aux événements et discussions qui cherchent à démontrer et promouvoir le rôle des produits laitiers dans un régime alimentaire nutritif et durable et ont contribué aux stratégies et discussions dans des comités de la Fédération internationale du lait.

Les Producteurs laitiers du Canada sont membres du cadre de durabilité de l'industrie laitière (Dairy Sustainability Framework), qui établit des rapports sur des éléments précis de la durabilité de la production et de la transformation laitières mondiales à l'intention d'organisations internationales comme l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Dans le cadre de cette adhésion, les Producteurs laitiers du Canada ont travaillé à façonner l'élaboration d'indicateurs à l'aide desquels on pourrait démontrer une amélioration continue de la durabilité de l'industrie laitière et à propos desquels on pourrait établir des rapports.

## Symposium

En novembre 2017, plus de 200 intervenants de l'industrie alimentaire se sont réunis à Ottawa pour discuter de l'état de la durabilité de l'industrie laitière. Avec des conférenciers, les discussions de groupe et une visite de deux fermes de l'est de l'Ontario, l'événement a donné une occasion de mieux comprendre divers aspects qui définissent la durabilité de l'industrie laitière canadienne, y compris des avancées dans les technologies génétiques et génomiques, proActionMD, les découvertes de la recherche laitière et le rôle du lait et des produits laitiers dans une alimentation saine et durable. Le symposium a permis la création d'un réseau utile entre tous les membres de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, s'appuyant sur les efforts déployés par les Producteurs laitiers du Canada pour continuer de collaborer avec eux afin de promouvoir la durabilité de l'industrie alimentaire. L'événement a été un catalyseur pour continuer à travailler ensemble afin d'améliorer la durabilité de l'industrie pour les générations à venir.



## Partenariats de l'industrie

En septembre 2017, les Producteurs laitiers du Canada et l'Association des transformateurs laitiers du Canada (ATLC) ont donné une séance de formation à trois vétérinaires qui ont accepté de faire partie du Répertoire national d'inspecteurs vétérinaires en matière de bien-être animal. Les vétérinaires peuvent fournir des services de vérification du bien-être animal en cas d'incident allégué de maltraitance ou de cruauté envers les animaux.

Les Producteurs laitiers du Canada maintiennent également des liens étroits avec les partenaires de l'industrie afin de tirer profit des activités et de travailler pour atteindre des objectifs communs. Dans le secteur du bœuf, les Producteurs laitiers du Canada participent à l'Agence canadienne d'identification du bétail, à la Canadian Roundtable for Sustainable beef et à la Table ronde sur la chaîne de valeur du bœuf. Les Producteurs laitiers du Canada se sont également joints au groupe de travail sur le veau afin de renforcer le lien entre les producteurs laitiers et l'industrie du veau.

Les Producteurs laitiers du Canada collaborent aussi étroitement avec divers organismes du gouvernement, notamment la Direction des médicaments vétérinaires (concernant la mise à jour du règlement régissant l'utilisation des médicaments vétérinaires), l'Agence canadienne d'inspection des aliments et Agriculture et Agroalimentaire Canada.

## Analyse du cycle de vie

En 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont demandé au Groupe AGÉCO de mettre à jour l'analyse du cycle de vie environnemental, une mesure du rendement environnemental de la production de lait au Canada. La dernière analyse a été réalisée en 2012. Cette fois-ci, 555 fermes ont participé à l'enquête, ce qui devrait fournir une image exacte des pratiques actuelles et de la durabilité des fermes laitières canadiennes.

## Santé des animaux

Les Producteurs laitiers du Canada participent à diverses activités axées sur la protection et l'amélioration de la santé du cheptel laitier canadien. Les Producteurs laitiers du Canada participent à de nombreux forums comme le Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage, la Coalition canadienne pour la santé des animaux et le Système canadien de surveillance de la santé animale.

En mars, les Producteurs laitiers du Canada et 15 autres représentants du gouvernement et de l'industrie ont entrepris un examen critique de la politique du Canada et de la stratégie d'intervention dans l'éventualité d'une épidémie de fièvre aphteuse. Les Producteurs laitiers du Canada participent à l'élaboration d'une stratégie par les intervenants de l'industrie, qui sera plus tard présentée au gouvernement.

## L'Initiative proAction

Les Producteurs laitiers du Canada continuent à élaborer et mettre en œuvre l'initiative proAction, avec la collaboration de comités techniques, de groupes de travail, de coordinateurs provinciaux et la surveillance du comité sur proAction.

Les Producteurs laitiers du Canada soutiennent la reconnaissance par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) du module de salubrité des aliments de proAction et la reconnaissance par le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage du module des soins aux animaux. Les Producteurs laitiers du Canada demandent également du financement offert dans le cadre du Partenariat canadien pour l'agriculture pour les initiatives de l'industrie qui visent à améliorer la traçabilité et l'assurance du marché.

La phase de validation des modules de traçabilité et de soins des animaux a commencé en 2017, avec Holstein Canada comme fournisseur de choix pour les services d'évaluation des bovins pendant la première période de deux ans. Les Producteurs laitiers du Canada, les associations provinciales et Holstein Canada travaillent sur les conditions d'utilisation pour les prochaines années. L'élaboration de matériel de formation sur la biosécurité et les analyses du risque et de l'importance relative des questions environnementales ont été des efforts clés déployés en 2017 et 2018.

