

RAPPORT ANNUEL 2019-20

FORCE | QUALITÉ | ÉVOLUTION

FORCE QUALITÉ ÉVOLUTION



Pour obtenir des exemplaires supplémentaires du 55^e rapport annuel, veuillez communiquer avec nous aux coordonnées suivantes :

Dairy Farmers of Ontario, 6780 Campobello Road, Mississauga, Ontario L5N 2L8 t : 905-821-8970

Le rapport est également disponible sur www.milk.org Supplément au magazine *Milk Producer*, janvier 2021



Cette année, nous avons affronté des défis sans précédent. La pandémie de COVID-19 a été, et continue d'être, un puissant rappel de la force du système laitier canadien dans l'harmonisation de la production alimentaire avec les demandes fluctuantes du marché. Les producteurs laitiers ont maintenu leur engagement collectif : produire un lait de haute qualité. L'industrie s'est adaptée de façon à assurer le maintien et la stabilité de la chaîne d'approvisionnement laitière pour les consommateurs canadiens.

DFO a agi conformément aux objectifs de notre plan stratégique, en favorisant l'efficacité opérationnelle et en mettant l'accent sur la durabilité – en ayant toujours en tête l'objectif de renforcer la confiance du consommateur dans les produits laitiers locaux comme choix alimentaire inspiré.





3 351 fermes
laitières en Ontario



10 000+

producteurs ontariens et familles
ontariennes vivent de leurs fermes laitières

1 037 000 litres
litres de lait donnés
par les producteurs
laitiers locaux aux
banques alimentaires
de l'Ontario



1 126 194
portions de lait
offertes dans le cadre
du programme de
déjeuners de DFO.

14 598 312

portions de lait frais remises aux écoles
ontariennes par le biais du Programme du lait
des écoles élémentaires



3 071 319 615 litres de lait
produits en 2019-20

4,1 %

de hausse sur douze mois du marché du lait
de consommation en volume



75
usines de
transformation
laitière en
Ontario

2 433 534 340 \$

valeur à la production des ventes de lait

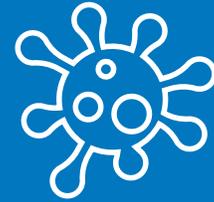
220 trucks
camions-citernes
transportant du lait
en Ontario.





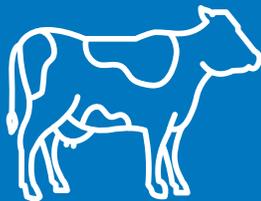
99 % des producteurs de l'Ontario sont inscrits au programme proAction.

2,3 %
de hausse des certificats de qualité du lait cru délivrés



DFO a donné **100 000 \$** et un supplément de **200 000** litres de lait pendant la pandémie de COVID-19 pour venir en aide aux **500 000** Ontariennes et Ontariens dans le besoin.

Malgré des variations sans précédent de la chaîne d'approvisionnement, les producteurs laitiers du P5 ont satisfait à **99 %** de leurs exigences en matière de quota, en rajustant l'offre à la demande du marché



128 vétérinaires de l'Ontario formés en tant que conseillers proAction

102 696

chargements de lait livrés en Ontario



80
producteurs laitiers certifiés biologiques



15
nouveaux producteurs sont entrés dans l'industrie laitière grâce aux programmes PNP et PAQNV

2 287 schools

écoles ont participé au Programme du lait des écoles élémentaires (PLEE) en Ontario



MISSION

Offrir une direction et l'excellence en matière de production et de commercialisation du lait canadien.

VISION

Une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et florissante.

VALEURS FONDAMENTALES

DFO possède un ensemble de valeurs fondamentales qui guident le comportement, soutiennent l'activité opérationnelle et offrent un point de mire à l'organisme. Voici ces valeurs :

Direction – notre autorité découle de notre engagement envers le développement personnel et organisationnel en continu.

Confiance - nous créons, renforçons et maintenons la confiance par l'honnêteté, l'ouverture et la transparence.

Respect – nous écoutons, acceptons les différences et travaillons ensemble

Intégrité – nous faisons preuve de constance avec nos faits et gestes et nos valeurs..

Travail d'équipe- nous nous aidons à réussir par la collaboration

Équité - nous veillons à ce que les règles et avantages soient mis en pratique de manière équitable.

Responsabilité – nous nous tenons, de manière respectueuse et collective, responsables de l'obtention de résultats..

TABLE DES MATIÈRES

7	SURVOL DE L'ORGANISATION
12	OPÉRATIONS
53	LISTE DE ACRONYMES
54	RAPPORTS FINANCIERS
68	RAPPORT DES PRODUCTEURS LAITIER DU CANADA
72	OBJECTIFS ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES POUR 2021

RÉSISTANCE ÉPROUVÉE

La dernière année a amené sa panoplie de défis ayant mis à l'épreuve la résistance de notre système laitier canadien et notre leadership en matière de produits laitiers. Le système s'est penché sur sa conception, en équilibrant l'offre avec les variations presque constantes de la demande, et ce, dans le but de livrer la marchandise là où la population canadienne avait le plus besoin de nous.

SURVOL DE L'ORGANISATION



MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT

MURRAY SHERK



"Les producteurs laitiers de l'Ontario ont réagi aux changements spectaculaires sur le plan de la demande des consommateurs lorsque la pandémie a forcé un retour à l'essentiel ce qui, pour la première fois dans ma carrière laitière, était synonyme d'une croissance des ventes de lait de consommation."

L'année dernière en fut une de nombreuses premières.

La pandémie de COVID-19 a rudement mis à l'épreuve la solidité de la chaîne d'approvisionnement du Canada de façon imprévue et inégalée. Les répercussions en chaîne du virus ont entraîné des défis logistiques et des pénuries de produits et de marchandises de base partout au pays et dans le monde.

Bien qu'il soit impossible de minimiser les souffrances et les conséquences de cette pandémie sur les populations, les entreprises et les économies mondiales, on a observé certains signes encourageants pour l'avenir. Les producteurs laitiers de l'Ontario ont réagi aux changements spectaculaires sur le plan de la demande des consommateurs lorsque la pandémie a forcé un retour à l'essentiel ce qui, pour la première fois dans ma carrière laitière, était synonyme d'une croissance des ventes de lait de consommation. En tant qu'agriculteur, j'ai été inspiré par la collaboration inédite et les solutions en temps réel offertes dans toute l'industrie. J'étais fier de voir la force et la résilience de notre système de gestion de l'offre alors qu'il était mis à l'épreuve.

À travers cette période éprouvante, nous continuons d'améliorer la qualité du lait et l'excellence de l'exploitation laitière. En août, le conseil des PLC a approuvé les nouvelles exigences du module Environnement du programme proAction. Tandis que nous terminons l'année, 99 % des fermes ontariennes sont inscrites au programme.

Puis, lorsque les producteurs laitiers ont commencé à entendre l'appel à l'aide de familles de toute la province, un don supplémentaire de 100 000 \$ et 200 000 litres de lait supplémentaire à Feed Ontario, ainsi que plus d'un million de litres donnés aux banques alimentaires chaque année avec nos partenaires de Conseil de l'industrie laitière de l'Ontario (ODC) et de l'Association de transport du lait de l'Ontario (OMTA) a été faite.

La dernière année a également été une année d'évolution. Dans le cadre de la mise en œuvre de l'ACEUM, nous avons apporté les changements nécessaires à notre système, concluant ainsi notre collaboration avec nos partenaires industriels. Le nouvel accord national de mise en commun du lait du P10 est un développement marquant qui permettra le partage équitable des revenus et des marchés partout au Canada. Ce qui constituera peut-être le plus grand dividende de cet accord est l'édification d'une industrie unie en collaboration pour relever les difficultés présentées par les défis commerciaux mondiaux en suspens.

Au nom du conseil d'administration de DFO, je remercie toutes les familles laitières de l'Ontario pour leur débrouillardise et leur dur labeur qui leur ont permis de passer au travers cette année difficile et de profiter des possibilités. Nous vous remercions pour votre confiance et votre soutien. Nous continuons de représenter les intérêts des producteurs laitiers de l'Ontario et travaillons activement à faire progresser et à renforcer le système laitier de l'Ontario.



MESSAGE DE NOTRE DIRECTRICE GÉNÉRALE CHERYL SMITH

Dans cette année d'incertitude, les producteurs laitiers de l'Ontario ont trouvé un moyen de se stabiliser et même de prospérer. Ce fut ardu, mais gratifiant.

Après la Conférence d'orientation du printemps 2020 tenue le 15 mars, nous avons dû nous adapter à une nouvelle réalité synonyme de confinement, de travail à distance, de fermetures scolaires, de protocoles de santé et de sécurité, d'interruptions de la chaîne d'approvisionnement et de files d'attente dans les épiceries. Depuis, les activités commerciales de DFO sont passées d'un mode gestion de crise à celui de nouvelle normalité. Même si plusieurs aspects de notre situation actuelle sont malheureux et difficiles, je suis fière de voir comment l'équipe a profité de cette occasion pour démontrer notre souplesse, notre responsabilité et notre engagement envers nos partenaires.

Notre équipe des TI a agi rapidement pour s'assurer que notre conseil et nos employés puissent travailler à distance et que les services des producteurs ne soient pas interrompus. Nos plans de commercialisation se sont orientés vers les efforts numériques qui capitalisaient sur le fait qu'on abandonnait la consommation de masse pour une vie entièrement centrée sur la maison. Nous avons augmenté la fréquence des communications aux producteurs. Nous collaborons aussi davantage avec nos partenaires nationaux pour établir une voie à suivre. Notre dialogue avec le gouvernement et nos partenaires intersectoriels a contribué à planifier les éventualités. Nous avons revu les processus, les budgets et les priorités de dépenses de DFO pour nous assurer que l'entreprise progresse de manière responsable d'un point de vue financier.

Faire progresser l'entreprise en 2021 signifie établir des objectifs ambitieux qui interpellent de nouveaux muscles et récompensent les pensées novatrices. Notre plan stratégique est axé sur une croissance de 2,5 %, avec une progression du travail dans cinq domaines : production, tarification, demande, gérance et efficacité organisationnelle. Comment y arriverons-nous? Nous améliorerons l'efficacité du système d'allocation du lait et passerons en revue les politiques en matière de quotas pour améliorer la gestion de la production. Nous réviserons la gouvernance interne et chercherons des moyens d'améliorer la productivité grâce à la technologie. Nous investirons dans la croissance et la protection de notre marché national. Pour ce faire, nous ferons la promotion de l'innovation dans le marché laitier, nous maintiendrons la grande qualité de notre lait et nous ferons pression pour resserrer les contrôles frontaliers. Nous poursuivrons nos efforts visant à sensibiliser les consommateurs en matière de nutrition laitière et à renforcer leur confiance, tout en visant la viabilité. Nous ferons la promotion de la diversité et de l'inclusion dans l'industrie. Vous pouvez lire les détails dans le plan stratégique 2020-21 aux page 58.

Le rapport annuel 2019-2020 est un récit de force, de qualité et d'évolution. De la force de notre équipe, de notre système et de notre industrie. De la qualité de notre travail jour après jour à travers les crises, les fluctuations du marché et les concessions commerciales. De l'évolution de notre façon de percevoir nos activités, de la place qu'occupe le lait dans le cœur et l'esprit des Canadiennes et Canadiens et de notre système laitier.

Nos réussites collectives de la dernière année ont été réalisées en dépit des événements mondiaux qui ont bouleversé tellement de facettes de nos activités. Tandis que 2021 est à nos portes, je suis optimiste et je reste attachée au partage du succès.



"Nous investirons dans la croissance et la protection de notre marché national. Pour ce faire, nous ferons la promotion de l'innovation dans le marché laitier, nous maintiendrons la grande qualité de notre lait et nous ferons pression pour resserrer les contrôles frontaliers."



MEMBRES DU COUNSEIL PAR RÉGION



1.

Bart Rijke

Ottawa-Carlton, Glengarry,
Prescott et Russell



2.

**Nick Thurler
(Vice Président)**

Dundas, Ottawa-Carlton
et Stormont



3.

John Wynands

Frotenac, Grenville, Lanark,
Leeds et Renfrew



4.

Adam Petherick

Hastings, Lennox & Addington,
Northumberland et Prince Edward



5.

Don Gordon

City of Kawartha Lakes, Région de
Durham, Peterborough et York



6.

Bonnie den Haan

Dufferin, Peel, Simcoe
et Wellington



7.

Albert Fledderus

Brant, Haldimand, Halton, Niagara,
Norfolk et Wentworth



8.

**Murray Sherk
(Président)**

Oxford et Waterloo



9.

Vicky Morrison

Elgin, Essex, Kent, Lambton
et Middlesex



10.

Henry Wydeven

Huron et Perth



11.

**Mark Hamel
(2e Vice Président)**

Bruce et Grey



12.

Steve Runnalls

Nord de l'Ontario
et Haliburton





- De gauche à droite -

Rey Moisan – Directeur financier en chef / **Arlene Minott** – Avocate-conseil et secrétaire générale
Cheryl Smith – Présidente-directrice générale / **Patrice Dubé** – Directeur en chef de l'économie et du développement de politiques
Shikha Jain – Directrice en chef de la stratégie et de l'administration



OPÉRATIONS

2019-2020 NOUVEAUX FAITS SAILLANTS

DFO élabore chaque année un plan stratégique et opérationnel qui reflète les priorités stratégiques, les buts et les objectifs de l'organisme. Vous trouverez ci-dessous les faits saillants des réalisations de DFO pour l'exercice financier 2019-2020 et de plus amples détails dans les sections subséquentes du rapport annuel :

Relations gouvernementales et commerce

- L'ACEUM est entré en vigueur le 1er juillet 2020 et accordera un accès équivalent à 3,9 % de la production laitière du Canada. L'accès accordé par les trois accords commerciaux (AECG, PTPGP et ACEUM) totalise plus de 8 % de la production laitière du Canada, avec une incidence estimée à 450 millions de dollars par année sur les revenus des producteurs.
- En août 2019, le gouvernement fédéral a annoncé qu'une indemnisation financière de 1,75 milliard de dollars allait être distribuée aux producteurs laitiers canadiens sur une période de huit années en raison des pertes commerciales associées aux accords commerciaux AECG et PTPGP. De ce montant, 345 millions de dollars ont été versés en décembre 2019.
- Le CCGAL a approuvé plusieurs initiatives lancées au cours de l'année dans le but d'atténuer les répercussions commerciales de la COVID-19. La ligne de crédit de la CCL, que le gouvernement fédéral a fait passer de 300 à 500 millions de dollars par année, a été déterminante pour financer ces initiatives.

Qualité du lait et pratiques de production

- Au total, 47,9 % des producteurs ontariens ont reçu un certificat général de qualité du lait cru pendant l'année civile 2020 – il s'agit d'une hausse de 2,3 % par rapport au nombre de certificats émis en 2019.
- La moyenne la plus élevée était de 200 000 cellules/ml en juillet 2020. Au cours de cette période, la moyenne pondérée provinciale du CCS était à 200 000 cellules/ml ou moins pendant neuf des douze mois.
- En date du 31 octobre 2020, 99 % des producteurs de l'Ontario étaient inscrits au programme proAction.
- Une version provisoire de la politique a été présentée aux comités de producteurs de lait lors de la Conférence d'orientation du printemps 2020 afin d'obtenir leur avis. Le conseil a ensuite étudié les commentaires recueillis et approuvé la politique en matière de suspension de permis proAction de DFO. L'annonce a été faite en juillet 2020. La politique entrera en vigueur le 1er janvier 2021.

Recherche

- DFO étudie la faisabilité d'utiliser les silos à lait pour entreposer le lait sur les fermes laitières. Il travaille également avec le MAAARO pour déterminer les changements réglementaires à apporter pour permettre la mesure, la collecte et l'échantillonnage de lait à partir de silos à lait.

- Les activités de la Chaire de recherche sur la santé des vaches laitières tirent parti des occasions qui garderont l'Ontario à l'avant-plan de la production laitière au Canada et dans le monde grâce à la recherche, à l'enseignement, au mentorat, aux services visant la santé et le bien-être des troupeaux laitiers et à la biosécurité. Les recherches de la chaire se concentrent sur les aspects importants de la santé et du bien-être des troupeaux laitiers et de la biosécurité, notamment : les maladies infectieuses (paratuberculose, diarrhée virale des bovins, leucose), la mastite et la qualité du lait sur la ferme, l'utilisation d'antimicrobien et la résistance, la biosécurité (visant les maladies d'importance), la boiterie avec un accent sur le bien-être et l'amélioration génétique, les maladies métaboliques (cétose), ainsi que la santé et l'efficacité de la reproduction.

Nouvelles initiatives marketing

- DFO a amorcé 2020 avec la première itération de la campagne Milk & Cookies avec l'appui des transformateurs laitiers, des détaillants et de Mondelez Canada (biscuits Oreo) dans le but de réunir des fonds pour SickKids et d'autres hôpitaux pédiatriques de l'Ontario.
- Le programme Savour Ontario a été lancé en douceur en avril 2020 avec la campagne Savour Ontario at Home sur les médias sociaux. DFO a continué de tirer profit de cette tendance pendant le printemps et l'été en établissant des partenariats fondamentaux visant à mener à bien le programme tout au long de l'année à venir.
- En juillet 2020, DFO a lancé son tout premier programme de courriels et de coupons de GRC (gestion des relations avec les clients) conjointement avec les initiatives d'expansion d'entreprise de DFO.

Récompenses et honneurs

- *Milk Producer* a encore une fois remporté des prix APEX en 2020. Le magazine a reçu les trois prix suivants : Le prix Apex 2020 pour l'excellence de la publication dans la catégorie des magazines, revues et tabloïdes produits par une ou deux personnes; Pour l'article-couverture de décembre 2019, intitulé Small hearts believe big this holiday season, dans la catégorie sur les articles vedettes; Prix pour la conception et l'illustration de l'article-couverture de novembre 2019.
- En reconnaissance des efforts permanents de l'organisme en appui aux banques alimentaires de l'Ontario, Feed Ontario a attribué à DFO le prix commémoratif Paul Mistele pour 2020, qui a été présenté le 14 novembre lors du gala Virtual Harvest de Farm & Food Care.





DE LA QUALITÉ SANS COMPROMIS

Le lait canadien est produit conformément à certaines des normes les plus rigoureuses du monde. En vertu de notre système laitier canadien, même avec une pression énorme, les producteurs laitiers ont su livrer la marchandise sans compromettre la qualité et l'amélioration continue qui définissent notre industrie.

ÉCONOMIE ET DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

L'équipe Économie et développement stratégique offre un soutien technique et des analyses économiques et statistiques dans le processus de développement et de mise en œuvre des politiques à l'échelle du pays, du groupe, du conseil d'administration de DFO et du personnel. Cette équipe est également responsable d'assurer la vérification du Projet de comptabilité des entreprises laitières de l'Ontario, qui recueille des données des entreprises laitières dans le but de calculer le coût de production (CDP) national.

Marchés

Besoins du marché

Les besoins nationaux totaux ont augmenté de 1,95 % sur la période de 12 mois se terminant en octobre 2020, ce qui se compare à l'augmentation totale de 0,9 % de l'approvisionnement national pour la même période de douze mois.

Le quota du lait de consommation du P5 a augmenté de 0,5 %, les besoins en lait de transformation ont augmenté de 2,2 % et les besoins du PIL ont diminué à une quantité négligeable au cours de la dernière année laitière. Le quota total a augmenté de 1,7 % au cours du dernier exercice financier, selon le calcul du quota total mensuel pour la période de douze mois se terminant en octobre 2020.

Le quota total dans le MCLO a augmenté de 2,5 % sur la période de douze mois se terminant en octobre 2020. Il s'agit du résultat d'une augmentation de 1,0 % des besoins en matière grasse pour le lait de consommation et d'une augmentation de 3,4 % des besoins en lait de transformation.

Production

Le P5 a atteint 98,5 % de son quota pendant l'année laitière 2019-2020, ce qui s'explique par les politiques de limitation du quota établies au printemps 2020 afin de réduire la production à court terme, qui ont permis de résoudre les problèmes de capacité de transformation et de volatilité du marché dus à la COVID-19. Pour s'assurer qu'il correspond aux exigences actuelles, le quota est déterminé par un calcul mensuel. Avec le calcul mensuel du quota, les groupes sont pénalisés si le groupe national dépasse la fourchette de 1,25 % à -2 %. Le ou les groupes responsables de la sanction sont alors déterminés et la sanction s'applique aux contributions des groupes au dépassement du groupe national. Si un groupe a contribué au dépassement de quota du groupe national, il a six mois pour rembourser la quantité de surproduction en sous-produisant avant qu'une sanction financière ne s'applique. La différence cumulative du groupe national ou la situation de crédit du groupe était de -0,91 % à la fin d'octobre 2020. La différence cumulative du P5 était de -0,77 % à la fin d'octobre 2020, soit dans les limites des tolérances.

Les ventes du marché du détail étaient très élevées entre xx (dates). Le marché du lait de consommation a connu une augmentation de 2,6 % en volume. C'est la première fois depuis plusieurs années que les ventes de lait de consommation augmentent au niveau de la vente au détail. Les ventes au détail de crème ont augmenté de 10,3 % pendant l'exercice 2019-2020. Toutefois, puisque la vente au détail ne représente pas le marché principal de la crème, ces augmentations n'ont pas compensé le déclin de la demande des services alimentaires. Les ventes de beurre ont augmenté de 11,7 % pendant la majeure partie de l'année. Les catégories du fromage

ont également connu une croissance au cours de la dernière année, l'ensemble enregistrant une hausse de 8,1 %. Ces gains sur la vente au détail ont été compensés en partie par la baisse de la demande des hôtels, des restaurants et des institutions. La vente au détail de yogourt est la seule à connaître un déclin, avec une diminution des ventes de 0,2 % pour l'année de référence. Les ventes au détail de produits laitiers devraient rester élevées.

En Ontario, la production était de 2,7 % supérieure en volume par rapport à l'exercice financier précédent. Le taux d'atteinte des quotas de production accordés aux producteurs a augmenté de façon importante en raison de l'élimination de la limitation de crédit et des incitatifs d'automne qui ont été émis. Toutefois, avec la limitation de crédit de zéro jour en avril et la diminution du quota de 2 % en mai, la production a été réduite de façon assez importante en réaction aux changements du marché. Les producteurs du P5 avaient une situation de crédit de -9,5 jours en juillet 2019; situation qui a diminué à 11,2 jours à la fin d'octobre. En Ontario, la situation de crédit était de -10,1 jours en juillet 2019. L'exercice financier 2019-2020 s'est terminé avec -7,7 jours, et ce, malgré la politique de limitation de crédit en vigueur d'avril à juin.

Stocks de beurre



À la fin d'octobre 2020, les stocks de beurre totaux de l'industrie détenus par les transformateurs et la CCL s'élevaient à 27 600 tonnes. La cible du P10 eu égard aux stocks normaux se chiffre entre 32 000 et 38 000 tonnes en juillet. Selon le rapprochement mensuel des quotas, le quota des groupes qui contribuent à ce que les stocks soient supérieurs à 40 000 tonnes ou inférieurs à 30 000 tonnes sera corrigé. Ce rapprochement n'est pas nécessaire cette année puisque les stocks sont à un niveau jugé normal, malgré les stocks supplémentaires acceptés pendant la COVID-19 pour aider avec l'approvisionnement en lait et un déclin des stocks de beurre de 31 800 tonnes en octobre 2019.

Stocks de fromage



À la fin d'octobre 2020, les stocks de fromage totalisaient 97 850 tonnes, soit une baisse de plus de 10 000 tonnes comparativement aux stocks d'octobre 2019, qui totalisaient

107 900 tonnes. Cette baisse est survenue malgré l'achat de stocks de fromage supplémentaires au moyen du programme de stock créé pour aider avec l'excédent de lait découlant de la pandémie de COVID-19 au printemps.

Quotas des producteurs

À partir du 1er août 2019, la politique de limitation du quota, qui a réussi à ralentir la production pendant l'été, a été complètement éliminée. De plus, le quota pour les autres provinces du P5 a augmenté d'un pour cent en novembre 2019 pour s'harmoniser avec le quota de l'Ontario. Ce changement a permis aux producteurs de l'Ontario d'obtenir un quota supplémentaire d'un pour cent par rapport aux autres producteurs du P5 du mois d'août au mois de novembre 2019 à titre de compensation en raison de la mise en application de la politique de limitation de crédit pendant l'été 2019.

Le 1er février 2020, les conseils du P5 ont approuvé l'émission d'une augmentation du quota d'un pour cent dans toutes les provinces, ce qui coïncidait avec la fin des jours d'incitatifs émis de septembre 2019 à janvier 2020 qui ont permis de répondre à la demande jusqu'à l'automne. Puisque les ventes ont explosé en mars 2020 en raison de l'achat compulsif des consommateurs en panique, un jour d'incitatifs supplémentaire a été émis pour satisfaire à cette demande. En avril, le marché a changé très rapidement. Une diminution drastique de la production fut alors nécessaire. Les conseils du P5 ont mis en œuvre une politique de limitation de crédit de zéro jour dans toutes les provinces, sauf la Nouvelle-Écosse, qui avait réduit le quota de 3 % depuis le 1er avril 2020. Les autres provinces du P5 ont diminué leur quota de 2 % de plus le 1er mai 2020, et ce, afin de réduire davantage la production.

Étant donné que les marchés se sont améliorés pendant l'été, malgré quelques difficultés avec la capacité de transformation, le besoin accru en lait a été reconnu. Un jour d'incitatifs a donc été émis à la fin du mois de mai et un autre en juin pour répondre à la demande croissante. La politique de limitation du crédit a été éliminée le 1er juillet 2020 dans toutes les provinces. La Nouvelle-Écosse a réémis les 3 % de quota éliminés en avril. À l'automne, les jours d'incitatifs sont passés à deux pour août, à trois pour septembre et à trois pour octobre. Des jours d'incitatifs supplémentaires ont aussi été ajoutés pour novembre, pour un total de trois jours.

REVENUS DES PRODUCTEURS ET DÉDUCTIONS (\$ PAR HL)

	2019	2020
Prix brut moyen par hectolitre*	78 490 \$	79 230 \$
Dédutions		
Transport**	2,735 \$	2,778 \$
Frais d'expansion du marché	1,500 \$	1,500 \$
Frais de licence administrative	0,625 \$	0,625 \$
CanWest DHI	0,060 \$	0,060 \$
Recherche	0,050 \$	0,050 \$
Total des déductions	4,970 \$	5,013 \$
Prix net moyen par hectolitre	73 520 \$	74 217 \$

* Dans les limites de quota, calculé à partir de la moyenne des essais de composants de l'Ontario. N'inclut pas les primes de matière grasse payées aux producteurs dans le ratio M.S.D.

** Taux de déduction présentés comme moyennes pondérées; les taux changent durant l'année.

UTILISATION DE DU LAIT

LAIT DE CONSOMMATION	30 337 883 kilogrammes de matière grasse (24,4%)
PIL	16 356 kilogrammes de matière grasse du lait (0,01%)
QAL	93 887 243 kilogrammes de matière grasse du lait (75,4%)
PEL	300 268 kilogrammes de matière grasse du lait (0,2%)

Tarifification



Le rajustement de prix du lait du 1er février 2020 tenait compte de l'avance accordée par le rajustement de septembre 2018. Le calcul utilisait les données de la période de septembre 2017 à août 2019. Dans l'ensemble, l'augmentation de l'IPC atteignait 4,02 %, et l'augmentation du CDP 7,85 %, pour un rajustement total de 5,93 %, selon la formule de tarification fondée à 50 % sur la variation du CDP et à 50 % sur la variation de l'IPC. Le rajustement de prix du 1er février 2020, qui prend en compte du rajustement de septembre 2018 pour cette période, donne lieu à une augmentation nette de 1,93 %, ce qui se traduit par une augmentation d'environ 1,47 \$/hl ou de 1,8 % du prix pondéré des producteurs du P5.