Parmi les nouveaux documents publiés sur le site Web proAction des Producteurs laitiers du Canada, mentionnons les suivants :

- Le nouveau manuel de référence et cahier de travail, publié en juillet 2017, comprend les trois modules actifs que sont la salubrité des aliments, les soins aux animaux et la traçabilité du bétail.
- La formation et le matériel de communication pour les producteurs et les vétérinaires concernant la biosécurité.

## TracéLaitier

Les Producteurs laitiers du Canada et le Réseau laitier canadien ont mis en place un système national de traçabilité pour les bovins laitiers, appelé TracéLaitier, qui devrait être prêt en 2019.

TracéLaitier permettra de suivre les déplacements des animaux et de réagir plus rapidement si une urgence en matière de santé animale survient. Soutenu par divers regroupements de producteurs laitiers, ce système s'appuie sur l'expertise du Réseau laitier canadien, qui fournit déjà plusieurs services de renseignements et de gestion des données pour toutes les races de bovins laitiers au Canada. L'ACIA a confirmé que le Réseau laitier canadien satisfait aux critères d'admissibilité exigés par la réglementation fédérale pour devenir un administrateur responsable. Au début de 2018, le Réseau laitier canadien et les Producteurs laitiers du Canada ont mis sur pied un comité consultatif pour surveiller la mise en place de TracéLaitier, et le Réseau laitier canadien a signé un contrat avec Agri-Traçabilité Québec (ATQ), qui sera le fournisseur de services de gestion des données.



Marketing



L'équipe de marketing des Producteurs laitiers du Canada met en place et exécute des campagnes pour promouvoir une image positive des producteurs laitiers canadiens et du lait de qualité que leurs vaches produisent. Les campagnes sont conçues pour encourager un vaste éventail de consommateurs canadiens à inclure les produits laitiers dans leur alimentation et à choisir des produits faits avec du lait canadien.

## Mesurer le rendement

En avril 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont introduit un tableau de bord d'indicateurs de rendement clés afin de surveiller le rendement et de mesurer et évaluer les perceptions des consommateurs canadiens. S'appuyant sur de multiples sources comme les données rapportées par Nielsen quant aux ventes de produits laitiers et aux dépenses en publicité, cet outil fournit au personnel et aux membres des Producteurs laitiers du Canada un instantané en temps réel de l'évolution des attitudes, des perceptions et des comportements des consommateurs en réaction à des campagnes de publicité précises, ce qui permet aux équipes de marketing, de nutrition et de vente au détail d'évaluer et de déterminer le rendement du capital investi dans de nombreuses campagnes au fur et à mesure qu'elles ont lieu.

## Campagnes 2017

### *If it's made with Canadian milk, it's worth crying over*

La campagne, d'abord lancée au début de 2017, s'est poursuivie tout au long de l'été et de l'automne avec une publicité à la télévision, une autre au cinéma, des publicités externes et des publicités numériques.

Les publicités ont été orientées vers le site laitdequalite.ca où les Canadiens peuvent lire de l'information de haut niveau concernant le travail et le dévouement des producteurs laitiers canadiens pour produire du lait de qualité. On encourage les visiteurs à rechercher les produits laitiers de grande qualité faits de lait canadien et on leur rappelle que le lait est le principal ingrédient du fromage, de la crème glacée, du yogourt et du beurre.



Résultats IMI*	Référence IMI	Résultats de la campagne
Portée	40% +	11 millions de Canadiens 61% du nombre total d'utilisateurs de produits laitiers
Impact sur l'équité des Producteurs laitiers du Canada (% net plus favorable)	+30%	+43%
Impact sur les achats (% net d'augmentation de la prise en considération)	+30%	+36%
Rapport coût-efficacité (par marché cible joint)		\$0.26



# Lait

## Pour A Tall Cold One

Tout au long de 2017, la campagne Pour A Tall Cold One visait à augmenter la consommation de lait des consommateurs, surtout en dehors du déjeuner. La campagne estivale sur le thème de la balle molle comprenait aussi un concours en collaboration avec une commandite des Blue Jays de Toronto. L'objectif était d'accroître la consommation de lait pendant les mois chauds. Après avoir vu la publicité à la télévision, 91 % des répondants au sondage ont réagi positivement au message transmis.

### Résultats IMI\*      Référence IMI      Résultats de la campagne

Portée	40% +	46 % du nombre total d'utilisateurs de produits laitiers
Impact sur l'équité des Producteurs laitiers du Canada (% net plus favorable)	+30%	+50%
Impact sur les achats (% net d'augmentation de la prise en considération)	+30%	+39%
Rapport coût-efficacité (par marché cible joint)		\$0.46



voir la vidéo



## Campagne du lait du temps des fêtes

La vidéo d'animation des Fêtes de 60 secondes répondait à la question suivante : « Est-ce que le père Noël boit réellement tout le lait qui est laissé pour lui la veille de Noël? » L'objectif était de renforcer la connaissance et l'appréciation du lait de qualité canadien, tout en augmentant le volume de lait de consommation vendu pendant la période des Fêtes. Dans le cadre du déploiement, les Producteurs laitiers du Canada ont collaboré avec des blogueurs qui s'intéressent à l'alimentation, afin qu'ils partagent leurs souvenirs des Fêtes et la vidéo d'animation et de divers médias en ligne et ont noué un partenariat avec Spotify, où une liste de lecture sur le thème des fêtes affichant la marque était offerte.