Les résultats finaux du CDP, qui ont été indexés au mois d'août, montrent une diminution du CDP national de 0,65 % qui s'explique en grande partie par la diminution des coûts des aliments et du pétrole dans la première moitié de 2020. La formule de tarification nationale est fondée à 50 % sur la variation du CDP et à 50 % sur la variation de l'IPC. L'IPC a augmenté de 1,15 %. Selon ces résultats, la formule de tarification nationale présentait une augmentation de 0,25 %. Cependant, en raison de divers facteurs, y compris la pandémie, la formule de tarification habituelle n'a pas été utilisée. Le CCL a plutôt organisé des consultations et annoncé une augmentation de 2 % du prix du lait pour le 1er février 2021.

Pendant la période de douze mois se terminant le 31 octobre 2020, les prix des composantes du lait dans les limites des quotas qui ont été payés aux producteurs de l'Ontario se sont établis en moyenne à 10,7267 \$/kg pour la matière grasse, 8,2709 \$/kg pour la protéine et 1,5239 \$/kg pour les autres solides, soit 79,32 \$/hl pour le lait de composition moyenne en Ontario. Il y a eu une augmentation de 1 % du prix pondéré payé aux producteurs par rapport à l'exercice financier précédent, à une composition constante.

Dans le marché mondial, le prix de la PLC a connu une augmentation pour atteindre des sommets à la fin de 2019 et au début de 2020. Cependant, la pandémie et ses répercussions sur les marchés, notamment la capacité d'exportation en Chine, ont entraîné une



baisse importante des prix des produits laitiers au printemps. Depuis, le prix du LEP se remet tranquillement à mesure que la demande augmente et que les marchés récupèrent.

La pandémie a influencé énormément les prix du fromage. La baisse de la demande des services alimentaires a d'abord causé le déclin du prix du fromage. Les États-Unis ont lancé un programme de rachat gouvernemental pour acheter des produits supplémentaires. En revanche, ce programme, combiné à la récupération des services alimentaires, a mené à une augmentation rapide des prix. Les rachats du gouvernement devraient ralentir au cours des prochains mois. L'industrie des services alimentaires pourrait également connaître des déclinés dans les prochains mois. Les prix de ces produits seront donc beaucoup plus volatils.

La demande en poudre de lait entier de la Chine est demeurée assez forte, ce qui a aidé à compenser les autres déclinés dans le marché, surtout celui de l'Océanie. La production de lait augmente en Europe et aux États-Unis. Cependant, la demande en fromage et en beurre pourrait être influencée par la demande des services alimentaires et les effets d'une récession dans les mois à venir. Les prix des produits laitiers se sont redressés le xx (date) depuis les prix très bas observés plus tôt en 2020. On s'attend tout de même à une certaine volatilité en raison de l'incertitude de la demande.

Il n'y a pas de menace d'une éventuelle brèche dans la barrière douanière avec les niveaux de prix actuels.

PRIX DES PRODUITS LAITIERS SUR LE MARCHÉ MONDIAL

	Janvier 2019 \$US/tonne	Juillet 2019 \$US/tonne	Janvier 2020 \$US/tonne	Juillet 2020 \$US/tonne
Beurre	4 600	4 800	4 100	3 780
Protection tarifaire en vigueur	183 %	190 %	148 %	130 %
LEP	2 300	2 400	2 900	2 400
Protection tarifaire en vigueur	104 %	109 %	153 %	116 %
Fromage	3 300	3 700	4 100	4 900
Protection tarifaire en vigueur	32 %	46 %	61 %	94 %
Lait	340	370	367	300
Protection tarifaire en vigueur	52 %	63 %	61 %	34 %
Prix à la production (lait standard)	41,68 \$CAN/hl	44,00 \$CAN/hl	46,00 \$CAN/hl	39,50 \$CAN/hl

- Le taux effectif de protection tarifaire dans la colonne gauche ci-dessus est le prix franco dédouané, incluant la protection tarifaire, divisé par le prix intérieur. Ce calcul indique le pourcentage par lequel le prix du produit intérieur concerné pourrait être augmenté avant que le produit importé ne soit concurrentiel par rapport au prix mondial indiqué dans le tableau, tout en utilisant le taux de change applicable pour le mois en question, soit \$CAN/US - 1,33 \$ pour janvier 2019, 1,31 \$ pour juillet 2019, 1,3087 \$ pour janvier 2020 et 1,3499 \$ pour juillet 2020.

- Les prix du beurre/LEP/fromage ci-dessus correspondent à la moyenne des prix des É.-U. et de la Nouvelle-Zélande. La protection tarifaire est inférieure à celle indiquée dans le tableau en cas de calcul au plus bas des prix des É.-U. ou de la NZ, qui peuvent varier de façon importante d'un mois à l'autre.
- Le LEP fait partie de la classe 7 depuis février 2017 et dans la classe 4a depuis juin 2020, de sorte que le taux de protection tarifaire en vigueur n'est qu'à titre de comparaison historique.

Les prix mondiaux des produits laitiers ont une incidence directe sur les prix du lait des classes spéciales et le prix pondéré que les producteurs reçoivent pour leur lait. L'incidence des prix mondiaux sur le prix pondéré payé aux producteurs représente environ 0,36 \$/hl pour 100 \$US par tonne de changement du prix mondial du LEP. Les classes spéciales et la classe 7 représentent environ 11,3 % de la production nationale de matières grasses et 33 % de la production nationale de M.S.D.

Proportion de matière sèche dégraissée (M.S.D.)/matière grasse (M.G.)

L'Ontario a terminé l'exercice 2019-2020 avec une proportion de M.S.D.-M.G. de 2 2333, soit un résultat inférieur de 2,2% par rapport à l'objectif provincial de 2,2840.

La proportion de non-paiement était de 2,35 pour novembre et décembre 2019 et a été corrigée à la baisse à 2,30 le 1er janvier 2020. La proportion inférieure avait pour but de mieux refléter le marché de la M.S.D. Pendant l'exercice précédent, 2 216 producteurs de l'Ontario ont dépassé l'objectif au moins une fois. En vertu de la politique sur la M.S.D. du P5, 7,015 \$ ont été recueillis et payés sous forme de prime de M.G. aux 3,414 producteurs de l'Ontario dont la proportion était inférieure à l'objectif pendant un ou plusieurs mois.

Un autre changement à la politique de proportion de M.S.D. a été annoncé en Ontario pour le 1er février 2020. La politique de paiement des producteurs reflètera alors plus fidèlement le marché de la M.S.D. Ce changement comprendra l'élimination de la prime pour matière grasse, l'ajout d'un nouveau coefficient de marché pour la M.S.D. et des modifications dans la répartition de l'argent entre la matière grasse, la protéine et les autres solides. La politique devrait être mise en œuvre dans toutes les provinces du P5 d'ici le 1er août 2021.

Calculs des besoins totaux et modèles de prévision de la CCL

La CCL revoit ses calculs des besoins totaux et ses modèles de prévision de façon périodique. En conséquence, l'industrie peut maintenant compter sur des outils plus efficaces pour déterminer la taille du marché et la part de la croissance potentielle du marché qui peut être comblée par la production nationale du P5 et du P4. Il est essentiel d'avoir des modèles fiables et précis pour mesurer et prédire la demande totale puisque les résultats sont, au bout du compte, convertis en quota émis aux producteurs afin d'avoir suffisamment de lait pour combler tous les besoins du marché.

Au cours du dernier exercice, la CCL a constaté qu'il fallait réviser davantage les modèles pour les trois raisons suivantes :

- Une divergence entre les besoins totaux mensuels (BTM) prédits et réels et les données d'importation;
- La mise en œuvre de l'ACEUM;
- Les répercussions de la pandémie de COVID-19 sur l'économie laitière canadienne.

À la suite du plus récent examen, les changements suivants ont été

PRIX DES CLASSES POUR L'ONTARIO, EN VIGUEUR LE 1ER JUIN 2020

Classe	Description du produit	PRIX DES COMPOSANTS			PRIX MOYEN
		Matière grasse \$/kg	Protéine \$/kg	Autres solides \$/kg	Montant (\$) par hl de M.S.D.
1(a)	Lait et boissons de consommation	8,2926 \$			77,52 \$
1(b)	Crèmes de consommation	8,2926 \$			63,29 \$
1(c)	Nouveaux produits de crèmes de consommation			Selon le programme 1(c)/4(c) du P5	
2(a)	Yogourts	9,3702 \$	5,2619 \$	5,2619 \$	86,47 \$
2(b)	Crème glacée et crème sure	9,3702 \$	5,7201 \$	5,7201 \$	90,66 \$
3(a)	Fromages fins et cottage	9,3702 \$	12,9896 \$	0,9009 \$	85,39 \$
3(b)	Cheddar et fromage à la crème	9,3702 \$	12,5741 \$	0,9009 \$	84,05 \$
3(c)	Fromages de spécialité	9,3702 \$	12,3528 \$	0,9009 \$	83,34 \$
3(d)	Mozzarella pour pizza fraîche			Selon le programme 3(c) du CCGAL	
4(a)	Beurre et poudre	9,3702 \$		Selon la décision du CCGAL, déterminée mensuellement	
4(b)	Lait concentré sucré/évaporé pour le commerce de détail	9,3702 \$			72,70 \$
4(c)	Nouveaux produits industriels			Selon le programme 1(c)/4(c) du P5	
4(d)	Stocks, pertes des usines	9,3702 \$			90,97 \$
4(m)	Marchés marginaux			Selon les renseignements du permis émis par la CCL	
		4.0950	3.2080	5.9333	

PRIX DE COMPOSANTS DE CLASSE SPÉCIALE, EN VIGUEUR LE 1ER OCTOBRE 2020

Classe Spéciale	Description du produit	PRIX DES COMPOSANTS			MOYENNE DE PRIX
		Matière grasse du lait \$/kg	Protéine \$/kg	Autres Matières solides \$/kg	Composition de l'Ontario \$/hl
5(a)	Fromage	4,7440	12,9405	0,4043	63,42
5(b)	Non-fromage	4,7440	2,2917	2,2917	40,4200
5(c)	Confiserie	4,8540	2,2917	2,2917	40,8700
5(d)	Exportations engagées		Contract Basis		
		4,0987	3,2124	5,9414	

apportés :

- Les BTM de base sont passés de 2014-2016 à 2014-2015;
- Les taux d'atteinte des importations et les courbes de saisonnalité ont été revus dans le but de refléter les données historiques.

Les deux changements susmentionnés expliquent la différence cumulative des quotas totaux mensuels d'août 2018 à mai 2020, passant de -0,59 % à 0,17 %.

De plus, la CCL a conçu un nouveau modèle simplifié pour la COVID-19 qui est pondéré au moyen des changements susmentionnés.

La CCL s'engage à surveiller les BTM et à améliorer ses prévisions des importations. Elle continuera également d'évaluer les répercussions de la COVID-19 pour mieux pondérer le modèle simplifié, et ce, afin d'améliorer le modèle de prévision.

Programmes nationaux pour la COVID-19

Le CCGAL a approuvé plusieurs initiatives lancées au cours de l'année dans le but d'atténuer les répercussions commerciales de la

COVID-19. Ces initiatives comprennent notamment une combinaison de programmes nouveaux et actuels et visent à minimiser l'élimination de lait et de composants du lait, ainsi qu'à permettre aux transformateurs de se procurer certains produits laitiers pour mieux répondre à la demande lorsque l'économie redémarrera.

Les initiatives suivantes ont été approuvées :

- **Plan A : achat des surplus de beurre par la CCL.** Cette initiative a permis l'achat d'environ 1 600 tonnes de beurre
- **Plan C : programme de rachat du fromage.** Ce nouveau programme a permis à la CCL d'acheter du fromage des transformateurs qui était entreposé pour une période prédéfinie. Les transformateurs participants devaient racheter le fromage à un prix prédéterminé. Au total, plus de 2 000 tonnes de fromage ont été vendues à la CCL dans le cadre de ce programme;
- **Permis de classe 5d.** Environ 2 000 tonnes de fromage ont été fabriquées dans le cadre de cette initiative pour le marché d'exportation.
- **Permis d'alimentation animale classe 4m.** Cette classe de tarification a été rétablie conformément aux exigences de



l'ACEUM. Des permis pour près de 9 000 tonnes de LEP ont été demandés entre le 1er juin et le 31 octobre 2020.

La ligne de crédit de la CCL, que le gouvernement fédéral a fait passer de 300 à 500 millions de dollars par année, a été déterminante pour financer ces initiatives. Le groupe national a financé les intérêts associés à la ligne de crédit de la CCL, les coûts d'entreposage et les faibles retours du marché de ces initiatives.

Développements d'usine pour Canada Royal Milk, fairlife et Bel

Le projet Canada Royal Milk (CRM), aussi connu sous la marque chinoise Feihe, fait partie des récents investissements dans les infrastructures pour les ingrédients et les non-ingrédients, dont l'exploitation a commencé en 2020. L'usine CRM à Kingston, en Ontario, qui produira de la préparation pour nourrissons, a commencé à recevoir le lait pour sa mise en service pendant l'été 2020. Une partie des activités commerciales normales a été retardée puisque l'entreprise est en attente d'une certification des douanes chinoises. L'usine commencera officiellement ses activités au début de l'année 2021.

La nouvelle usine de fairlife à Peterborough, en Ontario, construite pour produire des produits laitiers de consommation enrichis, a commencé à recevoir le lait pour sa mise en service en juillet 2020 et a poursuivi le processus de mise en service tout l'automne. L'usine devrait commencer son exploitation commerciale normale à la fin de l'année 2020.

L'usine de fromage Bel a commencé ses activités commerciales normales à Sorel, au Québec, en janvier 2020.

ACEUM

L'ACEUM est entré en vigueur le 1er juillet 2020. L'accord exigeait l'élimination des classes 6 et 7, la reclassification des produits de ces classes dans leur classe d'utilisation finale, l'adoption des prix des États-Unis pour les ingrédients et la mise en place d'un seuil d'exportation pour le LEP, le concentré protéinique de lait et la préparation pour nourrissons.

Groupement du P10

Un groupement des revenus du P10 a été établi le 1er juin 2020. Il s'agit d'un jalon important pour l'industrie laitière. Les discussions concernant ce groupement ont débuté en 1995, en même temps que les discussions entourant le groupement du P5. Les travaux se poursuivront en 2021 afin d'harmoniser davantage les politiques à l'échelle nationale et d'explorer les options d'accords de partage des quotas nationaux.

Revue de la politique en matière de quotas du P5

Le conseil de DFO a convenu de revoir la politique harmonisée en matière de quotas du P5 tous les cinq ans après son adoption, qui a eu lieu en août 2009. En 2019-2020, les conseils du P5 ont consulté les producteurs laitiers à propos de diverses politiques de quotas.

Après un examen minutieux des commentaires reçus, le conseil de DFO a décidé de modifier la politique de quota pour ce qui est du transfert de fermes multiples, des exigences en matière de propriété et de résidence des fermes multiples familiales et du PAQNV.

Les changements apportés donnent plus de souplesses aux fermes multiples familiales pour ce qui est des plans de relève et autorisent les nouveaux venus à se lancer dans l'industrie laitière avec un quota de production total plus élevé que ce qui leur était permis auparavant.

Les changements apportés à la politique sont décrits en détail dans le livre Politiques : Quota et Transport du lait de DFO.

PROGRAMMES D'ASSURANCE, ASSURANCE DE LA QUALITÉ ET CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE

L'équipe d'assurance de la qualité et de conformité réglementaire de DFO est responsable des programmes destinés aux fermes, y compris en ce qui a trait à la réglementation et aux politiques en matière d'assurance de la qualité et à la recherche dans le secteur laitier.

Programmes pour les producteurs



Au cours de l'exercice se terminant le 31 octobre 2020, on dénombrait 3 351 fermes laitières en Ontario, soit une baisse de 1,7 % par rapport aux 3 410 fermes laitières l'année précédente. Ces fermes laitières autorisées continuent d'assurer le soutien financier de plus de 10 000 fermiers et leur famille en Ontario, et génèrent des revenus de 2 433 534 340 \$.

NOMBRE DE PRODUCTEURS LAITIERS DE L'ONTARIO DÉTENTEURS D'UN PERMIS ET REVENUS FARMGATE

Année	Nb de producteurs	Revenus
2018	3 504	2 238 458 852 \$
2019	3 410	2 347 269 377 \$
2020	3 351	2 433 534 340 \$

Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus (PAQNV)

Le PAQNV a été mis en place en août 2009 pour aider les nouveaux venus à se lancer dès 2010 dans le secteur laitier. Entre mars 2010 et octobre 2020, 94 nouveaux producteurs sont entrés dans la profession grâce au PAQNV. Le programme demeure bien vu, avec moins de 7 % des participants qui le quittent. En 2020, sept nouveaux venus sont entrés dans la profession, dont deux producteurs biologiques.

À la suite d'une révision de la politique harmonisée en matière de quotas du P5 en 2019-2020, DFO a approuvé les changements à la politique en matière de quotas du PAQNV.

Le PAQNV a été revu pour permettre à chaque demandeur retenu d'acquiescer au départ entre 20 kg et 30 kg de quota et d'avoir un prêt de 20 kg de quota, et ce, à compter de 2021. Le début du remboursement du prêt demeure à l'année 11, mais le calendrier des remboursements est revu à 0,1 kg par mois (1,2 kg/année).

De plus, le conseil de DFO a déterminé que pour les demandeurs retenus pour le PAQNV 2021, les producteurs prenant part au PAQNV ne pourront plus recevoir de complément lors d'un transfert d'un parent à un enfant. Les producteurs actuels du PAQNV bénéficieraient de droits acquis.

Programme des nouveaux producteurs (PNP)

Le PNP, créé en août 2009, est un programme destiné à aider les producteurs à se lancer dans l'industrie laitière autrement que par l'achat d'une exploitation agricole active ou le PAQNV. Le PNP peut viser des producteurs qui, auparavant, étaient titulaires d'un permis de production et de commercialisation du lait. Depuis son lancement, 135 nouveaux producteurs ont pris part au programme et 113 d'entre eux vendent actuellement leur lait.

Du 1er novembre 2019 au 31 octobre 2020, 27 demandeurs ont été ajoutés à la file de traitement du PNP, par rapport à 17 lors de l'exercice financier précédent du 1er novembre 2018 au 31 octobre 2019.

Le 31 octobre 2020, 101 demandeurs étaient dans la file, comparativement à 110 le 31 octobre 2019.



Qualité du lait cru

Inspections de conformité au niveau de qualité A

Comme le montre le tableau ci-dessous, au cours de la période de douze mois se terminant en octobre 2020, on a effectué 2 880 inspections initiales de conformité au niveau de qualité A.

INSPECTIONS DE CONFORMITÉ AU NIVEAU DE QUALITÉ A

Classification	Période de douze mois se terminant en octobre 2020		Période de douze mois se terminant en octobre 2019	
	#	%	#	%
Conformité au niveau de qualité A	2 618	90,9	3 079	91,4
Conformité conditionnelle au niveau de qualité A	163	5,7	156	4,6
Non-conformité au niveau de qualité A	95	3,3	133	3,9
Non-conformité insalubre au niveau de qualité A	4	0,1	1	0,0
Total	2 880		3 369	

Le pourcentage d'inspections initiales donnant lieu à une classification de conformité au niveau A au cours de la période de douze mois se terminant le 31 octobre 2020 est passé de 91,4 % à 90,9 %. Le pourcentage de classification de non-conformité au niveau de qualité A est passé de 3,9 % à 3,3 %. Le pourcentage de classification de conformité conditionnelle au niveau de qualité A est passé de 4,6 % à 5,7 %.

Tandis qu'on a continué les inspections de qualité A pendant la pandémie de COVID-19, on a procédé à un nombre réduit d'inspections, en établissant la priorité par risque, lors des premières étapes.

Les inspections de conformité au niveau de qualité A sont planifiées en fonction du risque, et sont en sus des inspections effectuées avant les validations prévues de proAction. On détermine le niveau de risque d'une ferme par les antécédents de classification des inspections, les résultats des analyses de qualité du lait et les plaintes reçues par DFO concernant les problèmes de soin des animaux ou l'état de l'exploitation agricole. Bien que les inspections supplémentaires soient planifiées selon les critères de risque, une ferme peut être inspectée à tout moment, sans préavis.



Programme de reconnaissance de la qualité du lait cru

Le tableau ci-dessous indique le nombre de producteurs ayant reçu un certificat général de qualité du lait cru au cours des années civiles 2020 et 2019 (pour le lait expédié durant les années civiles 2019 et 2018, respectivement). Au total, 47,9 % des producteurs ontariens ont reçu un certificat général de qualité du lait cru pendant l'année civile 2020 – il s'agit d'une hausse de 2,3 % par rapport au nombre de certificats émis en 2019.

CERTIFICAT DE QUALITÉ

Certificat de qualité	Certificats de qualité émis en 2020 (pour le lait expédié en 2019)		Certificats de qualité émis en 2019 (pour le lait expédié en 2018)	
	#	%	#	%
Or	455	13,3%	421	12,0%
Général	1 182	34,6%	1 180	33,6%
Aucun certificat	1 782	52,1%	1 911	54,4%
Total	3 419	100%	3 512	100%

Sanctions associées aux problèmes de qualité du lait cru

Comme le montre le tableau suivant, au cours de la période de douze mois se terminant le 31 octobre 2020, le nombre de sanctions associées au CCS a diminué de 39,5 %, le nombre de sanctions associées à la non-conformité au niveau A a diminué de 32,7 %,



les sanctions associées aux bactéries ont diminué à 25,8 % et les sanctions associées au PCA ont diminué de 10,4 %.

PÉNALITÉS POUR LA QUALITÉ DU LAIT CRU

Zone de qualité du lait cru	Nombre de sanctions		% de variation
	Période de 12 mois se terminant en octobre 2020	Période de 12 mois se terminant en octobre 2019	
CCS	262	433	-39,5
Bactérie	49	66	-25,8
PCA	189	211	-10,4
Non-conformité au niveau de qualité A	105	156	-32,7

Le nombre de sanctions associées aux inhibiteurs est passé de 30 à 31, toutes les sanctions étant de premier niveau.

Au cours de la période se terminant le 31 octobre 2020, la moyenne provinciale la moins élevée du CCS était de 173 000 cellules/ml en avril. La moyenne la plus élevée était de 217 000 cellules/ml en août 2020. Au cours de cette période, la moyenne pondérée provinciale du CCS était à 200 000 cellules/ml ou moins pendant neuf des douze mois.

Tests des échantillons de lait

Qualité des échantillons

Les niveaux de qualité des échantillons se rapportent principalement au maintien de la chaîne du froid pour les échantillons de lait. Les échantillons doivent être maintenus entre zéro et quatre degrés Celsius depuis la collecte à la ferme jusqu'à leur analyse en laboratoire. À cette fin, il convient que le classeur du réservoir à lait veille à ce que les échantillons soient conservés dans des pochettes de glacière remplies de glace et d'eau, de veiller à la réfrigération des échantillons déposés et de maintenir la température requise pendant le transport réfrigéré, lors du transport par messenger et dans le réfrigérateur en laboratoire.

La qualité des échantillons de janvier à août 2020 est la suivante :

QUALITÉ DES ÉCHANTILLONS

Période	Average Suitability	High and Low Suitability by Depot Location
Novembre 2019 à janvier 2020	98,6%	Emburn (99,8%) - Odessa (89,6%)
Février 2020 à avril 2020	99,2%	Goderich (100%) - Renfrew (94,8%)
Mai 2020 à juillet 2020	98,0%	Winchester (99,8%) - Maidstone (84,6)
August 2020 à octobre 2020	98,2%	Goderich (100%) - Espanola (85,4%)

En 2020, DFO a connu des problèmes localisés de transport d'échantillons en raison des interruptions dans les entreprises de messenger, ce qui a entraîné des délais dans la livraison des

échantillons expédiés par messenger de certains dépôts dans le nord de l'Ontario et de l'Essex-Kent au laboratoire. DFO a pris d'autres dispositions dans la mesure du possible pour minimiser les retards de déclaration et la perte d'échantillons. La procédure s'est toutefois avérée difficile en raison des choix de services limités dans ces régions.



Analyse et mesures de gestion

Au cours des dernières années, DFO a mis en place plusieurs mesures pour réduire la quantité d'échantillons endommagés (inutilisables). Elles sont résumées ci-dessous :

- Embauche d'une entreprise de transport des échantillons plus fiable;
- Amélioration du système de réfrigération dans les camionnettes de transport des échantillons;
- Installation de batteries de sauvegarde dans plusieurs dépôts puisque les pannes de courant endommagent souvent les échantillons en raison des changements de température;
- Recherche, validation et mise en œuvre de glacières améliorées pour les échantillons transportés par messenger;
- Amélioration de l'accès aux données des thermographes aux dépôts pour cerner et suivre les problèmes d'entreposage des échantillons et agir plus rapidement; utilisation de nouveaux thermographes;
- Augmentation du nombre d'envois d'échantillons par semaine des dépôts de messenger au laboratoire.

Grâce à ces améliorations, le pourcentage d'échantillons de qualité est élevé dans la province. DFO travaille pour mettre en œuvre des mesures visant à trouver rapidement les secteurs problématiques ou les producteurs qui auraient des taux d'échantillons de qualité sous la moyenne provinciale et à agir rapidement.

Éléments à prendre en compte pour améliorer les tests des échantillons de lait

En 2020, DFO a songé à améliorer les services de transport des échantillons par véhicule réfrigéré, ainsi qu'à augmenter la fréquence des tests bactériologiques. Après avoir pris en compte le point de vue des comités de producteurs de lait lors des réunions régionales de l'automne, on a pris la décision de maintenir les niveaux actuels du transport d'échantillons et de la fréquence des tests bactériologiques.

Chargements rejetés pour des raisons de qualité

Comme le montre le tableau ci-dessous, 38 chargements ont été rejetés pour des raisons de qualité au cours de la période de douze mois se terminant le 31 octobre 2020, contre 29 chargements au cours des douze mois précédents.

CHARGEMENTS LIVRÉS ET REJECTÉS EN ONTARIO

	Période de douze mois se terminant en octobre 2020	Période de douze mois se terminant en octobre 2019
Chargements livrés en Ontario	102 696	101 593
Chargements rejetés en Ontario	38 (0,04%)	29 (0,03%)

La raison la plus courante motivant le rejet continue d'être la présence de taches noires (12 chargements).

Essai de teneur en iode

Les échantillons de chargement sont d'abord analysés pour déterminer leur teneur en iode dans le lait livré aux transformateurs. Les échantillons de réservoirs à lait associés aux chargements qui dépassent un seuil de 300 microgrammes par litre ($\mu\text{g}/\text{l}$) sont ensuite analysés. Le seuil pour les essais de traçage a été fixé à 300 $\mu\text{g}/\text{l}$ pour les échantillons de chargement afin d'identifier les fermes dont le lait a une teneur en iode supérieure à 500 $\mu\text{g}/\text{l}$.

Le programme d'analyse de la teneur en iode pour 2020 a commencé en mars. À la fin d'octobre, 491 échantillons de chargement avaient été analysés. La plupart, ou 86,4 % des échantillons se situaient dans la plage normale, tandis que 12,8 % se situaient dans la plage élevée (350 à 500 $\mu\text{g}/\text{l}$) et seulement 0,8 % se situaient dans la plage supérieure (plus de 500 $\mu\text{g}/\text{l}$). Au total, 122 chargements (24,8 %) ont été signalés pour des essais de traçage et 722 échantillons de réservoirs à lait ont été analysés. Parmi ces échantillons, 112 avaient des niveaux d'iode dans la plage élevée.

Voici les trois facteurs associés à une teneur élevée en iode dans le lait :

- Une teneur élevée en iode dans les aliments pour animaux;
- Un trempage plus long dans l'iode des trayons et des mamelles;
- Une teneur plus élevée en iode dans l'eau.

Programme proAction



En date du 31 octobre 2020, 99 % des producteurs de l'Ontario étaient inscrits au programme proAction. Le un pour cent restant correspond à cinq producteurs dont la validation est en retard ou qui ont été retirés du programme, ainsi qu'aux nouveaux producteurs qui attendent leur validation.

Au total, on a donné 111 sanctions entre le 1er novembre 2019 et le 31 octobre 2020 dans le cadre du programme proAction.

Dans le but d'assurer la sécurité des producteurs et du personnel de DFO, les activités du programme proAction ont été suspendues en mars 2020 en raison de la pandémie de COVID-19. Cette suspension a donné environ 550 validations en suspens et 450 autodéclarations en suspens. Les mois de validation attribués des producteurs ont été replanifiés lorsque les activités du programme proAction ont repris en juillet 2020.