La campagne a duré plus de 5 semaines en Colombie-Britannique, en Alberta, en Saskatchewan, au Manitoba, en Ontario et dans le Canada atlantique.

### Résultats IMI\*      Référence IMI      Résultats de la campagne

Portée	40% +	21 % du nombre total d'utilisateurs de produits laitiers
Impact sur l'équité des Producteurs laitiers du Canada (% net plus favorable)	+30%	+66%
Impact sur les achats (% net d'augmentation de la prise en considération)	+30%	+47%
Rapport coût-efficacité (par marché cible joint)		\$0.36



voir la vidéo



## Lait au chocolat

La campagne du printemps 2017 a continué à présenter le lait au chocolat comme une boisson de récupération après l'entraînement avec des publicités dans les centres d'entraînement, les abribus et divers dépanneurs. Les Producteurs laitiers du Canada ont créé une expérience pour célébrer les athlètes de tous les jours à l'occasion de 13 événements sportifs en Ontario et dans le Canada atlantique. Pour inciter la consommation sur le pouce, les affiches dans 374 magasins, dans les espaces numériques et sociaux et dans des propriétés appartenant à des commerces de détail ont fait la promotion du lait au chocolat, rejoignant les consommateurs partout dans les Maritimes, en Ontario, en Saskatchewan et en Alberta.

## Fromage

### Le fromage canadien. Fabriqué avec créativité.

La campagne de 2017 ciblant les milléniaux s'est poursuivie à l'automne et elle vise toujours principalement à améliorer la perception de qualité associée aux fromages canadiens afin de maintenir la croissance sur le marché intérieur, au fur et à mesure que la concurrence des fromages importés augmente.

- Mémorisation élevée du visuel de la campagne
- Effet important sur l'intention d'achat (+55 % d'augmentation de la prise en considération)
- Plus de 3,4 millions d'impressions sociales
- 41 000 engagements.

Le programme d'influence comprenant des adeptes de YouTube et le célèbre chef Danny Smiles pour promouvoir la créativité des fromages et fromagers canadiens a généré plus de 8 millions d'impressions sur le Web et plus de 16 800 clics vers la page YouTube des Producteurs laitiers du Canada.



voir la vidéo



#### Résultats IMI\*

#### Référence IMI

#### Résultats de la campagne

Portée	40% +	5,05 millions de Canadiens 28 % du nombre total d'utilisateurs de produits laitiers
Impact sur l'équité des Producteurs laitiers du Canada (% net plus favorable)	+30%	+63%
Impact sur les achats (% net d'augmentation de la prise en considération)	+30%	+55%
Rapport coût-efficacité (par marché cible joint)		\$0.62

## Planche à fromage en bois

Les consommateurs qui achetaient quatre fromages ou plus affichant le logo de certification d'origine Lait de qualité des Producteurs laitiers du Canada ou le logo Lait 100 % canadien recevaient gratuitement une planche à fromage en bois ayant la forme du Canada.

Un total de 60 blogueurs et médias importants ont également reçu la planche, accompagnée de trois fromages canadiens différents, afin de générer une couverture médiatique de la campagne. Cela a permis d'atteindre 18 852 084 impressions générales et 93 mentions dans les médias traditionnels et sociaux.

De juin à octobre 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont participé à 12 festivals gastronomiques et culturels tenus aux quatre coins du pays, aux fins de sensibilisation à la qualité des fromages canadiens et d'augmentation de leur consommation parmi les consommateurs de la tranche des 18-34 ans. Plus de 32 100 consommateurs ont été abordés et 122 000 échantillons de fromages ont été distribués.



## Buy with pride, Buy Canadian

Après le lancement du nouveau logo des Producteurs laitiers du Canada en 2017, les Producteurs laitiers du Canada se sont concentrés sur l'éducation des consommateurs canadiens afin d'assurer une transition réussie vers le nouveau logo sur le marché, pour mieux identifier les produits faits de lait et d'ingrédients du lait de grande qualité. La campagne Buy with pride, Buy Canadian a été lancée pendant nombre de célébrations en magasin du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.

Elle a généré plus de 300 millions d'impressions en magasin et en ligne, et des dépliants présentant les deux logos de certification des Producteurs laitiers du Canada et le message « Buy with pride, Buy Canadian » pour mousser les ventes dans les sections des magasins réservées aux produits laitiers, aux fromages fins et aux produits congelés.