Politique en matière de suspension des permis de proAction

Il est très important pour les intervenants de l'industrie laitière, surtout les transformateurs, de veiller à ce que tous les producteurs se conforment à proAction. Bien que la plupart des producteurs de l'Ontario soient inscrits, plusieurs n'ont pas obtenu ou maintenu leur inscription à proAction. DFO ne peut donc pas garantir aux transformateurs que 100 % du lait produit en Ontario provient d'exploitations qui satisfont aux exigences de proAction. Pour contrer ce problème, DFO a entrepris la rédaction d'une politique en matière de suspension du permis proAction.

Une version provisoire de la politique a été présentée aux comités de producteurs de lait lors de la Conférence d'orientation du printemps 2020 afin d'obtenir leur avis. Le conseil a ensuite étudié les commentaires recueillis et approuvé la politique en matière de suspension de permis proAction de DFO. L'annonce a été faite en juillet 2020. La politique entrera en vigueur le 1er janvier 2021.

Avec la politique, le permis des producteurs qui n'obtiennent ou ne conservent pas leur inscription sera suspendu, ainsi que le ramassage du lait à leur ferme, et ce, jusqu'à ce qu'ils respectent les exigences du programme. La suspension commencera à la fin de la période de six mois suivant le mois de la validation ou de l'autodéclaration attribué (cinq mois pour les vérifications des autodéclarations).

De plus, selon les Politiques : Quota et Transport du lait de DFO, la suspension des ramassages de lait entraînera la résiliation du permis lorsqu'un producteur est hors production pendant 90 jours consécutifs.

La politique complète est comprise dans les Politiques du programme sur la qualité du lait cru de DFO accessibles sur le site www.milk.org.

Validations indépendantes

DFO continue de travailler afin des mettre en place des validations proAction indépendantes. Pour obtenir les meilleurs services à des prix concurrentiels, le fournisseur de services est choisi au moyen d'un processus de demande de propositions (DP). La mise en œuvre est prévue au printemps ou à l'été 2021.

Biosecurity Rollout



Les exigences en matière de biosécurité sont devenues obligatoires en septembre 2019. En vue de la mise en œuvre, DFO a mis au point un programme de formation qui couvre les exigences en matière de biosécurité et un certain nombre d'éléments fondamentaux en matière de soins et de bien-être des animaux tels que la gestion du bétail, les mesures axées sur les animaux et les décisions relatives aux vaches de réforme. La demande de financement de DFO dans le cadre du programme Partenariat agricole canadien pour couvrir une partie des coûts du programme de formation a été acceptée.

DFO a formé 128 vétérinaires en Ontario comme conseillers proAction. De février 2019 à juillet 2020, les conseillers proAction ont donné 1 819 séances de formation en classe et 350 à la ferme.

Mise en œuvre de l'environnement

La version définitive des exigences en matière d'environnement de proAction a été réalisée après la fin d'un projet pilote national au printemps 2020 et à la suite de l'approbation du conseil des PLC en août 2020. Voici la liste des exigences :

1. Avez-vous un plan agroenvironnemental valide pour déceler et gérer les risques environnementaux sur votre ferme?
2. Vos eaux de laiterie sont-elles gérées au moyen d'un entreposage adéquat ou d'un système de traitement conforme à la réglementation?
3. Votre site d'entreposage du fumier permet-il d'éviter la contamination des eaux de surface et souterraines et d'éviter d'épandre du fumier sur un sol gelé, couvert de neige ou saturé?
4. Gérez-vous les éléments nutritifs dans votre ferme pour faire une utilisation optimale du fumier ou de l'engrais sur les terres?
5. Avez-vous répondu au questionnaire agroenvironnemental?

Les exigences susmentionnées sont obligatoires depuis septembre 2021.



Bien que les plans agroenvironnementaux de l'Ontario n'aient pas de date d'expiration, proAction exige qu'ils aient été rédigés ou actualisés dans les dix dernières années. On encourage les producteurs qui ont déjà un plan à vérifier sa date de réalisation et à s'assurer qu'ils respecteront les exigences pour la validation.

En Ontario, les plans agroenvironnementaux sont gérés par l'Association pour l'amélioration des sols et des récoltes de l'Ontario (AASRO). Vous trouverez de l'information sur l'actualisation ou l'obtention d'un plan agroenvironnemental sur le site Web de l'AASRO au www.ontariosoilcrop.org

Examen du Code de pratiques

Le programme de soin animal de proAction est fondé sur les exigences actuelles du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins laitiers qui a d'abord été publié en 2009.

En 2019, le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) a amorcé la révision du Code de pratiques. Le processus comprend une période de consultation publique prévue au printemps 2021. La version à jour du Code devrait être publiée au printemps 2022.

Le processus de révision s'attarde notamment à la conception des stalles, à la possibilité d'exercice et aux notes de démarche. Vous trouverez des renseignements sur la révision du Code de pratiques sur le site Web du CNSAE au www.nfacc.ca.

LOGISTIQUE

L'équipe de logistique de DFO est responsable du transport du lait, de l'allocation du lait, du transport des échantillons, de la mesure et de l'étalonnage.

Transport du lait



Frais de transport aux producteurs

Les frais de transport aux producteurs du 1er novembre 2019 au 31 octobre 2020 ont augmenté de 0,04 \$/hl par rapport à l'exercice précédent. Il s'agit du résultat net de la diminution des coûts de transport en glissement annuel de 0,01 \$/hl et de la diminution des revenus de transport de 0,05 \$/hl au cours de la même période, comme l'indique le tableau ci-dessous.

COÛTS DE TRANSPORT, REVENUS DE TRANSPORT ET FRAIS AUX PRODUCTEURS

Exercice - cumul annuel	Coût par hectolitre (tous les chiffres sont arrondis au cent près)		
	Coûts de transport	Revenus de transport	Frais au producteur
Novembre 2018 à octobre 2019	2,89 \$	0,16 \$	2,73 \$
Novembre 2019 à octobre 2020	2,88 \$	0,10 \$	2,78 \$
Variance d'un exercice à l'autre	(0,01) \$	(0,06) \$	0,05 \$



La diminution de 0,01 \$/hl dans les coûts de transport se veut un résultat net de chacun des éléments indiqués ci-dessous, arrondis au cent près.

DÉPENSES ASSOCIÉES AU TRANSPORT (VARIANCE D'UN EXERCICE À L'AUTRE)

Dépenses associées au transport	Variance d'un exercice à l'autre (\$/hl)	Description
Inflation	0,05	Augmentation des coûts de main-d'œuvre et d'équipement dans la formule de prix
Carburant	(0,05)	Diminution des prix du carburant
Opérations	(0,01)	Gains d'efficacité opérationnelle réalisés avec l'utilisation de remorques (chargements plus gros)
Diminution nette	(0,01)	Variation nette dans les coûts de transport

La diminution de 0,05 \$/hl dans les revenus de transport est le résultat direct de la diminution des transferts de mise en commun du lait du P5 en Ontario.

REVENUS DE TRANSPORT (VARIANCE D'UN EXERCICE À L'AUTRE)

Revenus de transport	Variance d'un exercice à l'autre (\$/hl)	Description
Groupe ment du P5	(0,06)	Diminution des transferts du groupe ment du P5 en Ontario

Politiques relatives au transport du lait

La partie (d) du processus administratif relatif à la politique pour deux réservoirs à lait a été actualisée pour l'harmoniser aux protocoles actuels de test de la qualité. Les changements apportés sont en gras : "d) **Tous les résultats officiels des tests de qualité du numéro de permis principal et de permis administratif** seront utilisés pour déterminer la sanction. Si une sanction s'applique elle sera appliquée pour le volume mensuel total expédié par les numéros de permis principal et de permis administratif"

La politique relative à la valve du réservoir à lait a été modifiée pour ajouter l'énoncé suivant mis en gras, qui souligne l'importance d'utiliser une bride de serrage adéquate pour fixer une soupape à un réservoir.

"Le producteur doit veiller ce que la soupape du réservoir à lait de la ferme soit fixée solidement au réservoir. **Une bride de serrage de style rabattable n'est pas adéquate pour fixer une soupape à un réservoir.**"

"Si la soupape de sortie d'un réservoir à lait se détache pendant que le classeur du réservoir à lait ramasse le lait, et qu'il y a déversement de lait, le producteur ne sera pas rémunéré pour la quantité de lait déversé. Le volume de lait perdu sera déterminé en fonction de la différence entre le volume chargé déclaré sur le rapport de collecte du lait et le volume reçu à l'usine."

Nouvelle politique relative au transport

Le 1er septembre 2020 marque l'entrée en vigueur d'une nouvelle politique qui précise le type d'échelle nécessaire pour accéder à un réservoir à lait afin de classer et d'échantillonner le lait. Elle a été instaurée pour garantir aux classeurs du réservoir à lait un accès sécuritaire au réservoir.

Le producteur doit s'assurer que le type d'échelle utilisée respecte les exigences suivantes :

1. Les échelles et plateformes doivent être installées de façon à ne pas nuire ou avoir le potentiel de nuire à la santé de toute personne et à ne pas mettre en danger la sécurité.
2. Les échelles et plateformes doivent être fixées au réservoir ou être indépendantes. Si elle est indépendante, l'échelle doit avoir une plateforme intégrée.
3. Les échelles inclinées ne sont pas sécuritaires pour accéder au réservoir à lait.

En vertu de l'autorité de santé provinciale et des règlements en matière de sécurité, les classeurs du réservoir à lait peuvent refuser d'effectuer des tâches ou de fournir des services associés au ramassage du lait s'ils s'inquiètent pour leur sécurité.

Si le producteur ne garantit pas un accès sécuritaire au réservoir à lait aux fins de classement et d'échantillonnage, il est possible que son lait ne soit pas ramassé.

Allocation du lait

Au cours de l'exercice se terminant le 31 octobre 2020, les producteurs laitiers ontariens ont livré 3 071 319 615 litres de lait.

DFO livre du lait à 78 usines : 75 en Ontario, 2 au Manitoba et 1 au Québec. Du lait est livré à d'autres usines de la région de Montréal pour vendre les surplus de lait ou pour satisfaire aux exigences de l'obligation en matière de déplacement du lait. Au cours d'une journée normale, on planifie environ 275 livraisons de lait aux usines. Les plus grosses usines reçoivent du lait tous les jours, tandis que les plus petites en reçoivent sur une base irrégulière pour satisfaire à leur marché de niche.



Écrémage des surplus de lait

Lorsque l'approvisionnement de lait dépasse les commandes de lait aux usines, DFO utilise la capacité possible des usines pour séparer le lait. La crème est conservée à l'usine pour combler la demande des marchés du beurre et de la crème, tandis que le lait écrémé est retiré par DFO et éliminé.

Au cours de l'exercice 2019-2020, DFO a éliminé près de 38 millions de litres de lait écrémé.



LAIT ÉCRÉMÉ

Mois	Volume de lait écrémé (litres)	Volume équivalent en lait entier (litres)
Novembre 2019	477 988	533,335
Décembre 2019	3 149 446	3 511 380
Janvier 2020	6 499 130	7 237 582
Février 2020	2 827 833	3 149 705
Mars 2020	3 769 653	4 195 691
Avril 2020	4 780 279	5 314 716
Mai 2020	0	0
Juin 2020	1 434 542	1 590 704
Juillet 2020	2 064 863	2 285 893
Août 2020	8 183 699	9 060 371
Septembre 2020	4 810 588	5 347 684
Octobre 2020	0	0
Total Litres	37 998 021	42 227 061

Les années précédentes, les volumes de lait écrémé atteignaient 44,17 millions de litres en 2018-2019 et 71,57 millions en 2017-2018.

Les volumes de lait écrémé étaient plus élevés en août 2020 en raison d'une grève dans une grosse usine de Québec, de mi-juillet au début du mois de septembre. Les volumes en surplus de Québec ont été transportés à des usines en Ontario aux fins de transformation, ce qui a accru les volumes de lait écrémé de la province.

Les coûts du lait écrémé sont mis en commun avec le groupement du P5.

Allocation pendant la pandémie de COVID-19

En mars 2020, au début de la pandémie, DFO a noté une augmentation marquée des commandes de lait de consommation des usines, et ce, puisque les consommateurs vidaient les tablettes de lait pour en faire des réserves.

Ensuite, au début d'avril, les commandes des usines ont diminué pour suivre la diminution importante de la demande des consommateurs. DFO a écrémé les volumes maximaux dans les usines pour traiter les excédents de lait. Lorsque la capacité d'écrémage a été atteinte entre le 3 et le 6 avril, DFO a mis en place des mesures d'urgence et a cessé de ramasser le lait de certaines fermes choisies, entraînant l'élimination de 3 968 254 litres à la ferme (0,13 % du volume de production annuel).

Marchés de niche et lait biologique

MARCHÉS BIO ET DE NICHE

Production biologique – novembre 2019 à octobre 2020	37 443 281 litres
Mis en marché pour une utilisation biologique complète	32 688 076 litres 87,3 %
Volume mis en marché comme crème biologique et lait écrémé conventionnel	2 405 500 litres 6,4 %
Volume mis en marché comme lait conventionnel	2 352 705 litres 6,3 %

DFO commercialise du lait biologique de 80 producteurs certifiés biologiques à 18 usines certifiées biologiques. Au cours du dernier exercice, les fermes biologiques ont produit 37,44 millions de litres de lait biologique. Environ 89 % du lait biologique est transformé en produits des classes 1 et 2. Les 11 % restants sont utilisés pour les classes 3 et 4.

Historique sur cinq ans de la production et de l'utilisation du lait biologique en Ontario

HISTORIQUE SUR CINQ ANS DE LA PRODUCTION ET DE L'UTILISATION DU LAIT BIOLOGIQUE EN ONTARIO

Exercice	Production biologique totale (litres)	Volume biologique mis en marché (litres)	Volume biologique mis en marché (%)
2015-16	30 786 964	26 062 985	84,7
2016-17	33 269 069	30 473 183	91,6
2017-18	34 503 525	34 214 246	99,2
2018-19	36 737 561	32,418 804	88,2
2019-20	37 443 281	32 688 076	87,3

Voici d'autres marchés de niche :

- Lait de vaches nourries à l'herbe
- Lait de vaches Jersey
- Lait biologique de vaches nourries à l'herbe
- Lait biologique de vaches Jersey nourries à l'herbe
- Lait de vaches Brown Swiss
- Lait de vaches Guernsey
- Lait de vaches A2
- Lait ultra-casher

Les chargements biologiques et d'autres marchés de niche sont livrés dans des camions séparés, les coûts de transport supplémentaires étant évalués à l'usine qui les reçoit.

Usines

Délivrance de permis aux usines

Dans le cadre du mandat de l'initiative Ouvert aux affaires du gouvernement de l'Ontario, le MAAARO a modifié les Règlements 761 et 753 de la *Loi sur le lait* pour soutenir la réussite économique de l'industrie et réduire les charges, tout en continuant à protéger la salubrité alimentaire.

Les modifications éliminent les exigences qui constituent des obstacles financiers et fonctionnels pour les petits transformateurs laitiers, tout en protégeant la salubrité alimentaire :

1. Exemption de l'exigence de construire une salle de réception fermée et une station de lavage du camion-citerne fermée pour les transformateurs laitiers qui construisent ou modifient des usines laitières qui reçoivent au plus 7 500 litres de lait par jour;
2. Élimination des exigences d'obtention d'un permis pour les usines qui n'utilisent que du lait pasteurisé et des ingrédients du lait.
3. La nouvelle usine fairlife à Peterborough, en Ontario, construite pour produire des produits laitiers de consommation enrichis, a commencé à recevoir le lait pour sa mise en service en



juillet 2020 et le processus de mise en service s'est poursuivi tout l'automne. La pleine utilisation du lait canadien est prévue pour novembre 2020.

La production à l'usine de CRM à Kingston, en Ontario, construite afin de produire de la préparation pour nourrissons à exporter en Chine, a commencé à recevoir du lait le janvier 2020 dans le but d'augmenter sa production en 2021.

Transformation à la ferme

Il y a quatorze producteurs/transformateurs en Ontario qui transforment 4 800 255 litres de lait pour la période de douze mois se terminant le 31 octobre 2020. Depuis 2015, le nombre de producteurs/transformateurs n'a pas bougé. Un nouveau producteur/transformateur devrait voir le jour en 2021.

Mesure des volumes et échantillonnage aux usines

En Ontario, on dénombre 26 usines qui font la mesure du volume de lait aux fins de paiement, pour un volume combiné annuel de 2,7 milliards de litres ou 90 % du lait expédié hors de la ferme. Au total, 24 usines qui mesurent le volume de lait paient la même chose pour leur composition en fonction des échantillons de chargement pris à l'usine. Les usines Feihe et fairlife pensent commencer les essais de mesures et d'échantillonnage à la fin de 2020 ou au début de 2021.

L'exactitude des compteurs en usine est vérifiée au moins une fois par année pour les usines qui reçoivent jusqu'à 40 millions de litres de lait par année et deux fois par année pour celles qui en reçoivent plus de 40 millions.

Les résultats de composition des échantillons de chargement à l'usine sont suivis et comparés aux résultats de composition pondérés des producteurs correspondants pour chaque chargement. Ils sont rejetés et remplacés par des compositions du producteur lorsque la différence dépasse 5 % ou l'usine ne respecte pas les procédures adéquates d'approvisionnement en échantillons.

Il y a une différence de 0,22 % entre le relevé de compteur et le volume total expédié à partir des fermes. Cette différence équivaut à 6,3 millions de litres par année, pour une valeur de 5,4 millions de dollars. Les différences de composition de la ferme à l'usine pour le beurre, la protéine et d'autres solides équivalent à 300 000 \$ de plus annuellement.

Programme d'étalonnage des réservoirs à lait

DFO a un programme d'étalonnage des réservoirs à lait depuis 1978. L'étalonnage des réservoirs à lait réduit les pertes de volume associées aux compteurs en usine et permet une redistribution juste et équitable des paiements des transformateurs aux producteurs.

Les systèmes de mesure à la fine pointe de la technologie pour les deux unités d'étalonnage pour semiremorque utilisent un débitmètre massique, dont la précision est vérifiée avant et après chaque étalonnage du réservoir à la ferme. La compensation de température est utilisée avec une norme de vérification compatible avec la norme internationale.

Les unités d'étalonnage se trouvent dans le Centre-Ouest et l'Est de l'Ontario. L'unité de l'Est de l'Ontario dessert également les Maritimes, selon le principe du recouvrement des coûts, pour six à huit semaines chaque printemps. Les économies d'argent associées à la réduction des pénuries dans les Maritimes sont mises en commun dans le P5. En 2020, les étalonnages des Maritimes ont été

annulés en raison des restrictions de la COVID-19. Les réservoirs à lait des régions de Thunder Bay, Algoma, New Liskeard et Sudbury ont été étalonnés en remplacement de ceux des Maritimes. Les étalonnages des réservoirs des maritimes de 2021 seront aussi touchés par la COVID-19.

Les nouvelles installations sur les réservoirs et les activités robotisées qui traitent trois fois par jour ont la priorité avant leur mise en service, puisqu'il est difficile de trouver du temps pour réaliser les étalonnages lorsqu'elles sont en fonction et en raison des problèmes de refroidissement. Le personnel a étudié des façons d'augmenter le temps accessible pour réaliser les étalonnages de ces types d'activités. Il a déterminé que l'utilisation d'un système de refroidissement des réservoirs portatif pour contourner le réservoir en cours d'étalonnage constitue la meilleure solution. Un système de réservoir à lait a été obtenu et sera mis en service sur une remorque d'ici le printemps 2021.

RECHERCHE DANS LE SECTEUR LAITIER



Projets de recherche

Vous trouverez ci-dessous une courte description des nouveaux projets de recherche approuvés en 2019/2020. Les descriptions de projets sont divisées en trois parties :

1. Efficacité et viabilité de la ferme laitière;
2. Santé et bien-être animal;
3. Composition, qualité et salubrité du lait.

Une description complète de tous les projets de recherche se trouve sur le site Web de DFO.

Efficacité et viabilité de la ferme laitière

Priorités de recherche en exploitation laitière biologique

DFO participe à la détermination des priorités en matière de recherche pour le milieu d'exploitation laitière biologique de l'Ontario. Par le biais de sondages menés auprès des producteurs biologiques et de groupes de discussion, on a établi les priorités et émis des recommandations. Les sujets prioritaires sont, notamment : On a analysé 32 sondages avec 83 producteurs biologiques. Vingt-cinq producteurs biologiques ont participé à trois groupes de discussion. Les principaux domaines d'intérêt comprenaient la gestion du pâturage, l'économie de la production et de la gestion agricoles, les marchés de niche, l'efficacité et la viabilité des fermes, les services d'appoint biologiques, la santé des sols et la qualité du lait. Les autres enjeux de production du sondage comprenaient contrôler les mouches et maximiser la production grâce à des fourrages de qualité.





Centre de recherche sur les aliments biologiques du Collège d'Alfred

Le Collège d'Alfred, ou Ferme d'éducation et de recherche du campus d'Alfred (FERCA), a construit une nouvelle étable qui sera dotée de 104 stalles de traite et qui aura la capacité de créer huit groupes de douze vaches pour des projets de recherche.

Dans le but d'établir des plans de communication efficaces, le conseil de DFO a approuvé un budget de 60 000 \$ par année pour la liaison qui sera utilisé afin de promouvoir la proposition de la FERCA auprès des agriculteurs, d'assurer une communication plus efficace avec DFO, d'établir des relations avec les partenaires de recherche et de répondre aux questions des agriculteurs sur les produits laitiers biologiques. DFO a également approuvé 75 000 \$ par année pour des projets de recherche de la FERCA. À la demande de DFO, la FERCA cherche des partenaires auprès de plusieurs établissements de recherche et universités, y compris l'Université de Guelph et Lactanet, afin de disposer du niveau d'expertise scientifique adéquat pour les activités de recherche.

Silos à lait à la ferme

DFO étudie la faisabilité d'utiliser les silos à lait pour entreposer le lait sur les fermes laitières. Il travaille également avec le MAAARO pour déterminer les changements réglementaires à apporter pour permettre la mesure, la collecte et l'échantillonnage de lait à partir de silos à lait.

Analyse environnementale des logements à vaches laitières au Canada et dans le monde

Le conseil a commandé une analyse environnementale des politiques et règlements entourant les logements des vaches laitières partout dans le monde. Le rapport a été soumis au Conseil en août 2020.

Analyse environnementale des politiques en matière de qualité du lait au Canada et dans le monde

Le conseil a commandé une analyse environnementale des politiques et règlements entourant la qualité du lait partout dans le monde. Les rapports ont été soumis au Conseil en août 2020.

Boîtier de contrôle de surveillance pour réduire les risques d'incendie d'origine électrique dans les fermes

PrevTech Innovations, une nouvelle entreprise située à Québec, a conçu un boîtier de contrôle qui permet de surveiller la température et la fréquence des défaillances de mise à la terre des principaux panneaux électriques. Une température élevée dans le boîtier électrique principal et des défaillances de mise à la terre sont les premiers indicateurs de risques d'incendie électrique. En cas d'alarme, le système de surveillance avise immédiatement le producteur, un électricien et PrevTech, et ce, en temps réel par messagerie texte.

La solution PrevTech est un choix pratique et bon marché visant à réduire les risques d'incendie à la ferme. DFO évaluera les résultats de cinq nouvelles installations à la ferme et publiera un rapport sur ses conclusions.

Film d'emballage des balles/d'ensilage fait de biomatériaux robustes et bon marché

Chaque année, les fermes de l'Ontario produisent environ 3 000 tonnes de déchets de plastique provenant de l'emballage des balles et des films d'ensilage. Ce plastique est ennuyeux et son élimination, dispendieuse. L'objectif de la recherche est de produire du film d'emballage de balles et d'ensilage qui comble les besoins des fermiers et est biodégradable afin de réduire l'accumulation de plastique.

De la zéine (sous-produit du maïs) sera utilisée dans le cadre de ce projet de recherche pour produire des films performants et naturels qui réduiront les déchets de plastique. Le film sera mis à l'essai en laboratoire, puis sur le terrain.

Recherche en santé mentale : bourse de postdoctorat

DFO contribue à un programme de bourse de recherche de deux ans pour établir une base de connaissances canadienne sur la santé mentale et l'exploitation agricole. Ce programme comporte une analyse détaillée des ensembles de données existants complexes, de nouvelles études de recherche avec des résultats pratiques et une collaboration avec un groupe de travail d'intervenants. Le but est de faciliter la recherche d'aide par les producteurs en renforçant la capacité à créer des services de santé mentale efficaces. Les résultats de ces études pourraient mener à un meilleur accès aux services de santé mentale et à une meilleure santé mentale des producteurs canadiens, ce qui aidera à améliorer la viabilité de l'agriculture canadienne.

Voici les buts de cette recherche :

- Déterminer comment le changement climatique influence la santé mentale des producteurs canadiens;
- Étudier la santé mentale des productrices au moyen de lentilles genrées;
- Étudier l'efficacité du programme « In the know » en comparaison à Premiers soins en santé mentale, un programme conçu pour le grand public;
- Élaborer une intervention ciblant le transfert de connaissances dans le but d'améliorer les connaissances des fournisseurs de services concernant les besoins de l'agriculture canadienne et les besoins particuliers des agriculteurs en matière de soins de santé mentale.



Bourse d'assistant de recherche doctorale de DFO

La bourse d'assistant de recherche doctorale de DFO est présentée chaque année à une étudiante ou un étudiant exemplaire qui entreprend un programme de doctorat à l'Université de Guelph. Cette bourse est accordée pour les trois années d'études au doctorat à temps plein dans un domaine de recherche d'intérêt de DFO, comme la santé des animaux à titre individuel ou en troupeau, les systèmes de gestion des troupeaux laitiers, la nutrition, les aspects économiques de la production ou de la transformation laitière, ou encore l'emballage et la mise en marché des produits laitiers.

En 2019-2020, DFO a soutenu Shannon Cartwright pour son projet qui étudie la résilience des vaches laitières au changement climatique. Le bétail est extrêmement touché par le changement climatique. Plusieurs études ont montré que le stress thermique en fin de gestation peut affecter le poids et la santé des veaux à la naissance. Puisque les températures montent chaque année, cette situation occasionnera plus de problèmes pour les vaches laitières.

Plusieurs études ont montré que les vaches classées comme ayant une réponse immunitaire élevée ont beaucoup moins de maladies que celles ayant une réponse moyenne ou faible. L'objectif global de ce projet est de déterminer la résilience au changement climatique chez les vaches laitières qui possèdent un phénotype de réponse immunitaire en ce qui concerne les paramètres immunitaires, la fertilité, la santé et la production. Pour ce faire, on réalisera diverses expériences de culture cellulaire, ainsi qu'une analyse des données de reproduction et de santé associées aux données climatiques.

Santé et bien-être animal

Euthanasie et vaches couchées à la ferme

En collaboration avec Les Producteurs de lait du Québec (PLQ) et Les Producteurs laitiers du Canada, DFO a approuvé une étude visant à comprendre les perceptions, les obstacles, les contraintes et les aspects psychologiques associés à la gestion des vaches couchées et à l'euthanasie.

Voici les buts de cette étude :

- Faire l'inventaire des pratiques à la ferme suivies par les producteurs;
- Identifier les obstacles et les contraintes techniques entourant la gestion avant l'abattage et l'euthanasie du bétail dans les fermes;
- Proposer des approches, méthodes ou pratiques pour une meilleure gestion de ces pratiques à la ferme.

Amélioration de la santé des veaux laitiers en Ontario - projet ciblant les vétérinaires

DFO collabore avec Veal Farmers of Ontario sur un projet de deux ans, financé par le MAAARO, qui vise à créer un programme d'enseignement pour les vétérinaires bovins visant à améliorer la santé et le bien-être des animaux et à réduire la morbidité et la mortalité des veaux laitiers destinés à l'industrie laitière, du veau ou de la viande bovine laitière. Le programme ciblera les veaux nouveau-nés, ainsi que la gestion des vaches tarées et son importance dans l'amélioration de la santé des veaux.

Chaire de recherche sur la santé des vaches laitières :

Dr David Kelton, Département de médecine des populations, Collège de médecine vétérinaire de l'Ontario, Université de Guelph

Les activités de la chaire de recherche tirent parti des occasions qui garderont l'Ontario à l'avant-plan de la production laitière au Canada et dans le monde grâce à la recherche, à l'enseignement, au mentorat, aux services visant la santé et le bien-être des troupeaux laitiers et à la biosécurité. Les recherches de la chaire se concentrent sur les aspects importants de la santé et du bien-être des troupeaux laitiers et de la biosécurité, notamment : les maladies infectieuses (paratuberculose, diarrhée virale des bovins, leucose), la mastite et la qualité du lait sur la ferme, l'utilisation d'antimicrobien et la résistance, la biosécurité (visant les maladies d'importance), la boiterie avec un accent sur le bien-être et l'amélioration génétique, les maladies métaboliques (cétose), ainsi que la santé et l'efficacité de la reproduction.

Décrire et caractériser la mortalité des veaux nouveau-nés dans les fermes laitières de l'Ontario

Les niveaux actuels de mortalité périnatale en Ontario sont inconnus puisque la dernière enquête à ce sujet remonte à il y a presque 15 ans. Puisque la mortalité entraîne douleur et blessure, en plus de représenter une perte économique importante, il est important d'étudier ce problème pour en déterminer la prévalence actuelle et les facteurs de risque qui permettraient de réduire la mortalité.

Voici les objectifs de ce projet :

1. Décrire les niveaux de mortalité périnatale et présevrage en Ontario;
2. Déterminer les facteurs associés à la mortalité périnatale et présevrage en Ontario;
3. Consigner les causes fréquentes de mortalité;
4. Créer une méthode numérique pour permettre aux techniciens vétérinaires de déterminer la cause de décès des veaux nouveau-nés.



Mettre en place un programme de surveillance des maladies du lait conservé en réservoir à lait dans les fermes laitières de l'Ontario

La propagation de maladies nouvelles et existantes entre les troupeaux en Ontario est inquiétante. Les efforts de l'industrie, comme le volet biosécurité de proAction et le programme de contrôle John de l'Ontario, ont ciblé les pratiques de biosécurité. Cependant, il y a peu d'information sur la prévalence ou la propagation de maladies graves entre les troupeaux laitiers de l'Ontario.

Voici les résultats attendus et leur importance pour les producteurs laitiers de l'Ontario :

- Estimer la prévalence actuelle des maladies importantes dans les troupeaux laitiers en Ontario;



- Faire le suivi des changements de la prévalence et de la propagation potentielle pour les nouvelles maladies émergentes en Ontario;
- Informer les propriétaires de troupeaux et leurs conseillers de leur situation concernant les maladies importantes pour que les plans de biosécurité soient évalués et modifiés;
- Fournir un outil à long terme qui peut s'intégrer aux systèmes de surveillance nationale des maladies, tel que proposé par le Système canadien de surveillance de la santé animale (SCSSA).

Composition, qualité et salubrité du lait

Solutions de gérance des antimicrobiens pour une industrie laitière viable

En août 2019, le Dr Kelton et son équipe ont soumis à l'examen du bureau de la recherche de l'Université de Guelph une proposition pour le Fonds pour la recherche en Ontario – Excellence en recherche (FRO-ER) sur les solutions de gérance des antimicrobiens pour une industrie laitière viable. La proposition a été retenue par l'université comme l'un des projets à poursuivre pour d'autres soumissions.

Le FRO-ER donne du financement aux établissements de recherche afin de couvrir les coûts opérationnels des principaux projets ayant une valeur stratégique pour la province. Le FRO-ER est une initiative du ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce.

Les objectifs de la proposition du Dr Kelton sont d'aider à développer de nouvelles pratiques de gérance des antimicrobiens et d'explorer des stratégies pratiques afin que les producteurs de l'Ontario réduisent l'utilisation d'antimicrobiens sans compromettre la santé animale. DFO contribue à hauteur de 529 000 \$ sur cinq ans en attendant la contribution du FRO-ER.



Gérance des antimicrobiens et traitement sélectif par injection de crème à tarir

En raison des préoccupations relatives à la résistance microbienne, le secteur de l'élevage est soumis à une pression de plus en plus grande visant à réduire l'utilisation des antimicrobiens. Les chercheurs étudient donc la pratique de la thérapie de la vache tarie.

Le projet contribuera au développement d'une preuve de concept, à la démonstration d'un projet pilote et à la diffusion d'information en regard des pratiques exemplaires de gestion en matière de traitement sélectif par injection de crème à tarir dans l'industrie laitière de l'Ontario. Les groupes cibles sont les producteurs laitiers et les vétérinaires de bovins. Il devrait en résulter un cadre de travail et une série de recommandations que les vétérinaires, les

producteurs et l'industrie pourront mettre en pratique pour créer une stratégie et une approche uniformes, crédibles et pratiques vis-à-vis du traitement sélectif par injection de crème à tarir. Le projet aidera également Lactanet à mettre au point certains des outils et des rapports nécessaires pour que les producteurs et l'industrie puissent réduire l'utilisation d'antimicrobiens tout en protégeant la santé animale.

Enquête sur les taux élevés d'acides gras libres dans le lait des réservoirs à lait de l'Ontario

En mai 2017, l'Ontario a commencé à tester tous les échantillons provenant des réservoirs à lait de l'ensemble des fermes pour analyser la teneur en acides gras libres (AGL). Selon l'évaluation initiale des tests de la première année, le Dr David Kelton et son équipe ont déterminé qu'environ 10 % des échantillons de réservoir à lait de l'Ontario dépassaient le seuil habituellement employé de 1,5 millimole par 100 grammes de gras. Les niveaux d'AGL étaient moins élevés dans les troupeaux qu'on trait dans une salle de traite que ceux qu'on trait dans une stalle entravée ou une étable robotisée. De plus, les niveaux d'AGL étaient plus bas dans les troupeaux biologiques que dans les troupeaux non biologiques.

DFO a demandé la création d'un plan de recherche pour résoudre ce problème d'AGL. Le plan comporte un volet recherche fondé sur le produit qui intègre des méthodes pour mieux quantifier les effets des AGL sur le traitement du lait, ainsi qu'un volet recherche à la ferme axé sur la détermination des pratiques de manipulation du lait et d'alimentation qui pourraient entraîner l'élévation des niveaux d'AGL.

La proposition a deux phases :

- **Première phase – 2020:** les chercheurs ont étudié la relation entre les sources de gras alimentaires et les AGL, puis analysé le lien entre les systèmes de traite et les niveaux élevés d'AGL dans le but de fournir un résumé des données relatives aux AGL des fermes laitières de l'Ontario.
- **Deuxième phase – 2021 :** l'objectif est de confirmer les associations entre la lipoprotéine lipase, les AGL et la mousse, ainsi que de relever les facteurs de risque qu'on pourrait contrôler pour améliorer les caractéristiques de transformation du lait.

Profil des acides gras des réservoirs à lait pour améliorer le rendement des fermes laitières

Surveiller le profil d'acides gras (AG) des échantillons de lait provenant de réservoirs donne l'occasion de mieux évaluer et comprendre la fonction ruminale, la santé du rumen et la mobilisation des réserves du corps, soit trois aspects interreliés qui permettent aux chercheurs d'optimiser la réaction des vaches aux stratégies alimentaires, ainsi que d'améliorer le rendement et la rentabilité du troupeau.

On peut maintenant effectuer l'analyse de routine des AG au moyen d'une analyse dans l'infrarouge moyen, rapide et peu coûteuse avec les machines d'instrumentation FOSS, soit celles qu'utilise le laboratoire de l'Université de Guelph.

L'objectif de ce projet est d'instaurer une analyse de routine des AG des échantillons provenant de réservoirs à lait de partout au Canada, de même que de fournir des outils et des mesures de référence visant à maximiser l'utilisation potentielle de ce nouvel indicateur.

En collaboration avec Lactanet et les PLQ, DFO participe au financement d'un programme national d'analyse du profil d'AG

des exploitations laitières afin d'améliorer leur rendement. Parmi les activités financées, on note la transmission d'information des producteurs aux chercheurs, l'infrastructure nécessaire au traitement des données, la rédaction de rapports et le transfert de connaissances pour encadrer les activités à venir.

Chaire de recherche industrielle en microbiologie du CRSNG et de DFO

Dre Gisèle LaPointe, Département de la science alimentaire de l'Université de Guelph

DFO accorde 200 000 \$ par année à cette chaire de recherche. Le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) accordera des fonds équivalents par l'entremise de subventions de professeurs-chercheurs industriels. Le programme de recherche de la Chaire de recherche industrielle en microbiologie du CRSNG et de DFO vise à assurer la qualité et la fonctionnalité des produits laitiers par un meilleur contrôle des écosystèmes microbiens. L'approche préconisée par la chaire de CRSNG et de DFO est d'intégrer les connaissances dans la chaîne de valeur du producteur et du transformateur jusqu'à la santé du consommateur.



Étude sur l'appauvrissement en dexaméthasone chez les bovins : étude sur le lait et les tissus comestibles

L'utilisation de la dexaméthasone est approuvée au Canada pour les bovins de boucherie et les vaches laitières en lactation à des régimes posologiques variés, sous forme de poudre orale et injectable pour le traitement de la cétose bovine, de l'œdème de la glande mammaire de la vache parturiente et comme agent anti-inflammatoire. À l'heure actuelle, il n'existe aucune limite maximale de résidu de dexaméthasone dans les bovins approuvée au Canada. Pour cette raison, l'Agence canadienne de l'inspection alimentaire (ACIA) exige qu'il n'y ait aucun niveau détectable dans le lait et les tissus comestibles après l'utilisation de dexaméthasone chez le bétail. Il s'agit d'un problème pour les vétérinaires et leurs clients producteurs, puisqu'il n'y a pas d'information sur l'appauvrissement en dexaméthasone dans le lait ou les tissus comestibles en vertu de laquelle il serait possible d'établir un délai d'attente approprié pour assurer la salubrité alimentaire chez l'être humain et la conformité réglementaire.

Ces études permettront de fournir aux principaux acteurs (CgFARADMC, DFO, Beef Farmers of Ontario, la Direction des médicaments vétérinaires (DMV) de Santé Canada, les vétérinaires et leurs clients producteurs) des données importantes sur l'élimination de la dexaméthasone dans les vaches laitières en lactation et les bœufs afin d'assurer la salubrité pour l'être humain. De plus, ces études amélioreront la confiance du public envers les pratiques animales alimentaires canadiennes.

Subventions à l'Université de Guelph

DFO accorde 120 000 \$ en subventions par année à plusieurs départements universitaires engagés dans la recherche laitière.

À l'heure actuelle, les départements suivants recevront des fonds :

- Département des sciences de l'alimentation (30 000 \$)
- Département de médecine des populations (60 000 \$)
- Département d'économie alimentaire, agricole et des ressources (30 000 \$)

Voici certains projets réalisés pendant l'été 2020 grâce au programme de bourses :

- Déterminer s'il existe un potentiel d'augmentation de la numération microbienne pendant le stockage du lait pasteurisé;
- Dénombrer et désigner les bactéries sporulées du lait et des silos provenant des fermes de l'Ontario;
- Utiliser des protéines de lait dans la formulation des viandes transformées;
- Soutenir le programme Dairy Challenge s'adressant aux étudiantes et étudiants de premier cycle dans le domaine de l'industrie laitière du Collège d'agriculture de l'Ontario;
- Définir l'effet de la gestion nutritionnelle dans les systèmes de traite robotiques sur le contenu en acides gras du lait;
- Déterminer les facteurs de risque à l'échelle de la vache et du troupeau susceptibles d'entraîner un taux d'AGL élevé dans le lait provenant du réservoir à lait des fermes laitières de l'Ontario;
- Améliorer la fertilité naturelle des vaches laitières grâce à des technologies de santé et de précision;
- Le colostrum de vaches ayant une réponse immunitaire élevée présente-t-il des avantages en matière de santé pour les veaux laitiers?
- Quelle est l'incidence de la teneur en amidon de l'aliment de démarrage sur la santé gastrointestinale et le développement du veau au cours du sevrage?
- Organiser des groupes de discussion pour déterminer les perceptions des producteurs laitiers quant aux obstacles à la mise en place d'un contrôle de la douleur pour l'ébourgeonnage et évaluer l'intérêt pour des ateliers de formation;
- Soutenir les rédacteurs SPARK en cours d'été de l'Université de Guelph pour créer des résumés de recherche ciblés sur l'utilisateur pour les projets de recherche laitière récemment achevés;
- Prix des produits laitiers au détail – comprendre les différences entre les marchés;
- Lait au chocolat en tant que boisson de récupération rapide.

COMMUNICATIONS ET RELATIONS GOUVERNEMENTALES

L'équipe des communications et des relations gouvernementales de DFO défend les intérêts des producteurs et protège la réputation de marque de DFO. L'équipe des communications de DFO est responsable des relations avec le gouvernement, des communications avec les producteurs, transformateurs et intervenants dans l'industrie, des publications de DFO, y compris Milk Producer, des médias, de la gestion de crise et des événements de l'organisme



Relations gouvernementales

Relations avec le gouvernement fédéral

Les discussions avec le gouvernement fédéral au cours de la dernière année ont porté sur la mise en œuvre de l'accord entre le Canada, les États-Unis et le Mexique, l'indemnisation complète et juste pour l'AECG, le PTPGP et l'ACEUM, la protection frontalière et les répercussions de la pandémie de COVID-19 sur le secteur laitier. DFO et les offices de commercialisation provinciaux du lait ont travaillé ensemble pour représenter les intérêts des producteurs laitiers du Canada. Pour plusieurs aspects d'intérêts communs, les producteurs ont également collaboré avec l'Association des transformateurs laitiers du Canada et d'autres groupes de production agricole.

Commerce



Mise en œuvre de l'ACEUM

Le 2 avril 2020, le gouvernement canadien a avisé les États-Unis et le Mexique qu'il avait terminé le processus de ratification et était maintenant prêt à mettre en œuvre les dispositions de l'Accord de libre-échange nord-américain révisé. Le Canada est le troisième pays à avoir ratifié l'accord, après les États-Unis et le Mexique. L'ACEUM est entré en vigueur le 1er juillet 2020 et accordera un accès équivalent à 3,9 % de la production laitière du Canada. L'accès accordé par les trois accords commerciaux (AECG, PTPGP et ACEUM) totalise plus de 8 % de la production laitière du Canada, avec une incidence estimée à 450 millions de dollars par année sur les revenus des producteurs. Cet accès est en sus de l'accès au marché de 10 % déjà accordé, ce qui représente un accès total à 18 % de la production laitière du Canada. L'accord exigeait l'élimination des classes 6 et 7, la reclassification des produits de ces classes dans leur classe d'utilisation finale, l'adoption des prix des États-Unis pour les ingrédients et la mise en place d'un seuil d'exportation pour le LEP, le concentré protéinique de lait et la préparation pour nourrissons.

Le 15 juin, le gouvernement fédéral a annoncé des contingents tarifaires (CT) provisoires pour l'ACEUM; la majorité des nouveaux CT s'adressant aux transformateurs. L'annonce respecte la position commune défendue par l'ATLC et les PLC. Affaires mondiales Canada (AMC) a reporté la consultation sur la façon d'allouer les CT à long terme pour les produits laitiers en janvier 2022. Les PLC et DFO ont eu des premières consultations avec AMC avant la COVID-19. Les CT provisoires en vertu de l'ACEUM, et même de l'Accord de PTPGP, semblent cohérents avec l'orientation qu'AMC semble prendre pour le plus long terme, avec un accent sur la maximisation des allocations aux transformateurs.

Les enjeux entourant l'ACEUM demeurent la plus grande demande de DFO en matière de lobbying du gouvernement fédéral. Un important effort de sensibilisation a permis d'obtenir l'appui du

gouvernement fédéral afin que l'ACEUM entre en vigueur avec l'année laitière, soit le 1er août 2020. Toutefois, le gouvernement est revenu sur sa décision et a annoncé avec peu de préavis que l'ACEUM entrerait en vigueur plus tôt, soit le 1er juillet 2020. Les conséquences sur l'industrie laitière sont considérables, puisque la première année de l'accord commercial se terminerait le 31 juillet 2020 et la deuxième année débuterait le 1er août 2020, ce qui signifie un délai court pour l'allocation d'importation de la première année et moins de temps pour se préparer aux importations plus élevées qui seront autorisées pour la deuxième année. L'industrie laitière devrait subir des pertes importantes. Les PLC et les offices de commercialisation provinciaux ont mené un plaidoyer urgent au gouvernement, lui demandant de conserver la date initiale d'entrée en vigueur et ont exprimé leur grand mécontentement après l'annonce officielle du gouvernement.

PLC demande que des améliorations soient apportées à l'ACEUM avec la mise en place de mesures administratives entre les signataires, et ce, afin que les sanctions pour l'exportation de produits laitiers ne concernent que les exportations vers les États-Unis et le Mexique et non à l'échelle mondiale.

Indemnisation complète et juste pour l'AECG, le PTPGP et l'ACEUM

En août 2019, le gouvernement fédéral a annoncé qu'une indemnisation financière de 1,75 milliard de dollars allait être distribuée aux producteurs laitiers canadiens sur une période de huit années en raison des pertes commerciales associées aux accords commerciaux AECG et PTPGP. De ce montant, 345 millions de dollars ont été versés en décembre 2019. Puisque la première année de paiements directs aux producteurs se terminait le 31 mars 2020, DFO et les conseils provinciaux ont demandé au gouvernement fédéral d'annoncer le calendrier des indemnisations restantes pour les années deux à huit du programme, sous forme de paiements directs aux producteurs. En outre, une présentation prébudgétaire officielle a été faite au gouvernement fédéral pour demander un engagement officiel sur les points suivants :

1. Le gouvernement annonce le calendrier de l'indemnisation financière pour l'AECG et le PTPGP et s'engage à remettre les indemnisations restantes sous forme de paiements directs aux producteurs;
2. Le gouvernement annonce l'enveloppe financière et le calendrier de paiements pour une indemnisation juste et équitable en compensation de l'ACEUM et s'engage à remettre les indemnisations sous forme de paiements directs aux producteurs;
3. Le gouvernement procure à l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et l'ACIA les ressources et la formation nécessaires pour mettre en pratique les règlements d'importation des produits laitiers à la frontière canadienne avec efficacité.

AECG

À la suite de l'approbation du parlement européen et de la ratification par le Canada, l'AECG est en vigueur de façon provisoire depuis septembre 2017, mais demeure en attente de ratification par plusieurs pays membres de l'Union européenne. L'accord est en place au Canada et donne accès au marché du fromage du Canada, ce qui représente l'équivalent de 1,4 % de la production laitière au Canada.



À la mi-novembre, le gouvernement canadien a annoncé la fin des négociations entre le Canada et le Royaume-Uni à propos d'un accord commercial transitoire après que le Royaume-Uni eut quitté l'Union européenne (UE) le 31 janvier 2020. À partir du 1er janvier 2021, le Royaume-Uni n'aura plus accès aux deux contingents tarifaires permanents pour le fromage en vertu de l'AECG et devra utiliser les réserves de contingents tarifaires de l'Organisation mondiale du commerce pour l'UE concernant le fromage afin d'accéder au marché laitier canadien. L'accord transitoire devrait durer trois ans tandis que les négociations sur un accord de libre-échange permanent commenceront au cours de la prochaine année. En conséquence de cet accord, aucun autre accès au marché n'a été accordé au Royaume-Uni.



Mercosur

De plus, l'industrie surveille étroitement les négociations de l'accord commercial du Canada avec le Mercosur, qui se veut un bloc commercial sud-américain dont fait partie l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay représentant un PIB de plus de 3 billions de dollars et une population de plus de 261 millions de personnes. Les négociations ont débuté en mars 2018. Les discussions avec le Mercosur n'ont pas progressé et ont été reportées en raison de la COVID-19. Aucune date de reprise des discussions officielles n'est annoncée.

Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP)

Le PTPGP est entré en vigueur le 30 décembre 2018 dans les six premiers pays ayant ratifié l'Accord, soit le Canada, l'Australie, le Japon, le Mexique, la Nouvelle-Zélande et Singapour. Le 14 janvier 2019, l'Accord est entré en vigueur entre le Canada et le Viet Nam. Pour les autres pays signataires, soit le Brunéi, le Chili, la Malaisie et le Pérou, le PTPGP entrera en vigueur 60 jours après leur ratification de l'Accord. Le PTPGP est un accord de libre-échange entre le Canada et dix autres pays de la région de l'Asie-Pacifique qui, lorsqu'en vigueur, formera un bloc commercial représentant 495 millions de consommateurs et 13,5 % du PIB mondial. Le Royaume-Uni, la Chine, la Thaïlande, l'Indonésie, la Colombie, la Corée du Sud et Taïwan ont déjà fait part de leur intérêt à grossir les rangs du PTPGP. Pour le moment, aucun de ces pays n'a commencé le processus.

Le PTPGP accorde un accès équivalent à 3,1 % de la production laitière canadienne.

Journée de lobbying fédéral

Des membres du conseil d'administration et des cadres supérieurs ont assisté à la Journée de lobbying fédéral des PLC le 4 février 2020 à Ottawa. Accompagné des jeunes délégués James Harbers (Dundas), Dave Bryson (comté de Bruce) et Lindsey Cook (Waterloo), DFO a participé à des rencontres avec environ 40 députés de

l'Ontario pour livrer des messages sur les conséquences des accords commerciaux internationaux sur le secteur laitier, argumenter une indemnisation complète et juste pour les accords commerciaux et assurer une protection frontalière efficace.



Soutien fédéral pendant la pandémie de COVID-19

Au début de la pandémie, les PLC, avec le soutien des offices de commercialisation provinciaux du lait, ont réalisé une évaluation visant à déterminer les répercussions de la COVID-19 sur le secteur laitier. Sans penser à une deuxième vague à venir, les répercussions monétaires totales de la pandémie sur le secteur laitier, y compris les pertes de revenus des fermes et les frais exceptionnels, ont été estimées à environ 300 millions de dollars en 2020. Les producteurs laitiers n'ont pas demandé d'aide financière directe pour compenser ces pertes. La capacité du système à répondre à la demande qui change rapidement ainsi que le partage des pertes collectives par les agriculteurs ont témoigné de la solidité de la gestion de l'offre.

Les producteurs laitiers ont travaillé avec la CCL et le gouvernement fédéral afin de mettre en place ses programmes d'entreposage pour le beurre et le fromage dans le but d'aider à gérer les surplus au sein du système. Le secteur a également collaboré avec la CCL et l'ensemble des parties en Chambre des communes pour modifier la Loi sur la Commission canadienne du lait afin d'augmenter la capacité d'emprunt de la CCL de 300 à 500 millions de dollars, soit une annonce bienvenue dans l'éventualité d'interruptions à venir.



Affaires provinciales

Loi sur les services provinciaux visant le bien-être des animaux, projet de loi 136

La Loi sur les services provinciaux visant le bien-être des animaux, soit la nouvelle disposition législative ontarienne sur le bien-être animal, a été adoptée le 29 octobre 2019 et est entrée en vigueur le 1er janvier 2020. En tant que premier système de mise en force du



bien-être animal gouvernemental entièrement provincial au Canada, la Loi sur les services provinciaux visant le bien-être des animaux a remplacé la Loi sur la Société de protection des animaux de l'Ontario (LSPAO) et appliquera certaines des sanctions les plus sévères au Canada envers les personnes qui enfreignent les mesures législatives sur le bien-être animal.

DFO a travaillé avec le gouvernement et, avec d'autres groupes d'élevage, a contribué au modèle et à la législation sur le bien-être animal.

Journée de lobbying provinciale

Les représentants du Conseil de DFO et les cadres ont participé à la journée de lobbying provincial 2020 le DATE à Queen's Park. Le ministre Hardeman a prononcé le mot d'ouverture au déjeuner et a été rejoint par John Vanthof, porte-parole du NPD en matière d'agriculture, ainsi que le chef du Parti Vert, Mike Schreiner. DFO a tenu plus de 40 rencontres avec des politiciens et des membres du personnel pour sensibiliser davantage sur l'importance de l'adoption du projet de loi 156, Loi sur la protection contre l'entrée sans autorisation et sur la protection de la salubrité des aliments, soit une approche équilibrée envers la politique alimentaire aux institutions provinciales, ainsi que des conséquences du commerce international.

Projet de loi 156 - Loi sur la protection contre l'entrée sans autorisation et sur la protection de la salubrité des aliments

Tout au long de l'exercice 2019-2020, DFO, avec ses partenaires agriculteurs et la Fédération de l'agriculture de l'Ontario (FAO), a soutenu activement le projet de loi 156 Loi sur la protection contre l'entrée sans autorisation et sur la protection de la salubrité des aliments. Le 17 juin 2020, le projet de loi a reçu la sanction royale puis, à la suite d'activités accrues pour les droits des animaux dans une usine de transformation porcine dans la région du Grand Toronto, le gouvernement provincial a annoncé la proclamation partielle de la loi en septembre. En travaillant avec un groupe pluridisciplinaire de partenaires agricoles, DFO a soumis des règlements provisoires pour la loi, attendue en décembre 2020.

Mesures de soutien provinciales pendant la pandémie de COVID-19

Dans la foulée du gouvernement fédéral, l'Ontario a décrété l'état d'urgence le 17 mars 2020, ce qui a entraîné une forte augmentation des achats de détail par les consommateurs, ce qui a mis le système d'approvisionnement alimentaire à rude épreuve. On a ressenti des répercussions semblables à l'échelle du pays et du monde. Dans le but de satisfaire à la demande en rapide évolution, DFO et ses partenaires du P5 ont adopté des mesures visant à adapter la production en conséquence.

DFO a collaboré étroitement avec la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario (Commission) pendant la pandémie de COVID-19. L'ODC, la Commission et DFO se sont rencontrés deux fois par semaine pendant les premiers mois de la pandémie pour assurer une communication directe et trouver des moyens de se soutenir les uns les autres.

On a établi au départ des protocoles en matière de communication périodique entre DFO et la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario, l'Ontario Dairy Council et d'autres partenaires gouvernementaux et nationaux de l'industrie.

On a créé des protocoles à la ferme pour assurer la sécurité des producteurs, familles, employés et transporteurs aux usines de

transformation. Ces nouveaux processus comprenaient un éventail de tactiques en matière de santé et de sécurité telles que la distanciation physique, les procédures de désinfection à la ferme et la création de plans d'urgences à l'intention des producteurs en cas d'infection par la COVID-19. DFO a clairement établi que les producteurs n'ayant pas respecté les exigences ne verraient pas leur lait ramassé à la ferme et ne seraient pas indemnisés pour ce lait. DFO avait, et continue d'avoir, comme priorité le respect de ces valeurs dans le but de fournir des aliments nutritifs à la population canadienne.

Au début de la pandémie, le ministre des Transports a apporté des changements au Code de la route afin de permettre un déplacement plus efficace et rapide du lait dans la province. Le 24 mars 2020, Transports Canada a émis une exemption relative au transport de marchandises essentielles visant à autoriser une dispense des exigences établies par le Règlement sur les heures de service des conducteurs de véhicules utilitaires fédéral. Ces exemptions concernent les transporteurs qui sont employés ou autrement jouent un rôle dans le transport de fournitures et équipements essentiels pour aider directement les efforts associés aux secours d'urgence visant à contrôler l'éclatement de COVID-19 et assurer le déplacement des biens essentiels dans l'ensemble des provinces et territoires du Canada.

Ouvert aux affaires/réduction des formalités administratives

Réduire la charge administrative de l'Ontario constitue un élément important du plan actuel du gouvernement visant à aider les entreprises et les particuliers à profiter de la croissance économique. En 2019, le gouvernement a lancé Mieux servir la population, faciliter les affaires qui permettrait de réduire les formalités administratives et de travailler à restaurer les avantages concurrentiels de l'Ontario. DFO, l'ODC et le MAAARO ont consulté le ministère pour examiner les occasions d'allègement du fardeau associé au fait de mener leurs activités et les encadrer. Ces mesures se poursuivront en 2021..