## Calendrier du lait

Le Calendrier du lait 2018 des Producteurs laitiers du Canada a fait la lumière sur les avantages des aliments locaux, durables et préparés à la main. Plus de 2 millions d'exemplaires ont été insérés dans des journaux et magazines en Ontario et dans le Canada atlantique. Des événements de distribution ont eu lieu à Toronto et Halifax, et les conseils provinciaux de l'ouest ont commandé plus de 112 200 exemplaires pour distribution. Les 13 recettes et vidéos seront promues sur divers sites Web tout au long de l'année 2018.

## Nourrir la passion du sport féminin

En 2017, les représentants des Producteurs laitiers du Canada ont assisté à 12 événements sportifs commandités partout au pays, y compris les Jeux du Canada et les championnats juniors de natation. Ces événements encouragent les jeunes équipes sportives, les athlètes individuels et les organisateurs communautaires de sports pour les femmes et les filles.

## Le Fonds du sport féminin

En 2017, le Fonds du sport féminin a accordé 30 subventions de 5 000 \$ à des athlètes, équipes et organisations féminines partout au Canada, pour un total de 150 000 \$. Les Producteurs laitiers du Canada ont reçu plus de 3 097 demandes pour le Fonds. Actuellement, le programme est en suspens et subira une évaluation et un examen en 2018 afin de mieux établir sa place dans le paysage des Producteurs laitiers du Canada en 2019.



## Commandites, foires et expositions

Les Producteurs laitiers du Canada ont tenu des kiosques de marketing ou organisé des activités à tous les festivals, événements et lieux ci-dessous :



Cyclo-défi Enbridge contre le cancer, Vancouver



Halifax Mooseheads



HSBC Rugby Women's Sevens, Vancouver



Marathon Blue Nose, Halifax



London Life Road Races, Forest City

- Mac & Cheese Festival, Toronto
- YVR Food Festival, Vancouver
- Winnipeg Folk Festival
- Cavendish Beach Festival
- Taste of Edmonton
- Wayhome, Oro, Medonte
- Regina Folk Festival
- iHeart Radio Beach Ball, Vancouver
- Festival international du film de Toronto
- Rifflandia, Victoria
- Indulge Food Festival, Saint-Andrews
- Halifax Pop
- Fête du Canada, Ottawa
- Journée nationale de la crème glacée, Toronto, Halifax, Vancouver
- Festival de la Curd, St-Albert
- London Life Road Race, Forest City
- Marathon de Mississauga
- Marathon Blue Nose, Halifax
- Cyclo-défi Enbridge contre le cancer, Vancouver
- Festival de bateaux dragons, Ottawa
- Tournoi de volleyball de plage H.O.P.E., Ottawa
- One Walk to Conquer Cancer, Toronto
- Road Hockey to Conquer Cancer, Toronto
- Maritime Race Weekend
- Marathon de Niagara Falls
- Courir pour lire, Moncton
- La course à la vie CIBC, Toronto
- Marathon de l'Î.-P.-É., Charlottetown
- HSBC Rugby M's Sevens, Vancouver
- Coupe Clarkson, Ottawa
- HSBC Rugby W's Sevens, Vancouver
- Championnats canadiens juniors de natation, Toronto
- Jeux du Canada, Winnipeg
- Rugby Minor Youth Festival, Ontario
- Fast and Female Summit, Calgary
- Célébration Les femmes et le sport de l'ACAFS, Toronto
- Mooseheads d'Halifax

# Relations d'affaires avec les intervenants

# Relations d'affaires avec les intervenants

The Business Stakeholder Relations team strives to build strong relationships with Canadian dairy processors, retailers and food service operators to identify market opportunities across the country.

## Agropur

Agropur affiche le logo de certification d'origine sur plus de 600 produits. La plus importante coopérative laitière du Canada affiche le logo des Producteurs laitiers du Canada dans toutes ses publicités à la télévision, dans les médias extérieurs, imprimées ou numériques, dans les magasins, dans les activités commerciales et événements, créant ainsi des millions d'impressions de consommation sur les acheteurs de produits laitiers canadiens.

## Chapman's

Chapman's soutient depuis longtemps les Producteurs laitiers du Canada et le logo de certification d'origine. Pendant l'automne 2017, Chapman's a affiché le logo dans une importante campagne de publicité numérique visant à informer les consommateurs sur l'utilisation de lait canadien dans ses crèmes glacées, de même que sur la qualité et la valeur que cela représente. À l'été 2018, Chapman's adaptera sa campagne pour la télévision. La publicité demande très clairement au téléspectateur de rechercher le logo de certification des Producteurs laitiers du Canada au moment d'acheter des produits Chapman's.



## Dairy Queen

Nouveau partenaire en 2018, Dairy Queen croit fermement en la valeur du lait canadien de qualité dans ses crèmes molles. Cet été, les Producteurs laitiers du Canada montreront leur engagement à l'aide d'affiches et de bannières. À l'automne, Dairy Queen inclura le logo Lait de qualité des Producteurs laitiers du Canada sur des affichages rétroéclairés permanents dans plus de 650 emplacements partout au Canada.