Gestion de crise

Communications sur la pandémie de COVID-19

DFO a collaboré avec ses partenaires de l'industrie et des produits, s'adaptant rapidement pour aborder les enjeux associés à la COVID-19. Par le biais du groupe de travail sur la gestion des enjeux (GTGE) des PLC, un comité du personnel national, DFO, les PLC et d'autres offices de commercialisation du lait provinciaux ont travaillé ensemble sur des stratégies de communication, la planification des relations gouvernementales et les principaux messages. DFO a travaillé avec les partenaires de FarmGate5 pour discuter de leurs défis communs et coordonner les principaux messages propres au secteur de la gestion de l'offre.

Tout au long de la pandémie, la participation accrue de DFO et les communications avec les producteurs constituaient une priorité. L'information était diffusée et du soutien offert aux producteurs dans les domaines suivants:

- Précision sur les aspects importants des effets de la COVID-19 sur leur ferme, leur famille et l'offre de lait de qualité supérieure aux consommateurs;
- Communications propres aux producteurs qui abordent, notamment :
 - Les principaux messages du président et de la directrice générale sur les dernières avancées de la situation globale;



- Les protocoles de ramassage du lait;
- La nécessité d'éliminer du lait à la ferme comme mesure d'urgence;
- Les protocoles à la ferme pour la désinfection et la gestion des visiteurs;
- Les changements apportés au programme proAction;
- Les décisions du P5 sur les limites de production et les fluctuations de la demande;
- Des documents qui répondent aux questions soulevées lors des appels régionaux avec les comités de producteurs de lait;
- Le partenariat de DFO avec Feed Ontario soulignant les contributions de l'industrie;
- L'aide financière supplémentaire du gouvernement et les ressources en matière de COVID-19 pour aider les producteurs à gérer les effets de la pandémie.

DFO a lancé sur son site Web une page dédiée à la COVID-19 pour les producteurs et une page Facebook pour les producteurs de l'Ontario qui ont permis aux producteurs de partager de l'information et de discuter dans un milieu privé. DFO s'est engagé à transmettre toute l'information concernant ses mesures aux comités de producteurs laitiers et à veiller à ce qu'ils soient mieux outillés pour partager l'information aux producteurs locaux pendant la pandémie.

Relations médiatiques pendant la COVID-19

Le personnel responsable des communications de DFO surveille les médias tous les jours et répond aux demandes médiatiques envoyées à l'adresse media@milk.org. Au début de la pandémie, la stratégie médiatique de DFO consistait à fournir un rapport quotidien aux membres du conseil d'administration, à l'équipe de cadres de DFO, aux comités de producteurs laitiers et à certains membres du personnel de DFO. Les analyses quotidiennes fournissent des liens vers les articles couvrant l'industrie laitière canadienne et la COVID-19, les nouvelles du monde laitier, les annonces du gouvernement et d'autres nouvelles pertinentes relatives à l'industrie laitière.

DFO a adopté une stratégie médiatique réactive pour répondre aux demandes des médias tout au long de la pandémie. Ces demandes sont d'abord approuvées par la division des communications. DFO travaille également avec les Producteurs laitiers du Canada pour répondre aux demandes des médias concernant un point de vue national.

Élimination du lait

Les mesures d'urgence prises pour éliminer le lait dans plusieurs provinces en avril ont attiré l'attention des médias. Au plus fort de la couverture, DFO a géré jusqu'à 50 demandes des médias sur une période de trois jours. DFO a partagé la déclaration de Cheryl Smith, directrice générale, aux médias visant à aborder l'enjeu. Elle a été publiée sur le site Web des consommateurs de DFO. DFO a également souligné l'aide apportée par le système de gestion de l'offre des produits laitiers aux producteurs laitiers afin d'atténuer les fluctuations du marché. À l'échelle nationale, DFO a annoncé sa collaboration avec des partenaires, y compris les PLC, des offices de commercialisation provinciaux du lait et le gouvernement visant à alléger l'incidence de la demande réduite grâce à des programmes d'entreposage nationaux.

Groupe de travail sur la gestion des enjeux (GTGE)

Le GTGE est le groupe de travail national composé du personnel des communications de chaque office de commercialisation provincial, dont DFO. Le groupe se rencontre régulièrement et partage des documents ainsi que les pratiques exemplaires de l'industrie.

En février, le GTGE s'est réuni en personne à Ottawa, en Ontario, pour discuter des stratégies à l'échelle nationale, y compris les relations gouvernementales, la gestion de crise, les principaux messages et les relations avec les médias. Depuis, le groupe se rencontre virtuellement pour collaborer sur des enjeux se rapportant aux effets de la pandémie sur l'industrie.

Publications et moyens de communication

Magazine *Milk Producer*



Les revenus publicitaires reflètent toujours l'appréciation des producteurs laitiers et des partenaires industriels envers le magazine *Milk Producer*. Le sondage 2019 de DFO auprès des lecteurs a conclu que les producteurs laitiers et les professionnels de l'industrie du Canada continuent de lire le magazine.

Dans le but de toujours améliorer le contenu du magazine, l'expérience du lecteur et le flux opérationnel, des corrections ont été apportées en tenant compte des commentaires reçus lors du sondage 2019 auprès des lecteurs, ainsi que pour rendre le processus de production plus efficace et conforme aux pratiques exemplaires. Un magazine *Milk Producer* revampé a été publié en juillet 2020.

Milk Producer a encore une fois remporté des prix APEX en 2020. APEX est un programme de prix annuel qui reconnaît l'excellence dans le graphisme, le contenu rédactionnel et la capacité à atteindre l'excellence globale en matière de communication.

Le magazine a reçu les trois prix suivants :

- Le prix Apex 2020 pour l'excellence de la publication dans la catégorie des magazines, revues et tabloïdes produits par une ou deux personnes;
- Pour l'article-couverture de décembre 2019, intitulé *Small hearts believe big this holiday season*, dans la catégorie sur les articles vedettes;
- Prix pour la conception et l'illustration de l'article-couverture de novembre 2019.

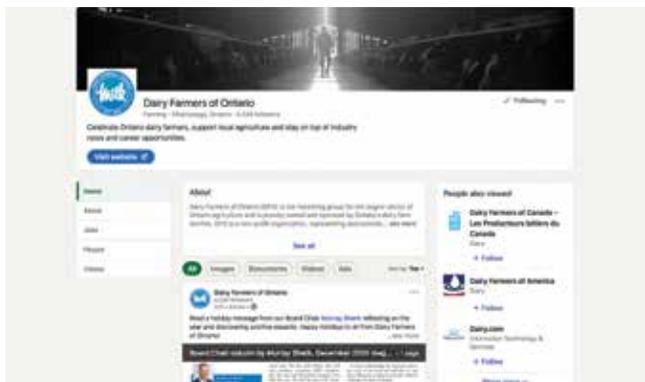
LinkedIn

En septembre, DFO a procédé au lancement officiel de sa page LinkedIn. Une stratégie et un plan du contenu ont été élaborés pour refléter l'objectif de DFO, soit développer son image de marque et son rôle de chef de file au sein de l'industrie laitière.



LinkedIn est devenu un lieu où l'on peut obtenir des résultats commerciaux, faire connaître la marque, promouvoir les possibilités de carrière et sensibiliser les clients et intervenants, ce que DFO s'efforcera d'accomplir sur sa page. La voix et le ton de la page LinkedIn de DFO seront authentiques, positifs et accessibles et visent à mettre de l'avant le meilleur de l'industrie laitière, ainsi que les possibilités de croissance et d'Ontario et partout au pays pour son public. Le contenu plaira aux employés, au conseil d'administration et au milieu des producteurs actuels, de même qu'aux chercheurs d'emploi, aux étudiants, aux dirigeants de l'industrie et au gouvernement.

Après son lancement le xx (date), on a observé une augmentation de l'activité et de la participation au moyen de publications périodiques et de conversations. DFO a déjà un bon nombre d'abonnés, soit plus de 3 200 personnes, et l'organisme vise à accroître ce nombre en partageant du contenu intéressant et utile.



Audit des communications

Dans le but de mieux comprendre les besoins en communication de l'organisme, DFO s'est engagé au milieu de 2019 à effectuer un examen complet de ses processus et moyens de communication, y compris tous les actifs en version numérique et imprimée.

Des sondages et entrevues avec les producteurs, les comités de producteurs de lait, les membres du conseil d'administration, le personnel de DFO et les acteurs de l'industrie ont été menés en plusieurs phases et une analyse complète des données a été effectuée en novembre. L'audit servira à influencer l'élaboration d'un plan de communication qui sera mis en œuvre à l'avenir.

Un rapport complet sera présenté au comité des communications et des relations gouvernementales aux fins d'examen et de discussion. Des recommandations seront transmises au conseil d'administration sur la meilleure façon de simplifier et de personnaliser les offres de communication pour bien satisfaire aux besoins du public de DFO.

Communications du système de gestion du lait (MS) et plan de formation

L'équipe des communications soutient le lancement à venir de la refonte du site Web des intervenants de DFO, qui comprendra une nouvelle page de l'industrie sur le site Web destiné au public, un portail pour les comités de producteurs laitiers et un système complet de gestion du lait (MMS) dont l'accès sera réservé aux producteurs, transformateurs et transporteurs. Un portail pour les employés de DFO sera lancé en septembre sur SharePoint.

Comme pour tout nouveau processus, la communication des changements est essentielle au succès du lancement et à l'adhésion.

DFO a conçu un plan de formation et de communication détaillé pour améliorer la connaissance de la nouvelle conception et, lors de son lancement, pour expliquer comment les changements influenceront les divers utilisateurs, favoriseront la mobilisation et accroîtront la présence de DFO en ligne.

De meilleures communications entre DFO et les CPL

Appels entre le conseil d'administration et les CPL

En avril 2020, DFO a organisé une série de téléconférences régionales avec les comités de producteurs laitiers (CPL) pour les informer des problèmes actuels et des questions associées à la pandémie de COVID19. Les appels ont été bien reçus et DFO a décidé d'organiser trois appels de ce genre chaque année. Un autre appel a eu lieu le 21 août 2020.

Programme d'ambassadeur de la communication avec les producteurs

Dans le but de renforcer les relations avec les producteurs et la transparence de la communication, DFO a créé le programme d'ambassadeur de la communication avec les producteurs (ACP) à la fin du printemps 2020. L'équipe d'ACP, qui comprend le personnel de mobilisation des intervenants et près d'une douzaine de producteurs avertis qui communiquent avec leur collectivité, fait des contrôles périodiques dans l'optique de partager des renseignements locaux et de parler des questions et problèmes rencontrés sur le terrain.

Pages Facebook des comités de producteurs laitiers et des producteurs

En mai 2020, pour réagir à une augmentation du nombre de producteurs demandant à rejoindre le groupe Facebook des comités de producteurs laitiers, DFO a créé un groupe Facebook pour les producteurs afin de leur proposer une communauté de média social privée qui permet la conversation bidirectionnelle avec d'autres producteurs et le partage d'information de DFO. Le personnel responsable des communications surveille continuellement les conversations en ligne sur les deux pages et utilise des outils pour diffuser l'information importante de l'industrie.

Autres améliorations apportées aux communications

Nouveau rapport mensuel sur les marchés



Pour répondre à la demande des producteurs qui souhaitent avoir de l'information pertinente sur la production et les marchés plus rapidement, y compris un aperçu de la variation du paysage du commerce de détail, DFO a créé un nouveau rapport appelé Sommaire des marchés et de la production.

Le rapport a été lancé en septembre 2020 et sera envoyé vers le 15 de chaque mois par l'intermédiaire du service par courriel Constant Contact, dans le bulletin d'information hebdomadaire et avec le bulletin Dairy Farmer Update.

Améliorations au bulletin d'information hebdomadaire

Le contenu et les méthodes de communication sont évalués de manière cohérente. Dans un souci d'amélioration constante, DFO a ajouté trois ou quatre articles de presse et du contenu vidéo au bulletin d'information hebdomadaire. La production de ce bulletin a également été modifiée pour qu'il soit envoyé à la même heure chaque vendredi (à quelques exceptions près).

Amélioration de Milkline (système téléphonique avec réponse vocale interactive automatisée)

En septembre 2020, le système de messagerie téléphonique de DFO a été mis à niveau pour devenir une plateforme de gestion du contenu Web qui permet aux employés d'enregistrer des messages de manière plus conviviale et simple. Elle permet aux producteurs de choisir les éléments qu'ils écoutent et chaque segment demeure accessible plus longtemps pour les producteurs.

Événements

Assemblée générale annuelle 2020



L'assemblée générale annuelle (AGA) 2020 de DFO s'est tenue du 14 au 16 janvier 2020. Les réactions à cet événement ont été très positives. Les sujets abordés ont été bien reçus, surtout le segment sur la commercialisation avec Kael Morrison, le fils de 13 ans de la famille de producteurs laitiers Morrison de Frankville, en Ontario. Il a parlé de sa longue expérience à l'hôpital SickKids. Une présentation spéciale a aussi été donnée pour reconnaître le don de 600 000 \$ de DFO à la fondation SickKids et à d'autres fondations d'hôpitaux pour enfants en Ontario dans le cadre de sa campagne Milk & Cookies avec Mondelēz, propriétaire des biscuits Oreo, et d'autres partenaires, qui s'est déroulée pendant la période de Noël.

Une nouveauté de 2020 : un kiosque de commercialisation avec des affiches interactives pour souligner différentes mises en service en commercialisation de 2019.

Deux membres du conseil d'administration sortants ont été honorés, soit Sid Atkinson et Paul Vis. Un ancien membre du conseil, Will Vanderhorst, qui a été honoré à la COP 2019, a également été reconnu à l'AGA. Shannon Cartwright, étudiante au doctorat, a reçu la bourse d'assistant de recherche doctorale 2020 de DFO.

Le parrain platine de cette année était Maple Leaf Sports and Entertainment. Gord Stellick, radiodiffuseur sportif canadien, et Brendan Shanahan, président de Toronto Maple Leafs, constituaient les principaux attraits du gala. Ils ont participé à une discussion informelle pendant le banquet.

Le rapport annuel, axé sur la commercialisation, l'innovation et la viabilité, a été distribué à l'AGA. Une version électronique a été publiée sur le site Web de DFO et un exemplaire papier a été imprimé

dans l'édition de janvier 2020 du magazine *Milk Producer*. DFO a présenté un rapport annuel en vidéo pour souligner les principaux points du rapport et les activités importantes de l'année.

Les répondants au sondage ont accordé à l'AGA un taux de satisfaction parfait dans le sondage de rétroaction : 60 % étaient très satisfaits et 40 % étaient satisfaits. Tous les présentateurs, de DFO et de l'industrie, ont été bien reçus, tout comme les rénovations réalisées à l'hôtel Fairmont Royal York. Un commentaire qui revenait dans le sondage était la demande de mettre en œuvre une option de « diffusion en direct » pour les personnes dans l'impossibilité d'assister à l'AGA en personne. Étant donné que l'AGA 2021 sera virtuelle, cette demande sera satisfaite et DFO va considérer offrir une option à distance pour les réunions à venir.

Répercussions de la COVID-19 sur les événements de 2020

Les événements auxquels DFO participe chaque année ont été grandement touchés par la pandémie. La Canadian Dairy XPO (CDX) et le Déjeuner à la ferme de Farm & Food Care Ontario ont été annulés puisqu'ils devaient avoir lieu pendant le premier confinement. Ensuite, le Championnat international de labour a été reporté au 13 et 16 octobre 2021 à Lindsay, en Ontario.

Le Canada's Outdoor Farm Show a opté pour une édition 2020 virtuelle, après le succès de son événement partenaire, Ag in Motion, en Saskatchewan. L'exposition de plusieurs jours a proposé du contenu interactif provenant du terrain, donnant la chance aux participants de voir le matériel et la technologie agricole d'un point de vue unique et inédit.

Conférence d'orientation du printemps

La Conférence d'orientation du printemps (COP) de DFO, dernier événement de l'année tenu en personne, a eu lieu du 10 au 12 mars 2020 au Nottawasaga Inn Resort à Alliston, en Ontario. Le thème de cette année était axé sur le renforcement du système laitier en Ontario et partout au Canada. La PDG Cheryl Smith a présenté son analyse, qui parlait d'une industrie dynamique, rentable et croissante qui démontre l'importance, la pertinence et la viabilité de notre système laitier.

Le président Murray Sherk a parlé de l'importance pour les exploitations laitières d'être prêtes pour le consommateur. Il a souligné le fait que les consommateurs s'intéressent à la façon dont leurs aliments sont produits, à leur origine et aux soins des animaux, faisant référence à proAction comme étant un programme destiné à fournir cette assurance.

Les sujets suivants ont aussi été abordés : responsabilité des initiatives de commercialisation, stratégie en matière de viabilité de DFO, actualisation des ressources humaines et analyse du budget de 2019. Un groupe de partenaires nationaux formé de présidents d'offices de commercialisation provinciaux a discuté des possibilités et des défis de l'industrie laitière canadienne et de l'importance de la collaboration.

Réunions régionales de l'automne virtuelles

Dans le but de respecter les consignes du gouvernement en matière de COVID-19, les réunions régionales d'automne se sont déroulées en ligne les 14 et 15 octobre 2020. Les deux réunions ont attiré un grand nombre de personnes et on a prévu beaucoup de temps pour le programme officiel, pour répondre aux questions préalables et pour la période de questions.



Les CPL ont reçu des documents, des articles et des présentations à réviser avant la réunion, ce qui a permis une meilleure concentration pendant une réunion virtuelle plus courte et une expérience de réunion plus structurée et complète pour les participants. Selon les commentaires reçus, les participants ont aimé l'expérience virtuelle et proposent de répéter cette formule dans l'avenir.

MARKETING ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

L'équipe du marketing et du développement commercial de DFO est responsable, au nom des producteurs, du marketing et des promotions ciblant les consommateurs, directement ou en partenariat avec les transformateurs de produits laitiers et d'autres partenaires de l'industrie. L'équipe est responsable des programmes, des campagnes, des partenariats et des initiatives de marketing dans quatre sphères importantes : communications et stratégie marketing, développement commercial, programmes pour les consommateurs et programmes et partenariats communautaires.

Plans de marketing

Plans de commercialisation et changement de cap pour 2020

DFO a maintenu sa croissance fondamentale observée en 2018-2019, conservant son plan stratégique axé sur l'augmentation de la consommation des produits laitiers canadiens, et donc sur la croissance graduelle du secteur laitier canadien. La stratégie globale de marketing et de développement commercial consiste à tirer parti de l'approche fondée sur le rendement du capital investi pour les programmes et leur exécution.

Les recherches continues sur les habitudes et les perceptions des consommateurs ont éclairé toutes les activités du programme. La cible démographique des parents du millénaire a été divisée en plusieurs segments pour permettre une exécution, un ciblage et un suivi des rendements supplémentaires.

Lors de l'exercice 2019-2020, on a dû composer avec la complication supplémentaire de la COVID-19, qui a nécessité un travail rapide généralisé pour changer le cap des activités de commercialisation, et ce, dans le but de modifier le comportement et la mentalité des consommateurs.

Les mesures d'urgence en matière d'élimination du lait pendant la pandémie ont occasionné une baisse du sentiment envers la création d'une image de marque; par conséquent, la planification du changement de cap comprenait la réorientation des efforts visant à rétablir cette confiance au moyen de campagnes axées sur l'équité, l'innovation et la mobilisation communautaire pour les agriculteurs en appui aux banques alimentaires et hôpitaux pédiatriques de l'Ontario.

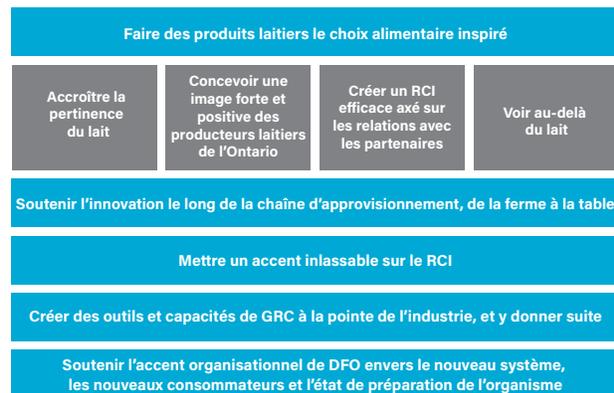
Chaque activité de commercialisation sera conçue avec des mesures et des objectifs cibles, et sera rattachée aux objectifs généraux de commercialisation et à la stratégie globale de DFO. Les efforts de l'exercice 2020 ciblaient surtout l'exécution et la mise en place de critères de référence pour le suivi à venir, ce qui a été réalisé tandis que les plans de changement de cap étaient exécutés en raison de la pandémie.



Communications de marketing, relations publiques et médias sociaux

Stratégie de marque

DFO a maintenu la stratégie de messagerie principale et a soutenu les plans d'exécution tout au long de l'exercice 2020. Le cadre suivant, établi au début de l'année 2019, est demeuré en place. DFO constate de solides résultats au cours de sa deuxième année :



Les deux objectifs en matière de communication de marketing de DFO ont été atteints de plusieurs façons en 2020. La recherche réalisée dans les premiers stades de la pandémie indiquait qu'il y avait encore plus d'occasions de tirer parti des principaux messages (plutôt que de les changer ou de s'en éloigner).

Dans le cadre du changement de cap de la planification stratégique associé à la COVID-19, les plans des campagnes laitières d'automne ont été modifiés pour s'adapter aux nouvelles réalités de production et les deux plans (se concentrer sur notre valeur de marque et le lait lui-même) ont été transmis en même temps, plutôt qu'un à la fois, pour tirer profit des résultats positifs des créations simultanées qui avaient été élaborées.

Campagnes 2019-2020

Pendant l'exercice, DFO a planifié et réalisé les activités de campagnes intégrées suivantes qui utilisaient une grande variété de tactiques et de méthodes de communication pour transmettre les principaux messages entourant les valeurs des producteurs laitiers et le lait :



Lait et biscuits des Fêtes



- DFO a amorcé 2020 avec la première itération de la campagne Milk & Cookies avec l'appui des transformateurs laitiers, des détaillants et de Mondelez Canada (biscuits Oreo) dans le but de réunir des fonds pour SickKids et d'autres hôpitaux pédiatriques de l'Ontario;
- Utiliser Milk & Cookies avec le père Noël a permis à DFO de donner le ton en tant que champion de conviction visant à réunir des fonds et à fournir de la sensibilisation concernant l'aide dont les hôpitaux pédiatriques ont besoin, ainsi que la situation unique dans laquelle se trouvent les enfants et familles pendant le temps des Fêtes;
- Des créations publicitaires à la télévision, au cinéma et sur les médias sociaux, un char allégorique et même un babillard pour le père Noël ont permis à DFO de capter l'attention, de susciter l'émotion et de faire une prise de conscience envers une cause fantastique;
- Sur les médias sociaux, on a demandé aux parents d'aider les petits cœurs à avoir de grands espoirs en concevant le verre de lait parfait pour le père Noël avec les enfants.



La campagne intégrée hiver/début de printemps sur l'équité a mis l'accent sur la fierté locale et familiale.

- Malgré les annulations associées à la pandémie et le processus atypique d'élaboration et de production de créations publicitaires, la campagne Winter Equity a produit d'excellents résultats et a servi de digne suite à la première campagne sur l'équité de DFO en 2019;

- Des créations publicitaires de communications de masse à l'extérieur sur des babillards et abribus ont permis de localiser la campagne pour l'ensemble de la population ontarienne.
- Le site Web et les médias sociaux de DFO ont démontré les véritables histoires générationnelles de production laitière à l'échelle de la province.
- Le groupe d'influenceurs d'un an de DFO a visité une ferme laitière pour se renseigner sur les réalités et l'entretien quotidien qui entourent les produits laitiers ontariens de qualité.



Le changement de cap avec Spring Milk et la COVID-19 était axé sur la polyvalence du lait.

- La campagne Spring Milk constituait le premier suivi officiel de la campagne inaugurale sur les produits laitiers de DFO l'automne dernier avec What Can't Milk Do? (WCMD), mettant en vedette une « version maison » de suivi qui posait la même question;
- La campagne a réutilisé la publicité télévisée WCMD originale et amené un regard nouveau sur le discours de WCMD raconté à la radio, sur vidéo numérique, sur les médias sociaux, etc.
- Bien qu'elle soit survenue soudainement sous forme de changement de cap, la campagne Spring Milk tire parti du succès de 2019 à fournir une ode hypercontextuelle au message de polyvalence du lait en exploitant la hausse soudaine de la pertinence du lait pendant la pandémie de COVID-19 et en misant sur l'apprentissage découlant de la campagne précédente.



- Les résultats se sont avérés très positifs, et ce, puisque le mélange d'approche adaptée à la COVID19 envers les créations publicitaires, de messages hyperpertinents et de planification médiatique ferme a donné une prestation excédentaire pour l'ensemble des tactiques;
- Du contenu interactif amusant et preste a permis du divertissement à domicile animé par des influenceurs sur les médias sociaux possédés par DFO et milk.org;



- Des influenceurs sur les médias sociaux ont reçu des troussees par lesquelles des produits laitiers animaient des versions à domicile d'expériences qu'ils n'avaient pas pendant le premier confinement en raison de la COVID-19, tandis que d'autres ont cuisiné des recettes réconfortantes à la maison avec leurs enfants.



La campagne Summer Equity a mis l'accent sur les messages locaux de viabilité écologique.

- En mettant en lumière l'innovation agricole viable et à la fine pointe de la technologie, DFO a mené une série de publicités ciblées (vidéos, bannières et médias sociaux spécialisés) qui arrêtent les gens au passage lorsqu'ils considèrent des options progressives visant à les informer des mesures progressives prises pour moderniser les fermes laitières;
- La campagne Summer Equity constituait la première production officielle réalisée avec les restrictions et protocoles de sécurité relatifs à la COVID-19 à l'esprit, le tout de façon uniforme et sécuritaire;
- On a rendu des renseignements approfondis supplémentaires sur le bien-être animal, la viabilité et la technologie agricole accessibles à la population ontarienne en visitant les nouvelles pages de renvoi sur milk.org, tandis que les publications reflétaient les messages de la campagne sur les médias sociaux de DFO.



- DFO a collaboré avec la journaliste technologique bien connue Amber Mac dans le but de produire du contenu plaisant de qualité supérieure mettant en vedette la technologie à la ferme. Par le biais d'une expérience individualisée à Browndale Farms, Mme Mac a été en mesure de poser des questions et de créer du contenu social à l'intention de son public-crèneau de technologie en positionnant DFO en tant qu'innovateur dans cet espace;
- En même temps, DFO a mobilisé un groupe ciblé d'influenceurs judicieux avec un accent technologique et qui pouvaient également créer du contenu sur Instagram qui compare directement les technologies de tous les jours aux innovations laitières à la ferme.

La campagne Fall Milk a mis l'accent sur les nutriments essentiels du lait.

- En tant qu'itération la plus récente de la campagne WCMD, DFO a démontré que le lait possède des vertus nutritionnelles en présentant chacun des quinze nutriments et leurs avantages de manière individuelle.
- On a communiqué les avantages nutritionnels des quinze nutriments principaux du lait au moyen de publicités de communications de masse par voie de diffusion, numériques, hors foyer et par balado événementiel;
- On a créé des profils sociaux individuels pour chaque nutriment, pour ensuite les partager avec les abonnés par le biais de la chaîne Instagram de DFO;
- De plus, DFO a donné du répit aux buveurs de lait tout en les sensibilisant à la densité nutritionnelle du lait au moyen d'un cahier à colorier de quinze pages pour adultes qui affiche chacun des quinze nutriments du lait et ses avantages.