## Tim Hortons

En 2018, les Producteurs laitiers du Canada et Tim Hortons ont poursuivi leur partenariat fructueux. Le programme s'appuie sur la réussite du lancement en 2017 du Latte et introduit deux nouveaux breuvages au café faits de crème et de lait canadiens, le Cappuccino glacé et le Tim Glacé de Tim Hortons, maintenant vendus dans tous les Tim Hortons du Canada. En juin 2018, ces breuvages avaient contribué à l'utilisation de plus de 2,3 millions de litres de lait 2 % et de plus de 1 million de litres de crème 18 %. Ce partenariat est soutenu par une importante campagne médiatique intégrée, qui comprenait des médias de masse et des activités numériques, en plus de l'indication « Choisissez votre produit laitier » sur le menu.



## Expositions commerciales

En 2018, les Producteurs laitiers du Canada ont invité des transformateurs à se joindre à leur kiosque et à présenter leurs marques et produits, ainsi qu'à réseauter avec des représentants de l'industrie au Restaurants Canada Show, du 25 au 27 février, au Grocery & Specialty food West, du 23 au 25 avril, puis au SIAL Canada, du 1er au 4 mai.



# Nutrition



# Nutrition

Grâce à ses programmes d'éducation, de défense des intérêts, de partenariats et de travail sur les politiques en nutrition et en sensibilisation du public, les diététistes des Producteurs laitiers du Canada défendent les intérêts des producteurs laitiers canadiens en améliorant la compréhension de la valeur nutritive et des avantages pour la santé des produits laitiers et en élaborant des stratégies et des outils pour optimiser leur consommation. Le département soutient également la recherche, en partenariat avec des organismes du gouvernement fédéral, afin d'élargir la compréhension scientifique des avantages des produits laitiers pour la nutrition et la santé et d'améliorer l'efficacité, l'innovation et la durabilité des fermes.

## Efforts de sensibilisation à l'échelle nationale

### Symposium sur la nutrition et la santé

En 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont accueilli le 17<sup>e</sup> symposium pancanadien annuel sur la nutrition et la santé. Près de 1 600 diététistes et autres professionnels de la santé ont participé à l'événement mettant l'accent sur la santé des femmes, qui s'est arrêté à Edmonton, Toronto, Montréal et Moncton. Le symposium annuel est un moyen efficace de communiquer les résultats de la recherche scientifique et les plus récents renseignements aux professionnels de la santé et, plus particulièrement, aux diététistes qui jouent un rôle important dans la communication au grand public de renseignements fiables, exacts et à jour sur la nutrition.

### Communauté médicale et santé cardiovasculaire

Grâce à son programme d'éducation destiné aux médecins, les Producteurs laitiers du Canada continuent à prendre contact avec les médecins qui partagent avec eux la nouvelle recherche qui montre que les patients cardiovasculaires peuvent bénéficier de la consommation de produits laitiers comme le lait, le fromage et le yogourt.

En octobre 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont lancé un nouveau programme de formation médicale continue en ligne appelé « Gras saturés, produits laitiers et maladies cardiovasculaires : pratique fondée sur des données scientifiques », afin d'aider les médecins à fournir à leurs patients atteints de maladies cardiovasculaires les plus récentes données scientifiques concernant les gras saturés dans le lait, le fromage et le yogourt et d'encourager leur consommation.

À la fin du mois de mai 2018, les Producteurs laitiers du Canada avaient créé des liens avec plus de 21 000 médecins, dans le cadre de discussions en personne ou de conférences, tenues partout au Canada.

### Webinaires pour les diététistes

Pour la première fois en 2017, les Producteurs laitiers du Canada ont offert des webinaires aux professionnels de la santé, et particulièrement aux diététistes. Trois webinaires ont été organisés et portaient sur les sujets suivants :

- La santé osseuse : produits laitiers, calcium et bien plus
- Révision du Guide alimentaire canadien : la place des produits laitiers
- L'intolérance au lactose : dernières avancées et la place des produits laitiers

Au total, 4 416 professionnels de la santé se sont inscrits à ces webinaires.

## Mois de la nutrition

Les Producteurs laitiers du Canada ont commandité le mois de la nutrition 2018 présenté par Les diététistes du Canada, afin de continuer à démontrer leur engagement envers les professionnels de la nutrition et d'aider à promouvoir les produits laitiers dans le cadre d'une alimentation saine et équilibrée. Le thème et slogan de cette année, « Découvrez le pouvoir des aliments », visant à aider les Canadiens à prendre conscience du pouvoir des aliments de nous donner de l'énergie, de découvrir et de nous rassembler de même que de leur effet sur notre bien-être, notre santé et notre appréciation de la vie. Les Producteurs laitiers du Canada ont distribué plus de 25 000 exemplaires de l'affiche officielle du mois de la nutrition dans des écoles et milieux de soins partout au pays. Cette année, plus de 200 millions d'impressions publicitaires ont été réalisées. Les Producteurs laitiers du Canada ont produit 8 courtes vidéos à l'appui qui ont généré 4 millions d'impressions supplémentaires. Un sondage mené auprès des utilisateurs a confirmé que l'affiche a été l'élément de campagne le plus utilisé et le plus utile. Le tiers des répondants ont également mentionné que la commandite avait amélioré l'image des Producteurs laitiers du Canada.