Médias sociaux

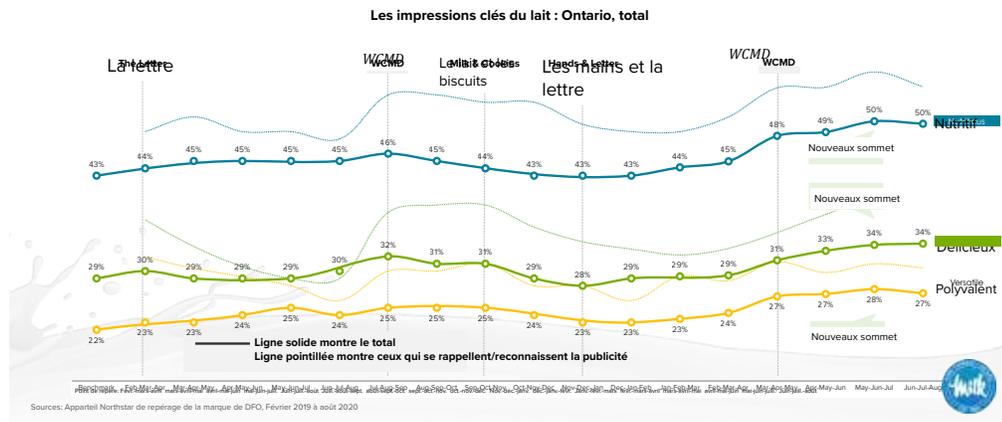
La présence @ontariodairy de DFO sur Facebook, Instagram et Twitter a continué de tracer son chemin en procédant à des essais, en apprenant et en s'adaptant à la rétroaction en temps réel avec constance. La marque est demeurée fidèle à ses origines, en créant une image de marque et en mettant en vedette la polyvalence du lait, et ce, tout en faisant l'expérience de nouvelles voies sur Spotify, Snapchat et TikTok. Entre-temps, l'équipe du marketing s'est également agrandie en deux nouvelles marques au printemps 2020, chacune avec des publics et objectifs définis distincts. Ces marques sont Savour Ontario et MilkUP.

Les chaînes de Savour Ontario sur Instagram, Facebook et Pinterest font appel à l'esprit très « Epicurios ». Cette marque a pour objectif de démontrer que la relation des gens avec la nourriture et le lait se veut une expérience complète, avec des avantages sociaux et mentaux. La présence de MilkUP sur TikTok, Instagram et Twitter appuie le mandat de la marque visant à positionner le lait en tant que boisson fondamentale nécessaire pour aider les jeunes à atteindre leur plein potentiel.

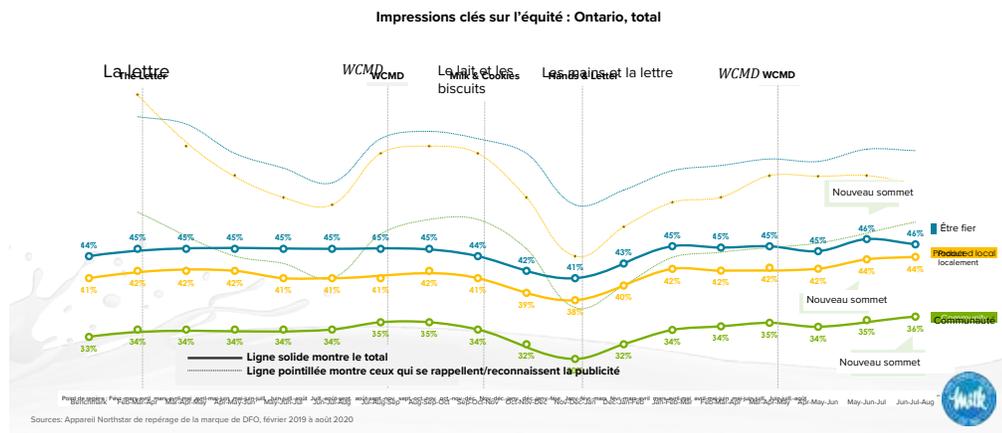
À titre de complément aux médias sociaux de DFO, l'organisme a également lancé LinkedIn en tant que chaîne interentreprises. Cette chaîne aborde la commercialisation, les nouvelles de l'industrie et les réussites professionnelles.

DFO a constaté une croissance continue vis-à-vis des principales perceptions positives et de la sensibilisation concernant le public principal composé de parents du millénaire en Ontario :

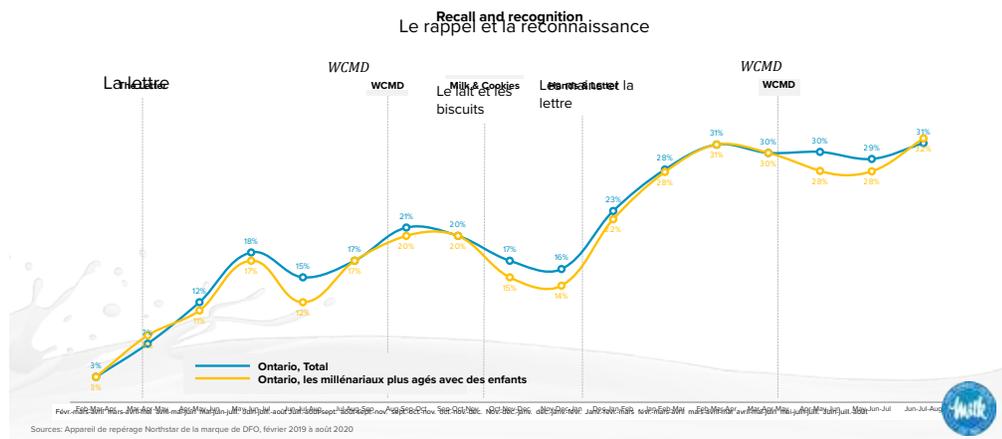
Les impressions du lait : les associations avec le lait étant nutritif, délicieux et polyvalent ont atteint de nouveaux sommets en été



Impressions sur l'équité : la fierté locale et communautaire a atteint de nouveaux sommets en été, soulignant le progrès continu et peut-être même une nouvelle appréciation de la production locale au milieu d'une pandémie



Sensibilisation : le rappel et la reconnaissance de la publicité de DFO ont considérablement augmenté en hiver et sont demeurés stables pendant l'été à environ un tiers des Ontariens reconnaissant maintenant notre publicité



En 2020, DFO a continué de développer une communauté en ligne et d'établir la fierté envers l'Ontario et les produits laitiers par le biais de mesures importantes et de tactiques stratégiques supplémentaires qui ont créé une voie et une approche qui se poursuivront en 2021 :

- Nous avons amplifié les influenceurs : DFO a continué de tirer parti des influenceurs dans le but de renforcer le contenu de la campagne et de parler à son public cible par l'entremise des priorités vis-à-vis des piliers du contenu;
- Nous avons toujours fait l'introduction par rapport au contenu : le contenu social de 2019 appuyait les moments de la campagne, mais en 2020, on est passé à la création et l'inclusion de contenu social distinct des campagnes;
- Nous avons peaufiné le public : les activités de 2020 ont fusionné le contenu axé sur les producteurs et la fierté avec une identité visuelle et une voix avec lesquelles les mères du millénaire, soit la cible, seraient tout à fait d'accord;
- Nous avons retenu les abonnés : DFO a continué de créer du contenu intéressant, local et pertinent pour le public cible. Les résultats et apprentissages de 2019 ont servi à peaufiner le contenu et à continuer de favoriser une croissance des abonnés;
- Nous avons créé du contenu preste : puisque la planète est confrontée à des circonstances et défis sans précédent, DFO a été en mesure de créer des piliers de contenu preste visant à soutenir et mobiliser la collectivité;
- Nous avons défini une image : en 2020, DFO a créé un guide de style et un programme en matière de médias sociaux visant à assurer un aspect de marque cohérent et instaurer des pratiques exemplaires. Le guide de style englobe l'orientation en matière de ton, de typographie, de palette de couleurs, de mode de vie, de photographie en studio et de traitement des éléments graphiques et styles d'animation.



Tandis que chaque chaîne a connu une croissance stable et continue, aucune période n'a présenté plus de soutien communautaire que le printemps et l'été de la COVID-19. Les consommateurs ont affiché un appétit universel pour la proximité et la communication virtuelles, et DFO s'est rapidement tourné vers la satisfaction de ce besoin en restant simple et inspirant tout en gardant les gens informés pendant une période tumultueuse.

Par conséquent, la croissance et la mobilisation du public ont donné de meilleurs résultats par rapport au rendement antérieur de DFO pour chaque aspect sur presque toutes les chaînes, avec le meilleur contenu à vie de l'organisme provenant d'un appel provincial de signes de solidarité. Après le printemps et l'été, les niveaux d'activité sont restés supérieurs à la moyenne de l'année dernière, avec une nouvelle intensification à l'automne.

Le graphique ci-dessous montre la croissance du nombre d'abonnés aux médias sociaux du DFO de février 2020 jusqu'à la fin de l'exercice.

CROISSANCE DES ABONNÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (FEV. 2020 - OCT. 2020)

	totals	changement %
Croissance	21 612	↗ 53,9 %
🐦 croissance	381	↘ 56,2 %
f likes	5 018	↗ 66,5 %
📷 croissance	13 748	↗ 41,6 %
I croissance	2 465	↗ 449 %

Le graphique ci-dessous montre le nombre de fois où le contenu du DFO a été affiché sur les médias sociaux de février 2020 jusqu'à la fin de l'exercice

IMPRESSIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (FEV. 2020 - OCT. 2020)

	totals	changement %
impressions totales	341 684 530	↗ 133 %
🐦 impressions	420 477	↗ 5,6 %
f impressions	226 939 437	↗ 140 %
📷 impressions	114 312 565	↗ 121 %
I impressions	12 051	↗ 4 701 %

Relations publiques

En 2020, les relations publiques avec les consommateurs de DFO se sont axées sur une stratégie visant à identifier et mobiliser des sources indépendantes de confiance afin de servir d'ambassadeurs de marque, allant des chefs et spécialistes en technologie aux influenceurs en éducation des enfants.

Tout au long de l'année, DFO a travaillé avec certains de ces spécialistes indépendants en mode de vie dans le but d'intégrer du contenu inspiré des produits laitiers à des segments de diffusion et a soutenu des campagnes pour WCMD et La perfection laitière, ainsi que des moments saisonniers tels que la journée nationale du sandwich au fromage fondant.

DFO a utilisé une segmentation stratégique du public pour déterminer et mobiliser un groupe d'influenceurs de médias sociaux d'un an, qui a produit du contenu axé sur les produits laitiers qu'on peut utiliser à la fois en appui à des campagnes publicitaires de plus grande envergure et pendant des moments pertinents à la saison. On a également utilisé le contenu produit par ces influenceurs sociaux lorsque c'était possible sur les médias sociaux possédés par DFO dans le but de mobiliser les abonnés.

De plus, DFO a effectué un programme d'essai et d'apprentissage afin de travailler avec les producteurs qui créent du contenu sur les médias sociaux. Ce programme « agrico-influenceur » a permis de créer un contenu complémentaire axé sur les producteurs visant à soutenir les campagnes et les thèmes des messages. Étant donné les résultats positifs et la mobilisation élevée envers le contenu, il s'agit d'une nouvelle stratégie que DFO continuera d'explorer en 2021.



Se servir des relations publiques a procuré d'autres connaissances et a appuyé l'exécution des campagnes tout au long de 2020 en utilisant des influenceurs et spécialistes dans le but d'amplifier avec créativité les thèmes de chaque campagne.

Site web public et GRC

Site Web de DFO et gestion des relations avec les clients (GRC)

DFO a continué de développer son écosystème numérique, y compris actualiser le site milk.org, lancer savourontario.ca et présenter un programme de GRC (gestion des relations avec les clients).

L'actualisation de milk.org s'est poursuivie tout au long de 2020. La phase 2A a été lancée en avril 2020 avec du contenu et de l'information supplémentaires à l'intention des consommateurs à propos du fonctionnement d'une ferme laitière.



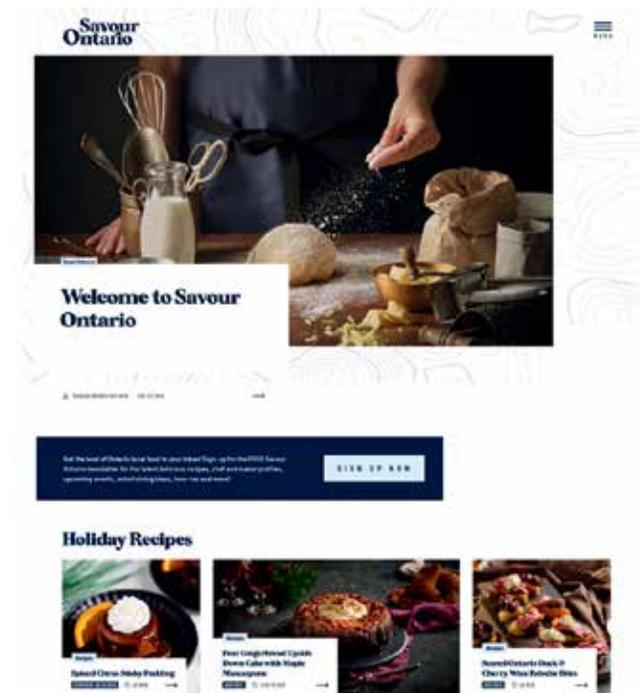
Le processus d'actualisation du site milk.org a entraîné des activités administratives supplémentaires visant à améliorer la sécurité, le stockage et l'archivage des données. Plus de onze propriétés Web de DFO ont été transférées dans un centre unique, ce qui a permis d'établir des mesures de sécurité supplémentaires en matière de conformité et de confidentialité des données. Les données existantes de DFO ont été transférées dans un entrepôt unique (Kentico) pour obtenir une base de données épurée et regroupée qui alimente l'attribution de données médiatiques. En travaillant avec des intervenants à l'interne, on a examiné plus de 300 archives et documents en format PDF à l'échelle des sites de DFO, pour ensuite les classer en ordre de priorité dans un système unique de documents de l'industrie.

Depuis le lancement du site des consommateurs de DFO actualisé en novembre 2019, on a constaté une hausse de 23 % des visites découlant en grande partie des campagnes médiatiques et des médias sociaux.

La phase 2B, axée sur le contenu pour les intervenants de l'industrie, sera lancée conjointement avec le système de gestion du lait (MMS) au début de 2021.

La phase 3 constitue la dernière actualisation réalisée avec le site Web des consommateurs et son lancement est prévu pour le printemps 2021. Elle contiendra des optimisations supplémentaires du contenu, dont le référencement naturel.

En août 2020, DFO a lancé savourontario.ca, un site-rayon de milk.org conçu en tant que plateforme pour les idées, expériences et expressions en matière d'aliments provenant de certains des talents les plus influents et certaines des voix les plus importantes du milieu culinaire. Savour Ontario a également commencé à distribuer des bulletins bimensuels avec un contenu complémentaire conçu pour attirer les consommateurs au site.



En juillet 2020, DFO a lancé son tout premier programme de courriels et de coupons de GRC (gestion des relations avec les clients) conjointement avec les initiatives d'expansion d'entreprise de DFO. Les partenaires transformateurs, dont Arla, Agropur, Lactalis et Saputo, participent tous au programme qui offre des coupons et des recettes pertinentes. Les premiers résultats et commentaires des consommateurs sont positifs. DFO constate un taux d'ouverture de courriels de plus de 50 % et un taux de clics de 1,37 %; ils sont supérieurs aux références de l'industrie.

Programmes pour les consommateurs

MilkUP

Au cours de la dernière année, DFO a mis l'accent sur le repositionnement de Recharge with Milk (RWM) dans MilkUP, passant d'une boisson de récupération après l'entraînement à une boisson fondamentale nécessaire pour aider les jeunes à atteindre leur plein potentiel. Ce changement permet à DFO de s'adresser au public cible de la génération Z (8 à 23 ans, avec les jeunes de 18 ans comme cible) au moyen d'histoires significatives et authentiques et de leur donner une raison de consommer du lait chaque jour.





Campagne de changement de cap MilkUP 1.0 : phase de démarrage

Tandis que le lancement de la marque *MilkUP* était d'abord prévu pour le printemps 2020, la pandémie a interrompu la saison sportive, ainsi que la capacité de DFO à poursuivre la production. DFO a rapidement modifié sa stratégie en fonction des connaissances en matière de comportement changeant des consommateurs. Tout au long de la quarantaine associée à la COVID-19, la consommation médiatique était à son plus fort et les consommateurs s'abreuyaient de contenu social et numérique qui faisait la promotion d'un sentiment de solidarité, de positivité et d'inspiration.

Comme résultat, on avait une campagne sans marque qui commençait à mettre le lait dans des moments pertinents sur le plan culturel et des points de passion populaires parmi les membres de la génération Z. DFO a collaboré avec des influenceurs dans le but de créer du contenu payant et naturel visant à inspirer et divertir les jeunes en fonction de deux thèmes de contenu : Morning Boost et Friday Flex.

Ce contenu a été amplifié davantage au moyen de partenariats médiatiques :

- **TikTok:** l'équipe de marketing de DFO a été la première au Canada à lancer un défi mot-clic faisant l'objet d'une promotion sur TikTok dans la catégorie des aliments et boissons. Ce défi encourageait les utilisateurs à partager l'inspiration et la motivation derrière leurs routines matinales en utilisant #MorningBoost;
- **Complex Canada:** par son travail avec un éventail de personnalités sportives et de la culture populaire, DFO a créé une série de vidéos (Check the Technique) qui met en vedette les talents qui se filment eux-mêmes et offrent un tutoriel pratique de classe de maître fondé sur une compétence dans leur domaine d'expertise;
- **Maple Leaf Sports & Entertainment (MLSE):** DFO a réaffecté une partie de la valeur de commercialisation dans l'optique de créer du contenu sur mesure avec des athlètes ambassadeurs et chefs de MLSE. Les chefs ont encadré Fred VanVleet, des Raptors de Toronto et Jonathan Osorio, du Toronto FC, dans la cuisine en créant des recettes fondées sur des ingrédients courants qu'on trouve à la maison.

Campagne de changement de cap MilkUP 2.0 : #HomeCourtDunkoff

Après une longue pause imprévue, les amateurs étaient emballés par le retour du basketball. L'équipe de marketing de DFO s'est inspirée de ce moment culturellement significatif pour célébrer le retour du dunk original : avec du lait et des biscuits.

La campagne s'adressait aux jeunes ontariens au moyen de plusieurs voies de commercialisation en trois phases :

- **Première phase (sensibilisation) :** rendre les amateurs emballés par le retour du basketball avec des vidéos en ligne et des placements payés dans les médias;
- **Deuxième phase (mobilisation) :** encourager les Ontariennes et Ontariens à présenter leurs meilleurs dunks avec le défi TikTok #HomeCourtDunkoff et utiliser des influenceurs afin d'amplifier le défi au moyen de voies payées, possédées et en partenariat;
- **Troisième phase (viabilité) :** tirer parti de MLSE et de TSN dans le but de créer du contenu payant et naturel qui continue de raconter l'histoire de #HomeCourtDunkoff.

Planification de la campagne MilkUP pour 2021

Dans l'ensemble, la phase de démarrage de la campagne MilkUP et le contenu #HomeCourtDunkoff ont présenté un excellent rendement qui a dépassé la plupart des cibles – dans certains cas de 260 %. L'équipe du marketing a constaté une occasion avec un moment culturel très attendu qui permet l'intégration naturelle du lait chez les plus jeunes. La recherche laisse entendre que la campagne de changement de cap *MilkUP* de DFO a réalisé des gains avec des groupes démographiques précis : les hommes, les jeunes plus âgés (15 à 18 ans) et les personnes qui s'adonnent à des activités sportives. Parmi cette cohorte, DFO a constaté une hausse directionnelle de rappel, de perception et de consommation déclarée de la marque.

Ces connaissances renforcent le besoin de faire la transition de *MilkUP* d'une marque sportive à une marque de mode de vie des jeunes, et ce, dans le but de plaire à un plus grand nombre de jeunes. Cette transition nécessitera du temps, des efforts et de la constance, mais les résultats à long terme laissent entendre la possibilité de succès durable.

DFO prévoit continuer d'explorer d'autres points de passion avec les jeunes au cours de l'exercice financier 2021 et de créer du contenu et des partenariats qui reproduisent le succès constaté avec les sports. En 2021, les consommateurs peuvent s'attendre à une approche de communication « toujours active » sur les médias sociaux, ainsi qu'à une campagne officielle de lancement de la marque au début de l'année.

Plans de mobilisation MilkUP sur le plan local

On a fourni une approche en trois phases aux CPL au début de 2020 qui indique la transition de la gestion budgétaire des CPL et sur le plan local de *MilkUP*. La COVID-19 et l'interruption des sports professionnels et amateurs a accéléré cette transition et les CPL ont vu leurs fonds réaffectés pour soutenir la campagne de changement de cap #HomeCourtDunkoff numérique cette année.

Programme culinaire

Savour Ontario

Pour faire suite au lancement de Savour Ontario, on a procédé cet été au lancement en douceur de savourontario.ca, un nouveau site Web de contenu local d'aliments et de mode de vie. Le nouveau site de commercialisation de contenu contient un mélange de contenu original tous les mois, y compris des recettes inspirées des produits laitiers, des profils de chefs, des « créateurs de goût », des transformateurs et restaurants ontariens, des idées de divertissement et des textes de réflexion sur la manière d'adopter un mode de vie local. Le site Web comprend du contenu original avec l'appui de partenaires et personnalités synergiques en matière d'aliments



locaux, notamment les chefs de l'Ontario et les emplacements Feast On, la Culinary Tourism Alliance, Restaurants Canada, Saveurs du Canada et l'Ontario Wine Marketing Association.

Campagne Savour Ontario at Home

Une des tendances positives des consommateurs à émerger de la pandémie est de recommencer à cuisiner à la maison. Le programme Savour Ontario a été lancé en douceur en avril 2020 avec la campagne Savour Ontario at Home sur les médias sociaux. DFO a continué de tirer profit de cette tendance pendant le printemps et l'été en établissant des partenariats fondamentaux visant à mener à bien le programme tout au long de l'année à venir.

- Quarante-cinq chefs ontariens se sont associés afin de créer du contenu à la maison pour le lancement de Savour Ontario, en publiant six recettes par semaine sur les nouvelles pages Instagram, Facebook et Pinterest de Savour Ontario;
- Le programme a été organisé conjointement par Afrim Pristine, Trevor Lui et Jasmine Baker;
- La campagne a permis d'obtenir 20 000 abonnements au bulletin de Savour Ontario et a produit plus de 20 millions d'impressions sociales/numériques payées et naturelles;
- On a obtenu une autre quantité de 25 millions d'impressions grâce à une grande couverture de RP (Toronto Life, Zoomer, Toronto Star, etc.)
- Les abonnés ont reçu un accès à une collection numérique personnalisée à télécharger de plus de 60 recettes.

Lancement de la marque Savour Ontario



En septembre, DFO a présenté un aspect d'« expérience alimentaire locale accrue à l'intention des consommateurs » en appui au lancement de Savour Ontario au moyen d'initiatives et de partenariats novateurs.

Le 8 septembre 2020, DFO a lancé officiellement la marque Savour Ontario avec des partenaires médiatiques établis :

- **Food Network Canada:** huit chefs ambassadeurs ontariens ont partagé des compétences culinaires et une recette sur foodnetwork.ca et savourontario.ca, avec des capsules de 60 secondes mettant en vedette l'ambassadeur ontarien des fromages Afrim Pristine, ainsi que les célèbres chefs Mark McEwan et Lynn Crawford diffusées sur la chaîne Food Network Canada;
- **Food & Drink:** le numéro d'automne du magazine a annoncé officiellement le lancement de Savour Ontario et présenté un éditorial de huit pages avec trois planches à fromage uniques d'inspiration locale organisées par Afrim Pristine, ce qui a attiré les consommateurs vers le site Web et les médias sociaux possédés par Savour Ontario;

- **Media & PR:** de l'information et de la publicité promotionnelle sur les médias sociaux comprenant YouTube, ainsi que du contenu original provenant d'un groupe d'experts sociaux et inspiré par les recettes de chefs de Savour Ontario ont été lancés le 8 septembre 2020 pour se terminer le 30 octobre 2020..



En septembre 2020, la marque Savour Ontario de DFO est devenue le tout premier partenaire à se voir attribuer le droit de commercialiser du contenu par le biais du bulletin maLCBO de la LCBO. Le programme pilote s'étalera sur quatre bulletins (de septembre à décembre 2020) avec le potentiel de poursuivre le partenariat en 2021.

Calendrier du lait 2020

Le programme annuel du calendrier du lait a été lancé avec une campagne médiatique intégrée en novembre 2019. Le calendrier bien-aimé et emblématique est très attendu par les Ontariennes et Ontariens et est bien accueilli chaque année. L'édition 2020 présentait de délicieuses recettes inspirées créées par des chefs canadiens tels que Vikram Vij, David Rocco, Emily Richards, Brad Long, Afrim Pristine et Anna Olson, rehaussées d'un superbe contenu photo et vidéo.

Le calendrier du lait a été soutenu par les médias de masse, les relations publiques, le numérique et le soutien social et a été lancé par des événements médiatiques exclusifs et des experts sociaux pour sensibiliser le public.



DISTRIBUTION DU CALENDRIER DU LAIT 2019-20

Destination	Nombre total d'exemplaires	% du Total
Livraison à la maison	115 000	29,7
Événements	21 000	5,4
CPL et transformateurs	52 350	13,5
Magazines <i>MENU</i> et <i>Milk Producer</i>	38 500	9,9
Longo's	161 000	41,5
	387 850	100,0

Événements

La Foire royale d'hiver de l'agriculture s'est déroulée du 1er au 10 novembre 2019. À la Foire, des producteurs des quatre coins du Canada convergent pour réseauter avec d'autres au sein de l'industrie et célébrer des innovations en génétique de bovins et technologies de ferme. DFO a une fois de plus animé un kiosque informatif avec des démonstrations de traite dans le parc de l'Exhibition Place de Toronto, en Ontario.

La Foire a également présenté une compétition de fromage et de beurre, des concours de bétail et une tonne d'aliments et de divertissement. Elle a accueilli environ 15 000 élèves et 280 000 visiteurs sur une période de 10 jours. Lors des démonstrations de traite, les invités ont pu vérifier leurs connaissances au moyen d'un questionnaire interactif. Voici les résultats :

ÉVALUATION DES CONNAISSANCES

	Aucune connaissance	Peu de connaissances	Bonnes connaissances	Je suis expert(e)
Avant	22 %	48 %	20 %	11 %
Après	8 %	11 %	28 %	53 %
Augmentation/ diminution	69 %	80 %	20 %	316 %

L'Exposition nationale canadienne de 2020

L'Exposition nationale canadienne de 2020 a été annulée pour la première fois depuis la Deuxième Guerre mondiale en raison de la pandémie de COVID-19 et des restrictions gouvernementales connexes.

Partenariats communautaires

Programme éducatif sur les produits laitiers



L'année scolaire 2019-2020 a été perturbée pour les élèves et familles puisque des conflits de travail et des grèves du zèle ont

touché tous les grands conseils scolaires de la province de septembre 2019 à février 2020.

Ensuite, il y a eu le confinement en raison de la COVID-19 en mars et en avril, les élèves ont commencé l'apprentissage en ligne dans le but de terminer l'année scolaire. Ce développement a mené à l'arrêt des programmes scolaires de DFO, dont PLEE, le Programme éducatif sur les produits laitiers et le programme de déjeuners.

Au printemps et à l'été, la province a apporté d'importants changements à la prestation du programme éducatif, ce qui a eu une incidence directe sur les programmes scolaires. Le ministère de l'Éducation a établi des attentes claires pour les conseils scolaires et DFO a mis l'accent sur la prestation d'un programme personnalisé qui comble ces attentes et continue d'améliorer le programme. Pour y arriver, DFO a accéléré l'élaboration d'un système de gestion de l'apprentissage (SGA) numérique à l'intention des écoles primaires et secondaires en date de septembre 2020.

L'équipe du programme éducatif de DFO continue de surveiller attentivement les directives et changements d'orientation du ministère de l'Éducation; cependant, on a interrompu l'embauche d'éducateurs jusqu'à ce qu'ils soient autorisés à retourner en classe. Cependant, ils continuent de recevoir des courriels mensuels et d'assister à des réunions trimestrielles.

Changements apportés aux rapports du Programme éducatif sur les produits laitiers

À la COP de 2020, DFO a présenté un plan d'aide aux CPL avec, comme fonction administrative, la gestion de son Programme éducatif sur les produits laitiers local tout en numérisant les ressources dans le but de moderniser et d'améliorer le programme. Les éducateurs laitiers continuent d'être des ambassadeurs locaux pour l'industrie et on les encourage à travailler en étroite collaboration avec leurs CPL, en les utilisant comme une ressource et en continuant de plaider en classe et lors d'événements locaux. L'équipe des programmes scolaires de DFO s'occupe de l'embauche, du déploiement et des rapports. Ces changements apportés à la structure des rapports ont été mis en œuvre intégralement.