## Les gens forts profitent fort de la vie

Utilisant le slogan « Les gens forts profitent fort de la vie », cette campagne de publicité motive les consommateurs à accroître leur consommation de lait, de yogourt et de fromage en montrant le rôle important qu'ils peuvent jouer dans un mode de vie sain en les gardant forts.

La campagne a rejoint un Canadien sur deux; la portée et l'effet ont dépassé les cibles en matière de sensibilisation et d'intention d'achat.

## Rayonnement régional/provincial

En plus de mener des programmes nationaux ciblant les consommateurs et les professionnels de la santé, les diététistes des Producteurs laitiers du Canada basés dans les provinces travaillent avec des intervenants en petite enfance, des intervenants en services de garde en milieu familial, des enseignants, des professionnels de la condition physique et des parents afin de véhiculer l'importance de la nutrition et des produits laitiers pour la santé et le bien-être. Pour ce faire, des programmes de nutrition complets et crédibles sont créés pour le secteur de l'éducation en appui au programme des provinces, puis mis en œuvre dans les Maritimes, au Québec et en Alberta par les Producteurs laitiers du Canada.

### Maritimes

Dans les Maritimes, les Producteurs laitiers du Canada ont conseillé et mobilisé les éducateurs et les étudiants dans une réflexion sur le rôle de la saine alimentation et de l'exercice dans le bien-être. L'équipe des Maritimes s'efforce principalement d'adapter ses initiatives pour joindre des publics différents ayant divers degrés de connaissances sur la nutrition. En conséquence, les Producteurs laitiers du Canada fournissent un vaste éventail de renseignements aux enseignants et aux étudiants, de la maternelle à l'université.

En 2017, les initiatives incluaient les suivantes :

- 1 000 éducateurs de la petite enfance ont reçu des affiches et des dépliants, avec une note de satisfaction de 98 %.
- **Multi-zone** : Destiné aux élèves de la deuxième à la sixième année du primaire et à leurs enseignants, cette activité sur la nutrition enseigne aux élèves l'importance de consommer des produits laitiers dans le cadre d'une alimentation saine. En 2017-2018, 286 exposés ont été donnés dans 50 écoles, ce qui a permis de joindre 7 500 élèves.
- **Félix le détective** : Lancé en janvier 2018, le programme aide à enseigner aux élèves l'origine des aliments et les expose à la production laitière. Plus de 550 trousseaux ont été distribués à des enseignants de maternelle et de première année.
- **Visites de fermes laitières** : Offert aux étudiants universitaires en nutrition et diététique, ce programme aide à façonner l'opinion des futurs professionnels sur la qualité du lait, la production laitière et la transformation laitière.

## Québec

L'équipe de nutrition du Québec des Producteurs laitiers du Canada a participé à un éventail d'initiatives ciblant les fournisseurs de services de garde en milieu familial, les éducateurs et les cuisiniers des garderies, les enseignants et éducateurs du préscolaire et du primaire, les éducateurs en matière de santé et les familles. Parmi les activités de sensibilisation au Québec des Producteurs laitiers du Canada, mentionnons des ateliers et des séances de formation, du matériel d'éducation, des outils interactifs et des camps de jour.

Voici quelques-unes des initiatives de l'équipe de nutrition du Québec pour 2017-2018 :

- Camp de jour : « Chefs en action » visait à sensibiliser les enfants de 8 à 12 ans au plaisir et à l'importance d'une cuisine et d'une alimentation saines. En tout, 18 animateurs étudiants ont visité 11 régions, et 13 568 enfants ont préparé les recettes contenant des produits laitiers.
- Guide pratique et sympathique : Cette brochure est un outil utile pour les parents et les familles; il vise à fournir des idées et des conseils pour la planification des repas et des collations et à faire en sorte que les enfants participent à la préparation des repas. Elle a été complètement revue en 2017 pour la rendre plus efficace.
- L'alimentation des enfants de 1 à 5 ans : Des ajouts importants ont été faits dans ce nouveau guide, et nombre d'experts dans ce domaine ont participé à l'examen du contenu.

## Cuisinons en Famille

La campagne Cuisinons en famille des Producteurs laitiers du Canada encourage les parents à cuisiner avec leurs enfants en utilisant des aliments de base comme les produits laitiers et les fruits et légumes. L'objectif de la campagne 2017 était de changer les habitudes des parents quant à la participation des enfants à la planification et à la préparation des repas en outillant les familles et en offrant des solutions concrètes. Les Producteurs laitiers du Canada ont collaboré avec 6 blogueuses.

Un livre de recettes numérique a été distribué en exclusivité sur [cuisinonsenfamille.ca](http://cuisinonsenfamille.ca), et promu via Facebook et des bannières Web, amenant 3 505 téléchargements.

Le 24 janvier 2018, la campagne a gagné un prix au Gala des grands prix DUX dans la catégorie Communication. Tous les ans, le Gala DUX célèbre l'audace et l'action par la reconnaissance des leaders en matière de santé par l'alimentation.