Système de gestion de l'apprentissage (SGA)

Le SGA est une plateforme d'apprentissage numérique accessible aux enseignantes et enseignants de l'Ontario dotée de 20 leçons allant de la maternelle à la 12^e année. Ces leçons sont toutes fondées sur les attentes du programme d'enseignement du ministère de l'Éducation, ce qui les rend précieuses en tant qu'outil pour les enseignantes et enseignants, en plus de constituer une excellente voie pour l'histoire positive de l'industrie laitière. Chaque leçon a été conçue pour soutenir les objectifs d'apprentissage, qu'elle soit utilisée dans une classe virtuelle ou à l'école. On trouve ces ressources numériques sur le site edu.milk.org lancé le 31 août 2020. La promotion de la plateforme s'est déroulée au moyen de campagnes par courriel et à la chaîne TVO du site Web Classroom.

Les programmes éducatifs en chiffres

L'équipe des programmes scolaires continue de mettre l'accent sur des façons novatrices de communiquer avec les élèves et les classes par des moyens virtuels et numériques. La collaboration avec les éducateurs laitiers pour soutenir l'apprentissage, peu importe où il a lieu, constitue le fondement du programme, quoiqu'il soit peu probable que les éducateurs puissent retourner en classe avant l'automne 2021. La fermeture des écoles en raison de la COVID-19 a mis fin au programme le 16 mars 2020, ce qui a eu d'importantes répercussions sur la sensibilisation :

RAPPORT DE FIN D'ANNÉE SCOLAIRE 2019-20

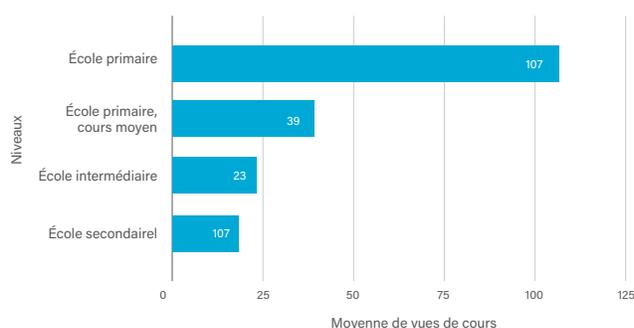
	Nombre d'écoles	Nombre de présentations	Nombre d'élèves
	563	2303	107 354
Variance d'une année à l'autre	-63 %	-79 %	-58 %

Le volume des présentations par année (de la maternelle à la 12e année) effectuées par les éducateurs de DFO pour le Programme éducatif sur les produits laitiers était conforme au volume de cours vus en moyenne par niveau sur la plateforme du SGA. La plupart (60 %) des présentations se sont déroulées à des écoles primaires de l'Ontario, qui constituaient également le niveau de cours le plus populaire dans le SGA avec 57 % des vues moyennes par cours.

Le SGA a maintenu avec efficacité la communication avec les élèves ontariens et il continuera de soutenir le Programme éducatif sur les produits laitiers lorsque les éducateurs pourront retourner en classe. Une hausse importante des cours au secondaire indique qu'il s'agit d'une nouvelle voie pour s'intégrer davantage aux écoles secondaires.

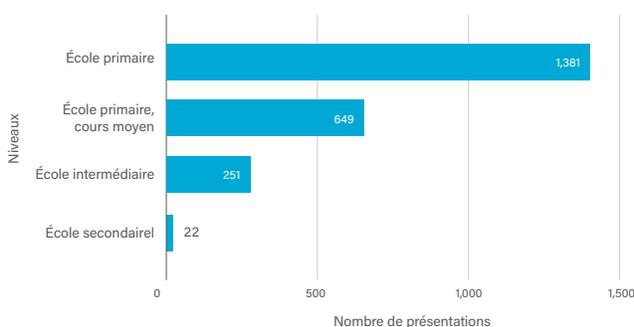
Le lancement vers les programmes numériques du 1er septembre 2019 au 1er juillet 2020.

Moyenne de vues de cours du SGA par niveau



Le lancement vers les programmes numériques du 31 août 2020 au 31 octobre 2020.

Présentations éducatives sur les produits laitiers par niveau



TVO

Le 31 août 2020, DFO est devenu le premier fournisseur externe de ressources éducatives présenté sur les plateformes de TV Ontario (TVO). TVO a constitué une ressource de prédilection pour les programmes complémentaires à la maison pendant la pandémie et

est devenu un outil d'apprentissage privilégié pour les enseignantes et enseignants. Cette excellente occasion associe TVO à la propre plateforme de DFO de 20 leçons, ce qui permettra aux parents et éducateurs d'accéder directement au Programme éducatif sur les produits laitiers de DFO.

Au 31 octobre 2020, TVO In the Classroom a produit 14 634 vues totales et 204 clics vers le SGA de DFO.

Programme du lait des écoles élémentaires (PLEE)

Lorsque les écoles ont fermé leurs portes en mars en raison de la COVID-19, le PLEE a pris fin. À la fermeture, le programme était implanté dans 2 287 écoles de l'Ontario. Voici les données qui se rapportent à la période allant de septembre à décembre avec 722 écoles et 120 074 élèves :

DE SEPTEMBRE À MARS (LORS DE L'INTERRUPTION DE L'ANNÉE SCOLAIRE EN RAISON DE LA COVID-19)

Total de berlingots de lait blanc consommés	6 851 685
Total de berlingots de lait au chocolat consommés	7 746 627
Nombre moyen d'élèves par école	347
Nombre moyen de berlingots de lait blanc vendus par école	2 996
Nombre moyen de berlingots de lait blanc vendus par école, par jour pour 125 jours	24
Nombre moyen de berlingots de lait au chocolat vendus par école	3 387
Nombre moyen de berlingots de lait au chocolat vendus par école, par jour	27
Nombre moyen de boîtes à lait vendues par jour pour toutes les écoles	6 383
Coût moyen du berlingot de lait blanc	0,78 \$
Coût moyen du berlingot de lait au chocolat	0,79 \$

En août 2020, DFO a conclu une entente avec KEV Group afin d'utiliser la populaire plateforme SchoolCashOnline pour la prestation du PLEE, ce qui permettra d'améliorer les rapports statistiques du programme, et ce, afin de faciliter l'administration pour les écoles et d'intégrer le programme à 90 % des écoles de l'Ontario d'ici la fin du contrat de trois ans. En raison de la pandémie et des restrictions concernant les écoles, on s'attend, pour le PLEE, à une diminution de volume de 31 % pour l'année scolaire 2019-2020.

Programme éducatif Minecraft : Dairycraft

Tirant profit de la popularité du jeu vidéo Minecraft (qui a 126 millions d'utilisateurs actifs mensuels), DFO a créé sa propre version éducative – Dairycraft, accessible sur la plateforme Minecraft: Education Edition. Cette ressource d'apprentissage en ligne gratuite servira de ressource continue offerte lors de foires et événements virtuels tels que la Foire royale d'hiver de l'agriculture. Le contenu est conçu pour réaliser des concepts fondamentaux du programme d'enseignement de l'Ontario au sein de l'un des milieux de jeux les plus populaires chez les 4 à 18 ans.





Plaidoyer pour la nutrition

La COVID-19 a présenté des défis uniques pour les familles ontariennes. Les gens ont passé plus de temps à la maison à cuisiner pour eux et leur famille et ils sont devenus de plus en plus préoccupés par la santé et le bien-être.

En partenariat avec des influenceurs en santé et mieux-être au début de la pandémie, l'équipe de marketing de DFO a créé du contenu permettant aux consommateurs de tirer le maximum de la « nouvelle normalité ».

Le contenu de cette campagne était axé sur quatre thèmes locaux :

- **Rééquilibrer le déjeuner** : le lait est à faible IG et riche en protéine;
- **Éviter les calories vides** : le lait est riche en nutriments;
- **Étirer le budget pour les aliments** : qualité de la protéine dans le lait;
- **Favoriser un système immunitaire sain** : comparaison de la réalité à la fiction : importance de la vitamine D et avantages de la protéine laitière.

On a partagé du contenu payant et naturel sur les comptes Instagram et biens numériques d'influenceurs (sites Web, blogues et chaînes YouTube). Pour plaider davantage l'histoire de la nutrition laitière, DFO s'est associé à des spécialistes de confiance en aliments et nutrition de l'Ontario afin de parrainer des segments lors d'émissions et de nouvelles matinales locales.



Campagne automnale Breakfast Better

Comme l'Ontario est aux prises avec une nouvelle version du retour à l'école, une deuxième vague de COVID-19 et des options d'horaire variable, la « nouvelle normalité » est arrivée. Les consommateurs ont eu d'excellentes habitudes de déjeuner pendant le confinement et DFO souhaite faire ce qu'il peut pour conserver ces habitudes en misant sur une proposition unique à l'égard des produits laitiers

et en empêchant les consommateurs de recommencer à sauter le déjeuner.

La campagne Breakfast Better a été créée pour aider à « réparer » un déjeuner en fournissant des solutions rapides et accessibles aux situations quotidiennes. Ajouter des produits laitiers riches en nutriments à un déjeuner sain représente la manière la plus rapide de rester rassasié et concentré.

Cette campagne novatrice offre des conseils d'experts et des idées de repas délicieux, en procurant de l'inspiration et en démontrant comment préparer des déjeuners riches en protéines à la maison simplement en ajoutant de la protéine laitière aux repas. La campagne a été témoin de la naissance du Breakfast Better Board, soit un groupe de spécialistes et d'influenceurs en santé et mieux-être qui se sont rassemblés pour aider les Ontariennes et Ontariens à commencer la journée du bon pied. Au début de novembre 2020, la campagne a partagé des conseils et outils sur les médias numériques, avec les RP, sur les médias sociaux et lors d'occasions d'intégration dans certaines des émissions matinales les plus populaires telles que Breakfast Television et des émissions de jours telles que CityLine.

Programme de RSE (responsabilité sociale d'entreprise)

L'objectif du programme de RSE de DFO est d'avoir une influence partout dans la province et de créer beaucoup de bonne volonté chez les mères de millénaire en axant les efforts sur les enfants et la faim. Le problème de la faim chez les enfants est réel en Ontario, avec un utilisateur de banque alimentaire sur trois ayant moins de 18 ans. DFO peut avoir une influence significative en leur fournissant la densité nutritionnelle du lait, en aidant à combler certaines des lacunes nutritionnelles dans leur nutrition quotidienne et en favorisant leur santé à long terme.

Banques alimentaires

Au cours des 25 dernières années, DFO et les producteurs ont appuyé les banques alimentaires par le biais de Feed Ontario. Au début de la pandémie de COVID-19, des organismes tels que DFO souhaitaient en faire plus pour aider les gens dans le besoin, et ressentaient une responsabilité à cet égard. Bien conscient de ce fait, en avril, DFO a fait un don en argent de 100 000 \$ et s'est associé à ses partenaires pour ajouter jusqu'à 200 000 litres de lait progressif – qui s'ajoutent au plus d'un million de litres donné aux banques alimentaires tous les ans avec l'ODC et l'Ontario Milk Transportation Association, ce qui a permis d'aider plus de 500 000 personnes pendant la pandémie.

Les CPL et les producteurs locaux ont contribué à la cause et insisté pour fournir un soutien supplémentaire à l'échelle de la province, en particulier dans les zones rurales de l'Ontario. Pour y parvenir, DFO s'est associé à la Gay Lea Foundation et, ensemble, ils ont fait don de 62 000 autres litres de lait à 60 banques alimentaires de zones rurales de l'Ontario grâce au soutien supplémentaire de Sysco. La générosité des CPL s'est poursuivie avec environ la moitié des comités qui ont fourni des dons en argent et en produits pour des organismes locaux et des foyers de soins de longue durée.

En reconnaissance des efforts permanents de l'organisme en appui aux banques alimentaires de l'Ontario, Feed Ontario a attribué à DFO le prix commémoratif Paul Mistele pour 2020, qui a été présenté le 14 novembre lors du gala Virtual Harvest de Farm & Food Care. Nommé en l'honneur du chef de file agricole décédé qui a fondé le programme Donate-A-Hog d'Ontario Pork en 1998, le prix commémoratif Paul Mistele célèbre les partenaires agricoles



ayant démontré un engagement considérable et durable envers l'élimination de la faim en Ontario.



Nutrition des élèves de l'Ontario

Le 1er novembre 2019, DFO a lancé un programme provincial de remise pour le lait en appui à Nutrition des élèves de l'Ontario (NEO) et ses programmes de déjeuners. DFO a pour mission de fournir des produits laitiers nutritifs aux élèves de l'Ontario au meilleur coût possible, tout en assurant la meilleure qualité et une salubrité alimentaire optimale. DFO a convenu d'une remise de 10 cents par portion de lait déclarée chaque trimestre par les quatorze carrefours de NEO à l'échelle de l'Ontario, jusqu'à un total combiné de 500 000 \$.

En mars 2020, on a mis fin aux initiatives scolaires, dont les programmes de déjeuners de NEO, en raison de la fermeture des écoles.

Du 1er novembre 2019 au 1er avril 2020 :

- 837 écoles
- 602 865 élèves
- 1 126 194 portions de lait

En date d'avril 2020, le programme a remis 113 007 \$. Le programme de déjeuners a repris en septembre et octobre et a été passé en revue en octobre pour un lancement pendant l'exercice financier 2021.

Développement commercial



Effets de la COVID-19

La COVID-19 a eu d'importantes répercussions sur l'établissement de partenariats, puisque de nombreux organismes partenaires étaient concentrés sur les activités quotidiennes visant à garder le rythme des variations de la demande au sein du marché et des situations sans cesse évolutives avec les consommateurs et l'industrie.

Le confinement presque complet du secteur de la restauration et de

l'hôtellerie au début de la pandémie a perturbé de façon considérable certains plans de développement commercial de DFO. Malgré la réouverture des options de mets à emporter et de livraison au début de l'été, le marché n'a pas rebondi. DFO a continué le dialogue ouvert avec ses partenaires du secteur de la restauration et coopère activement avec plusieurs chaînes de restaurants pour élaborer des possibilités de promotion lorsque le contexte le justifie. Notamment, DFO continuera de s'associer à Tim Hortons et Pizza Pizza au début de l'exercice financier 2021 étant donné la capacité de ces exploitants à communiquer directement avec les consommateurs en mettant un accent positif sur les produits laitiers.

Selon des données Crest de NPD, l'Ontario été plus durement touchée que les autres provinces puisque la clientèle du secteur de la restauration a diminué de 35 % par rapport à il y a un an pour les mois d'avril, de mai et de juin, avec des baisses de 56 % propres aux établissements avec services complets. Même Tim Hortons affiche des baisses de clientèle de 37 % par rapport à il y a un an. Comme on le montre dans le tableau ci-dessous, toutes les catégories de produits laitiers ont connu une baisse des portions par rapport à l'année précédente pour le dernier trimestre déclaré se terminant le 30 juin 2020. Quatre-vingt-dix pour cent des portions de produits laitiers proviennent du segment des restaurants minute, qui a connu une baisse de 34 % des portions de produits laitiers pendant cette période.

Faits saillants du partenariat de 2019-2020

En août, DFO a lancé une promotion avec Tim Hortons visant à amener la pleine expérience Tim Hortons à la maison dans la cuisine des consommateurs. Les chaînes d'épicerie qui vendent des produits Tim Hortons ont fait la promotion du jumelage de crème à 18 % et de lait à 2 % avec les produits de café Tim Hortons. Vu qu'un plus grand nombre de consommateurs prennent leur café à la maison pendant la pandémie, l'occasion était idéale de promouvoir les produits crème et lait plus élevés en matières grasses qui rendent le café Tim plus mémorable.

Start-up/Scale-up (entreprises en démarrage ou en développement)

On poursuit les efforts visant à appuyer les entrepreneurs de l'industrie laitière de l'Ontario avec la plateforme d'innovation Start-Up/Scale-Up. Ce programme a pour but d'encadrer les entreprises à l'étape des idées et celles qui sont prêtes à commercialiser de nouveaux produits.

Depuis son lancement en 2016, le programme est passé de 8 à 39 participants en 2020, dont 28 entreprises en démarrage et 11 en développement. On a pour but de continuer d'agrandir le réseau d'entreprises qui contribuent à la croissance et au développement de l'industrie laitière de l'Ontario pour, au bout du compte, atteindre plus de consommateurs avec du lait et des produits laitiers de qualité.

Tous les participants actifs au programme reçoivent un encadrement, du mentorat et du soutien tout au long des étapes du lancement de leur entreprise et en 2020, DFO a octroyé dix subventions de contrepartie aux entreprises en tant que « diplôme » du programme Scale-Up.

L'un des récipiendaires de cette année était Dairy Distillery de l'Est de l'Ontario, qui a récemment lancé un produit crémeux riche en alcool sur le marché en n'utilisant que de la crème ontarienne, contrairement aux autres produits qui importent des produits laitiers ou utilisent des produits de rechange. Ce produit est également sans



lactose ni gluten, en plus des autres allégations novatrices.

Un autre exemple de réussite est Mountainoak Cheese, qui a perçu le besoin de changer d'approche en raison de la pandémie. L'entreprise a acheté et installé un coupe-portions pour ses meules de fromage afin de pouvoir couper des portions de fromage d'un poids exact, ce qui a créé une solution de produit recherchée plus efficace visant à accroître les ventes et la distribution au sein du secteur des épicerie de détail.

Partenaires du marché du détail et des services alimentaires

Le partenariat de DFO avec Longo's qui a commencé au printemps 2019 s'est poursuivi pendant l'été 2020. Récemment, DFO a finalisé ses plans visant à promouvoir les produits laitiers et locaux au sein des activités du partenariat pour le reste de l'année et jusqu'en 2021.

De plus, DFO a conclu un partenariat d'un an avec Metro dans le but de promouvoir les produits laitiers ontariens dans ses 132 épicerie de la province, ainsi que sur ses médias en ligne et numériques. DFO continue de mettre les produits locaux en lumière dans le but de satisfaire aux intérêts des consommateurs.

PLANIFICATION, DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL ET RESSOURCES HUMAINES

L'équipe du développement organisationnel et des ressources humaines est responsable de la planification stratégique, du développement organisationnel, des ressources humaines, de la gestion des installations et des services administratifs.

Planification stratégique

Cette année, la séance de planification stratégique de DFO s'est déroulée en juin, en raison d'un report de la séance habituelle d'avril en raison de la pandémie de COVID-19. En général, la séance se déroule en personne avec des invités de l'industrie; cependant, elle s'est tenue par voie virtuelle cette année, avec la participation de membres du conseil d'administration et de la haute direction. À partir des conclusions tirées de cette séance et des commentaires du conseil d'administration, on a rédigé le plan stratégique pour 2021, puis créé les plans opérationnels et le budget. Le 30 septembre 2020, le conseil d'administration a approuvé le plan stratégique pour 2020-2021.

Étant donné l'objectif fondamental de DFO visant à renforcer le système laitier canadien, dans ses plans, l'organisme adopte une approche proactive pour combler les besoins du marché intérieur évolutif et aborder les intérêts changeants des consommateurs. Le marché intérieur évolutif découle de l'accès accru au marché entraîné par les concessions commerciales et les variations de la demande du secteur de la restauration et du commerce de détail en conséquence de la pandémie. Ces changements entraînent de l'incertitude sur le plan de la demande du marché et créent de nouvelles possibilités en raison de la modification des habitudes des consommateurs. Les clients et transformateurs de DFO sont confrontés à des défis au sein de la chaîne d'approvisionnement alimentaire avec le renforcement du commerce de détail. Les préoccupations sociales et environnementales des consommateurs dictent leurs choix alimentaires et influencent l'orientation des gouvernements.

DFO continue d'aborder les risques et occasions de l'industrie au moyen d'une démarche ciblée, comme le reflète le plan stratégique pour 2021. Grâce à ces considérations et orientations du conseil

d'administration, le personnel de DFO a créé le Plan stratégique pour 2020-2021, en plus du plan de travail opérationnel et du budget préliminaire.

Voir le Plan stratégique pour 2020-21 à la page 58.

Développement organisationnel

Gestion de la crise de la COVID-19

Tout de suite après la COP de 2020, la pandémie de COVID-19 a frappé le Canada. En l'espace de quelques jours, DFO a reconnu les défis envers l'organisme et l'industrie, ce qui l'a amené à créer un groupe de travail COVID-19 pour le personnel composé de cadres supérieurs, et ce, afin d'aborder les problèmes. Pour le groupe de travail COVID-19 de DFO, le travail a commencé immédiatement par l'établissement de protocoles visant à protéger la santé et la sécurité des producteurs et employés, en plus d'assurer le ramassage sécuritaire du lait aux fermes. Les activités du groupe de travail comprenaient élaborer des protocoles, satisfaire aux exigences évolutives du marché par la gestion de l'approvisionnement de lait, créer des programmes nationaux, s'occuper des changements et interruptions des programmes, annuler des événements, créer des plans de communication, gérer les médias, soutenir la collectivité et créer des plans commerciaux d'urgence.

Le conseil d'administration de DFO s'est réuni toutes les semaines pendant cette période et, avec le personnel, il a travaillé en étroite collaboration avec les partenaires nationaux et provinciaux de l'organisme, y compris les CPL, les offices de commercialisation du lait, les transformateurs, les transporteurs, les partenaires de production agricole, le gouvernement et les détaillants provinciaux. L'industrie est confrontée à de nombreux défis, dont l'instabilité de divers marchés, une offre excédentaire pendant une baisse marquée des exigences du marché en raison de la fermeture du secteur de la restauration, des perturbations de la chaîne d'approvisionnement alimentaire ayant occasionné des problèmes de stocks aux épicerie et la nécessité d'éliminer du lait d'urgence. L'industrie a collaboré pour relever ces défis de la manière la plus optimale possible. Par conséquent, les protocoles de santé et de sécurité pour la chaîne d'approvisionnement, la gestion de l'approvisionnement de lait relativement à la demande évolutive et la qualité du lait ont été gérés avec efficacité, ce qui a permis de combler de manière adéquate les responsabilités et besoins de l'industrie. On trouve un aperçu des activités pendant les premières semaines de la pandémie dans le schéma ci-dessous

En plus de devoir composer avec les nombreux problèmes découlant de la pandémie, le groupe de travail a créé des plans de continuité des activités pour se préparer à des situations pouvant occasionner une perturbation considérable des activités. On a créé des plans pour les pénuries d'employés et les perturbations des activités, les perturbations de la transformation du lait, le refus des services, la fermeture des services partenaires comme les laboratoires et les zones rouges, ainsi que des plans d'urgence comme pour les problèmes avec les vaches de réforme.

L'industrie a très bien travaillé ensemble pour relever les défis de la pandémie et a continué de fournir du lait sain de qualité. On trouve des renseignements sur les diverses activités dans toutes les parties du rapport annuel de cette année.

Stratégie de viabilité

DFO perçoit la viabilité comme une priorité et un facteur fondamental



de l'avenir de l'industrie et reconnaît l'importance de ce sujet au moyen de ses contributions en tant que citoyen du monde. La viabilité est définie par trois piliers : social, économique et environnemental.

DFO a commencé par une étude préliminaire sur les critères et cadres internationaux, les opinions des consommateurs et des exemples de l'industrie, qu'on a présentée aux CPL lors de la COP. DFO a créé un outil d'évaluation interne, soit un bulletin de viabilité qui souligne les activités actuelles dans des catégories de viabilité internationales. Cet examen interne a permis à divers organismes de recherche de déterminer la situation actuelle par rapport à chaque activité.

Lors de la séance de planification stratégique de juin 2020, le conseil d'administration et la haute direction ont partagé leurs impressions de l'importance et de la faisabilité de chaque activité au moyen d'un sondage. Les résultats du sondage ont permis à DFO de soupeser les occasions et les obstacles possibles pour l'organisme d'un point de vue interne. Comme prochaine étape, DFO élaborera une stratégie de viabilité officielle.

DFO forme un sous-comité du conseil d'administration pour formuler des recommandations sur la création de plans de viabilité. Avant de commencer officiellement les prochaines étapes, DFO considère travailler avec les CPL et d'autres partenaires provinciaux afin de reconnaître l'importance de posséder une approche coordonnée et dans l'espoir de réduire le dédoublement des efforts.

Soutien des CPL

Il y a eu une séance des CPL lors de la COP en mars dans le but de parler de la relation de DFO avec les CPL et d'explorer les manières d'améliorer la communication entre l'organisme et les comités. Voici quels étaient les sujets couverts pendant la séance :

- Le rôle du membre d'un CPL;
- La relation des CPL avec le conseil d'administration de DFO;
- L'échange d'information de DFO aux CPL;
- La gouvernance et la structure;
- Le nouveau sous-comité de formation et de perfectionnement.

Un rapport sommaire de la séance et les engagements du conseil d'administration envers les mesures qu'il prendra ont été communiqués aux CPL en mai 2020.

Voici un résumé des engagements récents de DFO envers les CPL :

Appels régionaux : les appels régionaux permanents des CPL seront planifiés trois fois par année (hiver, printemps et été) dans le but de fournir des actualisations de DFO et de répondre aux questions des CPL.

Sous-comités : on a approuvé l'utilisation de sous-comités en tant que structure de gouvernance, qui fonctionnera de manière semblable à un groupe de travail, en abordant un sujet commercial particulier.

Ententes de confidentialité des CPL : DFO a établi des ententes de confidentialité pour les CPL. Le respect de ces ententes constitue maintenant une exigence pour devenir membre d'un CPL.

Visibilité budgétaire : DFO a établi un document budgétaire perfectionné et une présentation budgétaire en tant que points permanents lors des rencontres régionales de l'automne. Cette pratique permet de s'assurer que les CPL ont de la visibilité vis-à-

vis du budget et représente une occasion officielle de poser des questions avant l'approbation, par le conseil d'administration, du budget lors de la réunion du conseil d'administration en octobre.

Sous-comité de formation et de perfectionnement

On a créé un nouveau sous-comité de formation et de perfectionnement (SCFP) au printemps 2020 qui a pour objectif de déterminer les occasions de formation et de perfectionnement pour les producteurs, et ce, afin d'améliorer le leadership, la mobilisation et la relève de l'industrie. Le SCFP élaborera un cadre de formation des producteurs à présenter en tant que recommandations au comité de gouvernance, puis au conseil d'administration aux fins d'approbation. Une fois l'objectif atteint, le SCFP sera dissout. Voici les membres qui composent le comité :

Deux membres du conseil d'administration :

- John Wynands, région 3
- Vicky Morrison, région 9

Quatre producteurs parmi tous les membres

- Deb Knapton
- Steph Towers
- Joel Stam
- Peggy Brekveld

Deux membres du personnel

Les producteurs parmi tous les membres ont été choisis par le biais d'un processus de demande. On a tenu une réunion inaugurale en août 2020.

Consultations auprès des producteurs

Le processus de consultation de DFO auprès des producteurs a continué de fournir des commentaires précieux à l'organisme tout au long de 2020. Les commentaires confidentiels des producteurs recueillis à propos des problèmes organisationnels et au sein de l'industrie sont consignés dans un rapport présenté au conseil d'administration et au personnel de DFO. Les commentaires sont analysés et les recommandations sont prises en compte en ce qui a trait aux activités quotidiennes et à l'élaboration du plan stratégique de DFO. En raison de la pandémie, les consultations prévues à la ferme ont été repoussées, puis reprises en juillet 2020 et terminées en octobre 2020.

En avril 2019, DFO a réduit le nombre de visites à la ferme et accru le nombre de consultations ciblées de producteurs. Accroître le nombre de petites consultations ciblées de producteurs permet à DFO d'obtenir de la rétroaction sur des enjeux particuliers ou locaux. En 2020, les consultations en petits groupes comprenaient les suivantes :

- Le projet d'euthanasie des PLC et la désignation des obstacles à la réalisation d'euthanasies à la ferme, dont les effets psychologiques potentiels sur les propriétaires et le personnel des fermes. Le rapport de recherche sera finalisé en 2021;
- La création de la méthodologie d'enquête pour la vérification des communications de DFO, en plus de l'organisation de groupes de discussion avec les PLC. Les activités comprenaient également l'analyse et la déclaration des données recueillies du conseil d'administration, des PLC, du personnel de DFO et du sondage auprès des producteurs.