## Ontario

Le programme Mobile Food Classroom a été mis à l'essai dans neuf salles de classe du primaire en Ontario à l'automne 2017. Pendant les séances de trois heures organisées par un chef professionnel et un diététiste des Producteurs laitiers du Canada, les élèves ont préparé trois recettes à base de produits laitiers et ont appris sur l'origine et la valeur des ingrédients. Ce programme pilote a confirmé la possibilité de faciliter une amélioration dans la consommation de produits laitiers des enfants grâce à ce programme scolaire stimulant axé sur la nutrition. Les partenaires du programme comptaient la Fédération des enseignantes et enseignants de l'élémentaire de l'Ontario, l'Ontario English Catholic Teachers Association et Les diététistes du Canada.

Les principaux résultats du programme sont les suivants :

- les élèves apprennent à cuisiner avec des produits laitiers;
- les élèves ont l'intention de cuisiner avec des produits laitiers à la maison;
- les enseignants valorisent les Producteurs laitiers du Canada en tant que ressource d'enseignement sur la nutrition.

## Recherche

Les Producteurs laitiers du Canada investissent dans la recherche pour stimuler la productivité, la durabilité et la rentabilité des fermes, ainsi que pour augmenter le niveau de connaissance des bienfaits du lait et des produits laitiers sur la santé. La recherche examinée par des pairs génère de l'information crédible qui contribuent aux activités d'autres Services des Producteurs laitiers du Canada, comme ceux de la nutrition, des communications ainsi que de la politique, incluant l'Initiative proAction.

Les Producteurs laitiers du Canada financent également des initiatives de recherche ayant des bénéfices nationaux, en collaboration avec les membres provinciaux et d'autres partenaires du secteur, soit Le Réseau laitier canadien, la Commission canadienne du lait, Alberta Milk, la BC Dairy Association, Dairy Farmers of Manitoba, Novalait Inc., Valacta, CanWest DHI et des partenaires internationaux, par l'entremise du Dairy Research Consortium.

En 2017-2018, les Producteurs laitiers du Canada ont investi 1,7 million de dollars dans la recherche. À cela, il faut ajouter les contributions de partenaires comme le Réseau laitier canadien (RLC), la Commission canadienne du lait, Agriculture et Agroalimentaire Canada et le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG), pour un investissement total de 7,8 millions de dollars.

## Alberta

**20th Alberta Nutrition File Seminar** : En partenariat avec l'Université de l'Alberta et Les diététistes du Canada, les Producteurs laitiers du Canada ont organisé une journée de perfectionnement professionnel ciblant les éducateurs en nutrition, principalement des diététistes, pour renforcer la crédibilité des plus récentes études sur la consommation de produits laitiers et les faire mieux connaître à plus de 350 étudiants et éducateurs en santé établis en région. Le programme scientifique comptait quatre conférenciers accomplis dans les domaines de la santé musculo-squelettique et de la culture populaire de la santé.

**Nourish, Move, Thrive** : En partenariat avec l'Alberta Fitness Leadership Certification Association et le YMCA du nord de l'Alberta, les Producteurs laitiers du Canada joignent 2 300 entraîneurs et de 8 000 à 10 000 participants à l'entraînement chaque semaine. Les entraîneurs sont axés sur la santé, très motivés et une source d'information sur la nutrition pour leurs clients. Environ 150 entraîneurs ont participé à l'événement de formation printanier du YMCA et ont visité le kiosque des Producteurs laitiers du Canada, qui faisait la promotion de la valeur des produits laitiers dans un mode de vie actif et sain.

**Apprentissage et garde des jeunes enfants** : S'appuyant sur le programme Good Beginnings élaboré par Dairy Farmers of Ontario, les Producteurs laitiers du Canada adaptent et mettent à jour ce programme pour les professionnels des services de garde de l'Alberta en collaboration avec la communauté de l'apprentissage et de la garde des jeunes enfants de l'Alberta et un groupe consultatif de chefs de file dans le domaine. Ce programme aide les fournisseurs de services de garde à préparer des menus pour les jeunes enfants et à prendre soin d'eux, en plus de fournir une occasion de favoriser une consommation optimale de produits laitiers chez les enfants. La recherche effectuée avec les établissements postsecondaires offrant des programmes d'apprentissage et de garde de jeunes enfants a révélé un intérêt énorme pour le programme Good Beginnings et a indiqué que les connaissances et la crédibilité des diététistes des Producteurs laitiers du Canada étaient valorisées dans cette entreprise de collaboration.

## Impact des investissements dans la recherche

Les Producteurs laitiers du Canada investissent dans cinq programmes de recherche, notamment :

- Grappe de recherche laitière
- Comité consultatif scientifique sur la nutrition (CCSN)
- DairyGen (géré par le RLC)
- Chaires de recherche industrielle du CRSNG
- Consortium de recherche laitière

# EN CHIFFRES

15 universités canadiennes

9 centres de recherche fédéraux

1 établissement de recherche internationale

85 scientifiques

80 étudiants (à la maîtrise, au doctorat et au niveau postdoctoral)

## 45 projets de recherche, répartition par thème :

### Santé, soins et bien-être des bovins laitiers

10 projets de recherche portant sur la santé des bovins laitiers et sur le confort et le bien-être des vaches sont financés par l'entremise de la Grappe de recherche laitière et du programme de chaires de recherche industrielle du CRSNG.

### Production laitière durable

6 projets de recherche portant sur l'utilisation de l'eau, l'alimentation, les pratiques culturelles et l'entreposage du fumier afin d'améliorer la durabilité globale de la ferme.

### Génomique et génétique laitières

8 projets qui mettent l'accent sur les taux de progrès en matière de génétique et de génomique de même que sur l'utilisation de la génétique pour améliorer la santé et la reproduction des animaux. Les projets sont financés par le truchement de DairyGen, de la Grappe de recherche laitière, du CRSNG et de Génome Canada.

### Nutrition et santé humaine

21 projets de recherche portant sur le rôle et les avantages de la consommation de produits laitiers dans la santé humaine sont financés par la Grappe de recherche laitière, le CCSN et le Dairy Research Consortium (International).

# RÉSULTATS DE LA GRAPPE DE RECHERCHE 2

**2**

articles de droit de propriété intellectuelle découlant des deux projets

**34**

produits nouveaux ou améliorés

**12**

processus de recherche ou d'analyse nouveaux ou améliorés

**50**

pratiques à la ferme nouvelles ou améliorées

**5**

matériaux génétiques nouveaux ou améliorés

**653**

séquences génétiques nouvelles ou améliorées

**166**

nouvelles données scientifiques

Matériaux divers outiller et renseigner les utilisateurs de connaissances (fiches de renseignements, applications mobiles ou indice de sélection génétique, etc.)



## Symposium sur la recherche laitière

Les principaux résultats de la Grappe de recherche laitière 2 ont été présentés à plus de 110 producteurs laitiers, intervenants, transformateurs, partenaires de l'industrie, professionnels et chercheurs de l'industrie laitière de partout au Canada à l'occasion du Symposium sur la recherche laitière des Producteurs laitiers du Canada, en février 2018. Les personnes présentes ont participé à des sondages interactifs compris dans plusieurs exposés, et trois ateliers encourageaient la discussion concernant les nouvelles connaissances pour améliorer les pratiques sur les fermes laitières.

## Demande relative à la Grappe de recherche laitière 3

Les Producteurs laitiers du Canada prévoient investir 5 millions de dollars en 5 ans (2018-2023) dans la prochaine grappe de recherche laitière. Avant de recommander des projets pour investissement, les Producteurs laitiers du Canada ont tenu une évaluation de processus en 2 étapes et ont fait un choix fondé sur la pertinence pour l'industrie et comprenant un examen scientifique par des pairs. En date de juin 2018, le gouvernement fédéral n'avait pas encore annoncé son financement pour la prochaine grappe de recherche laitière, même si les Producteurs laitiers du Canada visent 24 projets de recherche regroupés sous quatre thèmes (efficacité et durabilité des fermes laitières, santé et bien-être des vaches, salubrité du lait et qualité de la transformation ainsi que produits laitiers sains), la transmission du savoir et les activités de transfert de même que la coordination scientifique et les coûts administratifs.





# Données financières

Pour consulter les états financiers  
des Producteurs laitiers du Canada

[cliquez ici](#)

Partenaires

## Industrie laitière

Fournir une vaste base de connaissances sur les enjeux touchant l'industrie laitière du Canada et d'ailleurs dans le monde.

Commission canadienne du lait  
Réseau laitier canadien  
CanWest DHI  
Valacta  
Holstein Canada  
Jersey Canada  
Ayrshire Canada  
Association canadienne de l'industrie du bétail et de la génétique  
Association des transformateurs laitiers du Canada  
Gay Lea Foods Co-operative Ltd.  
Agropur  
Fédération internationale du lait  
Global Dairy Platform  
Organisation mondiale des agriculteurs

## Nutrition et santé

Promouvoir de saines habitudes de vie par la nutrition et l'activité physique.

Association québécoise de la distribution de fruits et légumes  
Association canadienne pour l'avancement des femmes, du sport et de l'activité physique  
Fondation canadienne de la recherche en diététique  
Société canadienne de nutrition  
Réseau canadien en obésité  
Société canadienne de physiologie de l'exercice  
Association canadienne du cancer colorectal  
Diabète Canada  
Les diététistes du Canada  
Extenso  
Fédération des éducateurs et éducatrices physiques enseignants du Québec  
Fondation des maladies du cœur et de l'AVC  
Fédération des enseignantes et des enseignants de l'élémentaire de l'Ontario  
Ostéoporose Canada  
Tennis Québec  
Fédération des enseignantes et des enseignants de l'élémentaire de l'Ontario

Contactez nous

Siège social  
21 Rue Florence  
Ottawa, ON K2P 0W6  
Tél.: 613 236-9997  
info@dfc-plc.ca

Edmonton  
1303-91 Street SW  
Edmonton, AB T6X 1H1  
Tel: 780 453-5942

Montreal  
1800 Avenue McGill College, pièce 700  
Montreal, QC H3A 2N4  
Tel.: 514 284-1092 / 1 800 361-4632

Moncton  
500 St. George Street  
Moncton, NB E1C 8P9  
Tel.: 506 854-3666



dairyfarmers.ca