Ressources humaines

Tout au long de 2020, DFO a continué d'évaluer ses besoins et a investi des efforts pour avoir une main-d'œuvre compétente dans le but d'atteindre ses objectifs stratégiques et ses responsabilités opérationnelles. Tandis qu'on assiste à des changements sur le plan de la main-d'œuvre, DFO restructure et attire de manière stratégique les talents, et ce, pour atteindre ses objectifs.

En date du 31 octobre 2020, DFO a 101 employés. Pendant l'exercice financier 2020, on a réalisé 16 processus d'embauche. On a complété en grande partie la dotation de la nouvelle division du marketing et du développement commercial en 2020 dans le cadre d'un plan d'embauche pluriannuel.

DFO félicite Joan McCarrel pour avoir pris sa retraite de DFO le 3 janvier 2020 après 32 années de service pour les producteurs ontariens. Elle a mis fin à sa carrière d'agente en approvisionnement. De plus, nous souhaitons féliciter Darrell Windsor pour ses plus de 40 ans de services, en dernier en tant qu'agent des transports.

Nouvelle partie sur les carrières sur le site Web des consommateurs de DFO

Dans un effort constant visant à attirer les meilleurs talents et à présenter l'organisme en tant qu'excellente entreprise pour laquelle travailler, DFO a créé une nouvelle partie sur les carrières sur son site Web. La partie comprend du contenu associé aux carrières qui décrit l'organisme et l'industrie, les valeurs d'entreprise et les types de postes professionnels de DFO, en plus d'expliquer en détail le milieu de travail dans le but de renseigner les candidats éventuels concernant DFO.

La nouvelle partie sur les carrières affiche les postes actuellement disponibles et les demandes générales pour que les candidats puissent envoyer des demandes de façon transparente au service des RH de DFO par le biais du site Web. L'information sur les carrières du site Web et les formulaires de remise de demande conviviaux de DFO établissent davantage l'organisme en tant qu'employeur privilégié.



Nouveau portail des employés de DFO

Les systèmes de DFO sont actualisés et améliorés en continu pour s'assurer que le personnel puisse travailler avec efficacité. DFO a créé son nouveau portail des employés pendant l'été. Le contenu de l'ancien site a été simplifié et actualisé, rendant ainsi les ressources internes, renseignements, publications et nouveaux liens externes facilement accessibles au même endroit pour que le personnel puisse y accéder. Le portail des employés est hébergé sur la plateforme SharePoint de DFO, ce qui facilite également la tâche

des administrateurs pour ce qui est de garder le contenu actuel et d'ajouter des éléments avec rapidité.

De plus, le portail des employés de DFO a été programmé pour constituer leur page de renvoi lorsqu'ils se connectent sur leur ordinateur. Puisque l'échange d'information est essentiel, ce changement contribuera grandement à s'assurer que les employés sont informés et à jour concernant les nouvelles qui touchent DFO et l'industrie. Être en mesure de partager les nouvelles sur les événements à venir et les employés renforcera également la mobilisation et les relations parmi les collègues. Le portail des employés a été lancé le 21 septembre 2020.

Gestion des activités pendant la pandémie de COVID-19



Lorsque la COP de DFO s'est terminée en mars 2020, le conseil d'administration et le personnel ont été confrontés à des défis sans précédent en raison de la pandémie. Sans tarder, DFO a mis en place des mesures visant à protéger la santé et la sécurité des employés, des membres du conseil d'administration et des producteurs. Conjointement avec les partenaires et spécialistes, des protocoles de sécurité et de désinfection ont été créés et mis en œuvre conformément aux directives du gouvernement à l'intention des employés et à la ferme.

Le bureau est resté ouvert pendant la pandémie; cependant, on a fortement encouragé les employés à travailler à la maison pour veiller à avoir un nombre sécuritaire d'employés au bureau, et ce, conformément aux directives du gouvernement. DFO a partagé de l'information en continu avec les employés pour les tenir au courant de l'information pertinente associée à la COVID-19, y compris comment identifier les signes du virus, ainsi que comment en réduire la propagation, en plus des directives officielles pour de nombreuses procédures telles que l'isolement volontaire au besoin et la désinfection des surfaces.

DFO a mené un sondage auprès des employés dans le but de mieux comprendre comment ils s'adaptent aux nouvelles conditions de travail. Le sondage couvrait la productivité, la sécurité et l'isolement. On a partagé les résultats lors d'une réunion avec l'ensemble du personnel en juin et donné de l'information à la direction sur le bien-être des employés. La productivité des employés et la capacité à poursuivre les activités à distance se sont avérées très efficaces pendant la pandémie, ce qui a permis une continuité opérationnelle complète.

La communication avec les membres du conseil d'administration, les employés et les producteurs constituait la priorité de DFO pendant l'adaptation à la nouvelle normalité, et c'est toujours le cas alors que le personnel et les producteurs poursuivent leurs activités et

continuent de s'adapter aux mesures de santé publique actuelles dans l'objectif de rouvrir les entreprises de l'Ontario lorsqu'on pourra le faire en toute sécurité.

Maintien en poste

Les taux de roulement continuent de monter en tant que tendance générale au sein du marché du travail. DFO s'engage à attirer les talents et à les maintenir en poste. Dans le cadre de sa stratégie de relève, DFO cherche à créer du mouvement à l'interne visant à accroître la mobilisation et le maintien en poste, en plus de renforcer la continuité des activités. Lorsque c'est possible et approprié, DFO fait de la promotion à l'interne, profite des occasions de mouvement à l'interne, examine les responsabilités envers la satisfaction des besoins commerciaux actuels et à venir, procure des défis stimulants pour les employés, investit dans le renforcement des compétences, soutient l'avancement professionnel et recherche des occasions de travail sur des projets entre les divisions. Ces accents améliorent le maintien en poste.

En 2019, DFO avait un taux de 6 % en matière de changements de poste internes et a révisé les titres pour rester concurrentiel au sein du marché, ainsi que pour attirer les talents et les maintenir en poste; on a procédé à un examen indépendant de la rémunération qui se terminera en 2020. Ces activités aident à maintenir le personnel de DFO en poste et à soutenir DFO en tant qu'employeur concurrentiel. En 2019, DFO avait un taux de roulement moyen de 11 %. Il convient de noter que ce taux comprend les postes vacants; par conséquent, il pourrait être plus élevé que le taux réel. En comparaison, le taux de roulement de DFO est inférieur à la moyenne de l'industrie, soit 16 %, et au taux des organismes sans but lucratif (19 %). DFO mène des entrevues de départ confidentielles visant à comprendre les raisons des départs et à signaler les problèmes systémiques à la haute direction, et ce, afin d'améliorer ses activités et d'aborder les problèmes. Un total de 36 % des employés ayant quitté DFO en 2019 ont démissionné – les autres départs comprenaient des retraits, des fins de contrats et des licenciements. Les chiffres de l'exercice financier 2020 seront déclarés dans le rapport de 2021 sur la bonne gestion organisationnelle de DFO.

DFO a mené un sondage sur la mobilisation du personnel en 2019 qui a produit des résultats supérieurs à la moyenne de l'industrie. Ce sondage est garant du sentiment et de la mobilisation des employés envers l'organisme. Le sondage comprend une partie sur le maintien en poste des employés. Un total de 85 % du personnel de DFO a indiqué qu'il recommanderait DFO comme un excellent endroit où travailler. L'organisme continue de mettre l'accent sur la mobilisation des employés.

Installations

Puisque DFO élabore son service de la commercialisation et que le nombre d'employés augmente, il faut d'autres locaux. On a considéré du stationnement supplémentaire et d'autres services de cafétéria dans les plans visant à s'adapter au nombre accru d'employés au siège social. En même temps, DFO a également considéré amener de l'entreposage et du stockage hors site à l'interne. On a procédé à une analyse coût/bénéfice pour évaluer les options. DFO a décidé de se dissocier de son locataire, Doherty, pour utiliser son espace à des fins internes. Doherty a quitté DFO le 1er septembre 2020. L'accent de DFO en matière d'installations est de passer en revue l'utilisation de l'ensemble de l'espace à l'échelle du bâtiment et de la propriété, en plus de finaliser un plan visant à optimiser la zone et faire des gains d'efficacité.

Étant donné la réalité de la pandémie, on a instauré de nouveaux protocoles et nouvelles mesures avec les bâtiments dans le but d'assurer la sécurité des employés. Les mesures mises en œuvre sont l'admissibilité à entrer au siège social, des postes de désinfection, l'élimination des services de cafétéria, ainsi que des protocoles et restrictions au bureau quant au nombre de personnes permises dans le bâtiment et les salles de réunion. De plus, on a fait l'acquisition de masques pour l'ensemble des employés et des membres du conseil d'administration. DFO a préparé son installation dans le but de créer un milieu de travail sécuritaire pour les employés, et ce, conformément aux directives du gouvernement et en s'adaptant aux mesures de santé publique actuelles.

FINANCES

L'équipe des finances de DFO est responsable de la budgétisation et des services financiers et comptables, notamment la facturation des transformateurs et les paiements aux producteurs et transporteurs, la comptabilité du groupe, le calcul du prix pondéré et l'administration des quotas.

Actualisation du programme de crédit

DFO a continué de suivre la stabilité financière de ses clients, par l'intermédiaire d'une tierce partie, afin de protéger les intérêts financiers des producteurs laitiers ontariens. Du point de vue du risque, quatre transformateurs représentent environ 90 % des ventes totales de lait; toutefois, leur stabilité financière est très solide. Le Fonds de protection des comptes débiteurs s'élevait à 5,01 millions de dollars à la fin d'octobre 2020.

Services de vérification de l'utilisation du lait

KPMG a continué à fournir des services de vérification de l'utilisation du lait conformément au contrat à durée déterminée de cinq ans qui a commencé en 2016. À l'heure actuelle, la vérification englobe 75 usines et 10 fabriques de crème glacée.

Système MUV (système de vérification d'utilisation du lait)

DFO et ODC sont conjointement propriétaires du système MUV, une application Web utilisée par les transformateurs leur permettant de déclarer comment le lait qu'ils reçoivent de leurs offices de commercialisation est utilisé aux fins de facturation et de vérification. Des mises à jour sont apportées au MUV afin d'y ajouter des fonctionnalités pour les transformateurs et de tenir compte des changements aux politiques. On a apporté des modifications au système afin d'intégrer les changements exigés par l'ACEUM.

Systèmes comptables

DFO continue d'améliorer le système comptable. À l'été 2019, le logiciel comptable a été mis à niveau pour permettre une reddition de comptes plus souple et améliorer le nombre de points de données examinés.

Ces améliorations se sont poursuivies en 2020 avec des processus de budgétisation actualisés et le démarrage de projets d'automatisation pour le suivi de l'actif et des factures des fournisseurs, ce qui permettra à DFO de travailler à partir d'emplacements différents. L'utilisation accrue du partage de documents et de signatures par voie électronique permettra de réaliser plus de tâches à distance sans incidence considérable sur les activités quotidiennes, et ce, en plus de hausses générales de l'efficacité.



TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

L'équipe des technologies de l'information est responsable des services informatiques, notamment de la programmation et de la maintenance des systèmes informatiques, du centre de données et des réseaux d'infrastructure de DFO, ainsi que du soutien à la clientèle en TI.

Milk Management System (MMS - Système de gestion du lait) anciennement connu sous le nom Application Framework Project ct

Poursuivie en 2020. Des intégrations aux services externes, telles que les essais en laboratoire, les appareils de poche pour transporteurs et la gestion du contenu sont utilisées et produisent de l'activité quotidienne, tout en étant synchronisées avec l'ancien système.

Le lancement externe du système MMS commencera en février 2021. Cette étape de la mise en œuvre comprendra le lancement du nouveau site Web de DFO pour les intervenants, ce qui permettra aux producteurs, transformateurs et transporteurs d'utiliser le système MMS et son contenu actualisé. Le nouveau site Web pour les intervenants a été conçu et créé avec une architecture moderne pour le rendre convivial et facile à naviguer. La nouvelle technologie intégrée au site Web pour les intervenants crée un milieu de sécurité plus souple, ce qui accroît les occasions d'échange d'information et permet l'intégration transparente dans de nouveaux outils et services en ligne. Cette situation permet à l'équipe des TI de continuer d'améliorer le site avec plus d'efficacité à mesure qu'on l'actualise. En outre, le nouveau site Web pour les intervenants est intégré au site Web visant les consommateurs et permet d'autres améliorations.

Ordinateurs de poche pour la collecte du lait

À la fin de 2019, on a lancé un projet visant à remplacer les ordinateurs de poche pour la collecte du lait. Le déploiement de la production par étapes des nouveaux ordinateurs de poche a commencé à l'automne 2020 et se poursuivra pendant l'hiver.

Mise en place de l'ACEUM

Les changements vis-à-vis du nouvel ACEUM ont été mis en œuvre en même temps dans les systèmes de DFO, ainsi que dans le système MUV en juin 2020.

Productivité et technologies pendant la COVID-19

Pendant les premiers jours de la pandémie en mars 2020, comme de nombreux autres organismes, on a encouragé le personnel de DFO à travailler à distance lorsque c'était possible dans le but de limiter les contacts et le risque d'infection, ce qui a accru le fardeau sur l'infrastructure de DFO puisque le personnel a dû passer rapidement à des milieux virtuels. DFO était en bonne position pour adopter cette mesure nécessaire puisque l'organisme avait récemment instauré une nouvelle plateforme de réunion et de communication virtuelles, soit Cisco WebEx. WebEx a constitué un outil efficace sécuritaire pour les conférences à distance et la tenue d'événements tels que les réunions du conseil d'administration, les rencontres régionales de l'automne et les projets du personnel.

Indépendamment de la pandémie de COVID-19, DFO a actualisé son matériel en 2020. Cet exercice d'actualisation a procuré aux membres du personnel les ordinateurs portables nécessaires pour le travail à la maison temporaire. Pour passer entièrement à ce nouveau milieu, des décisions stratégiques visant à accroître l'utilisation du partage de documents et de signatures par voie électronique ont permis réaliser la plupart des affaires à distance sans répercussion

importante sur les activités quotidiennes. DFO continue d'ajouter des fonctions à mesure que le personnel passe à l'automatisation de la facturation et aux dépôts de documents électroniques pour les finances.

La nouvelle orientation de DFO a procuré d'autres façons de mener les activités qui se poursuivront probablement longtemps après la fin de la pandémie, et ce, puisqu'elle permet d'accroître l'efficacité et de réduire les coûts dans de nombreux cas.



SERVICES JURIDIQUES ET CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'équipe des services juridiques est responsable des services juridiques, y compris la conformité aux lois et aux règlements, l'examen et la négociation des contrats, les litiges et les avis juridiques; des affaires du conseil d'administration, y compris la saine gestion du conseil; de l'examen de l'élaboration des politiques; ainsi que des mesures de contrôle et de reddition de compte internes, et ce, en plus d'occuper les postes de secrétaire général et d'agent de la protection de la vie privée.

Retraites au conseil d'administration

Paul Vis, membre du conseil pour la région 9, a annoncé sa démission du conseil d'administration de DFO, avec une date de prise d'effet le 16 janvier 2020.

Sid Atkinson, membre du conseil pour la région 4, a annoncé sa démission du conseil d'administration de DFO, avec une date de prise d'effet le 16 janvier 2020.

Élections au conseil d'administration

Adam Petherick a été élu pour représenter les producteurs dans la région 4 pour un mandat de quatre ans au sein du conseil d'administration.

Murray Sherk a été élu par acclamation pour représenter les producteurs dans la région 8 pour son troisième mandat au sein du conseil d'administration.

Steve Runnalls a été élu par acclamation pour représenter les producteurs dans la région 12 pour son troisième mandat au sein du conseil d'administration.

Le mandat de quatre ans des membres élus du conseil d'administration a commencé immédiatement après la levée de l'assemblée générale annuelle (AGA) de DFO le 16 janvier 2020.

Élection partielle au conseil d'administration

Paul Vis, membre du conseil pour la région 9, a annoncé sa démission du conseil d'administration de DFO, avec une date de



prise d'effet le 16 janvier 2020. Le 12 novembre 2019, le dépouillement des votes pour l'élection partielle pour le membre du conseil dans la région 9 s'est déroulé conformément aux procédures indiquées dans le Règlement 760 de l'Ontario, en sa version modifiée, en vertu de la *Loi sur le lait*.

Vicky Morrison a été élue afin de devenir membre du conseil pour la région 9 pour le reste du mandat de quatre ans de 2017, qui a commencé immédiatement après la levée de l'AGA de DFO le 16 janvier 2020.

Comité exécutif du conseil d'administration

Lors d'une réunion extraordinaire du conseil, tenue le 16 janvier 2020, le conseil de DFO a élu les administrateurs au comité exécutif du conseil d'administration 2020. Murray Sherk, membre du conseil pour la région 8, a été réélu président du conseil. Nick Thurler, membre du conseil pour la région 2, a été élu vice-président du conseil. Mark Hamel, membre du conseil pour la région 11, a été élu deuxième vice-président du conseil. Arlene Minott a été nommée secrétaire générale du conseil d'administration pour un nouveau mandat. Rey Moisan a été nommé trésorier du conseil d'administration pour un nouveau mandat.

Réunions du conseil d'administration pendant la COVID-19

Pendant les premiers mois de la crise de la COVID-19, le conseil d'administration a augmenté la fréquence de ses réunions à une fois, puis deux fois par semaine. On a considéré chacune de ces réunions supplémentaires comme des réunions officielles du conseil d'administration conformes aux règlements et aux protocoles officiels. Ces réunions extraordinaires du conseil ont eu lieu pour aborder les besoins de DFO pendant la crise. On s'est occupé des affaires courantes du conseil d'administration, en plus de combler les besoins en matière d'affaires courantes.

À l'avenir, on pourra se tourner vers les réunions virtuelles et l'utilisation de la technologie pour plus d'efficacité.

Nombre de réunions du conseil d'administration

Il y a eu 143 réunions ordinaires et extraordinaires du conseil d'administration au cours des quatre exercices financiers.

Nombre de réunions du conseil d'administration

Il y a eu 143 réunions ordinaires et extraordinaires du conseil d'administration au cours des quatre exercices financiers.

RÉUNIONS RÉGULIÈRES ET SPÉCIALES DU CONSEIL

	Nombre de réunions
2016-2017	29
2017-2018	27
2018-2019	33
2019-2020	54

LISTE DES ACRONYMES

Le rapport annuel 2018-19 Les producteurs laitiers de l'Ontario (PLO) comporte plusieurs acronymes. Pour aider les lecteurs et éviter les répétitions, en voici une liste que vous pourrez consulter facilement.

- ACEUM** : Accord Canada-États-Unis-Mexique
- ACIA** : Agence canadienne d'inspection des aliments
- ADA** : Activiste(s) pour la défense des animaux
- AECG** : Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne
- AG** : Assemblée générale annuelle
- AGL** : Acide gras libre
- ALENA** : Accord de libre-échange nord-américain
- CCGAL** : Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait
- CCL** : Commission canadienne du lait
- CCS** : Compte des cellules somatiques
- CDP** : Coût de production
- COP** : Conférence d'orientation du printemps
- CPL** : Comité des producteurs laitiers
- CT** : Contingent tarifaire
- DF** : Député fédéral
- DP** : Député provincial
- FES** : Système d'évaluation des fermes
- FIP** : Fonds d'investissement partagé
- GTGE** : Groupe de travail sur la gestion des enjeux
- hl** : Hectolitre
- kg** : Kilogramme
- LCQ** : Lait canadien de qualité
- LDC** : Lait disponible pour la croissance
- LEP** : Lait écrémé en poudre
- MAAARO** : Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario
- M.G.** : Matière grasse
- MMO** : Obligation en matière de déplacement du lait
- M.S.D.** : Matière sèche dégraissée
- MUV** : Système de vérification d'utilisation du lait
- ODC** : Conseil de l'industrie laitière de l'Ontario
- P5** : Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse et Île-du-Prince-Édouard
- PAQNV** : Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus
- PCA** : Point de congélation anormal
- PEG** : Pratique exemplaire de gestion
- PEL** : programme d'exportation laitière
- PHAL** : Politique harmonisée d'allocation du lait du P5
- PIL** : Programme d'innovation laitière
- PIMPL** : Programme d'innovation en matière de produits laitiers
- PN** : Procédure normalisée
- PNP** : Programme des nouveaux producteurs
- PTP** : Partenariat transpacifique
- PTPGP** : Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste
- QAO** : Quota d'approvisionnement des usines
- SIT** : Stimuler l'investissement en transformation
- SML** : Système de marketing du lait
- SPA0** : Société de protection des animaux de l'Ontario
- TI** : Technologie de l'information



RAPPORTS FINANCIERS



RAPPORT DES VÉRIFICATEURS INDÉPENDANTS

AUX MEMBRES DE DAIRY FARMERS OF ONTARIO

Opinion

Nous avons effectué la vérification des états financiers de Dairy Farmers of Ontario (l'entité), qui comprennent :

- le bilan au 31 octobre 2020;
- les états des résultats et de l'évolution des soldes de fonds non affectés, d'échange de quotas, de recherche, de protection financière des créances et de marketing et de développement commercial pour l'exercice terminé à cette date;
- l'état des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date;
- les notes complémentaires aux états financiers, y compris un sommaire des principales conventions comptables

(désignées aux présentes sous le terme « états financiers »).

À notre avis, les états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de Dairy Farmers of Ontario au 31 octobre 2020, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de notre opinion

Nous avons effectué notre vérification conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Nos responsabilités en vertu de ces normes sont décrites plus en détail dans la partie « Responsabilités des vérificateurs pour la vérification des états financiers » de notre rapport des vérificateurs.

Nous sommes indépendants de l'entité conformément aux exigences éthiques pertinentes à notre vérification des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés de nos autres responsabilités d'ordre éthique en conformité avec ces exigences.

Nous estimons que les éléments probants de vérification que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Autres renseignements

La direction est responsable des autres renseignements, qui comprennent :

- les renseignements autres que les états financiers et le rapport des vérificateurs à ce sujet, compris dans le rapport annuel.

Notre opinion des états financiers ne couvre pas les autres renseignements et nous n'exprimerons (ni n'exprimerons) aucune forme de conclusion avec assurance à ce sujet.

En ce qui concerne notre vérification des états financiers, notre responsabilité consiste à lire les autres renseignements déterminés ci-dessus et, ce faisant, à considérer s'ils présentent une incompatibilité de fond avec les états financiers ou nos connaissances obtenues pendant la vérification et à surveiller les signes que les autres renseignements semblent contenir des inexactitudes importantes.

Nous avons obtenu les renseignements autres que les états financiers et le rapport des vérificateurs à ce sujet, compris dans le rapport annuel à la date du présent rapport des vérificateurs. Si, en fonction du travail que nous avons accompli avec ces autres renseignements, nous parvenons à la conclusion qu'ils contiennent une inexactitude importante, nous devons le signaler dans le rapport des vérificateurs.

Nous n'avons rien à déclarer à cet égard.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance vis-à-vis des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de l'image fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne que la direction détermine comme étant nécessaire afin de permettre la préparation d'états financiers exempts d'inexactitude importante, qu'elle provienne d'une fraude ou d'une erreur.

Lors de la préparation des états financiers, la direction est responsable de l'évaluation de la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation en communiquant, selon le cas, les questions



associées à la continuité de l'exploitation et l'utilisation du principe comptable de continuité d'exploitation, à moins que la direction n'ait l'intention de liquider l'entité ou de cesser l'exploitation, ou n'ait pas d'autre solution réaliste que de le faire.

Les personnes responsables de la gouvernance doivent superviser le processus de l'entité en matière de rapports financiers.

Responsabilités des vérificateurs envers la vérification des états financiers

L'assurance raisonnable constitue un niveau élevé d'assurance, mais elle ne garantit pas qu'une vérification effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada détectera toujours une inexactitude importante lorsqu'il y en a une.

Une inexactitude peut découler d'une fraude ou d'une erreur et on la considère comme importante si, sur le plan individuel ou collectif, on pouvait raisonnablement s'attendre à ce qu'elle influence les décisions économiques des utilisateurs prises en fonction des états financiers.

Dans le cadre d'une vérification conforme aux normes de vérification généralement reconnues du Canada, nous exerçons un jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long du processus.

De plus, nous :

- déterminons et évaluons les risques d'inexactitude importante dans les états financiers, qu'elle provienne d'une fraude ou d'une erreur, concevons et réalisons des procédures de vérification influencées par ces risques et obtenons des éléments probants de vérification qui sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Le risque de ne pas détecter d'inexactitude importante découlant d'une fraude est plus élevé que celui découlant d'une erreur, et ce, puisque la fraude peut comprendre la collusion, la contrefaçon, l'omission volontaire, l'assertion inexacte ou la dérogation du contrôle interne;

- nous assurons de comprendre le contrôle interne pertinent à la vérification dans le but de concevoir des procédures de vérification

appropriées aux circonstances, mais pas pour exprimer une opinion vis-à-vis de l'efficacité du contrôle interne de l'entité;

- évaluons la pertinence des conventions comptables utilisées et la vraisemblance des estimations comptables et communications connexes faites par la direction;

- nous prononçons sur la pertinence de l'utilisation, par la direction, du principe comptable de continuité d'exploitation et, en fonction des éléments probants de vérification obtenus, s'il existe une incertitude importante associée aux événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation. Si nous parvenons à la conclusion qu'une incertitude importante existe, nous devons attirer l'attention, dans notre rapport des vérificateurs, sur les communications connexes dans les états financiers ou, lorsque ces communications ne sont pas adéquates, modifier notre opinion. Nos conclusions sont fondées sur les éléments probants de vérification obtenus à la date de notre rapport des vérificateurs. Cependant, des événements ou situations à venir peuvent faire en sorte que l'entité cesse son exploitation;

- évaluons la présentation, la structure et le contenu globaux des états financiers, y compris les communications et si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière qui donne une image fidèle;

- communiquons avec les responsables de la gouvernance concernant, entre autres sujets, l'étendue et le calendrier prévus de la vérification, ainsi que les constatations importantes de la vérification, dont les lacunes importantes du contrôle interne que nous identifions pendant notre vérification.

KPMG LLP

Comptables professionnels agréés,
Experts-comptables autorisés

Vaughan, Canada

Le 21 décembre 2020



État de la situation financière

31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

Actif	2020		2019	
Actif à court terme				
Encaisse	51 279 011	\$	58 910 288	\$
Débiteurs (notes 2 et 18)	224 187 030		221 445 090	
Stocks du quota (note 3)	284 400		212 160	
Frais payés d'avance	2 472 212		932 253	
	278 222 653		281 499 791	
Placements				
Placements à long terme (note 4)	5 041 484		5 041 484	
Immobilisations (note 5)	7 869 230		7 108 097	
	291 133 367	\$	293 649 372	\$
Passif et soldes de fonds				
Passif à court terme				
Comptes créditeurs et charges à payer (notes 6 & 7)	239 287 908	\$	235 448 934	\$
Apports en capital reportés (note 8)				
	888 697		888 697	
Soldes de fonds				
Non affectés	14 415 098		12 983 501	
Échange de quotas	952 695		952 695	
Recherche (notes 16)	2 360 360		1 841 735	
Protection financière des créances	5 013 354		4 999 795	
Marketing et développement commercial (notes 12)	28 215 255		36 534 015	
	50 956 762		57 311 741	
Engagements (note 17)				
Dépenses imprévues (note 20)				
	291 133 367	\$	293 649 372	\$

Voir les notes complémentaires aux états financiers.

Au nom du conseil d'administration

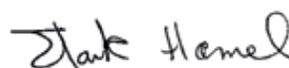
Président



Vice-président



2^e Vice-président



État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - non affectés

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

	2020		2019
Recettes			
Droits d'acquisition de permis (note 10)	19 204 328	\$	18 695 689
Revenu de placements (note 4)	211 459		486 168
Programme de qualité du lait cru	1 229 793		1 271 260
Programme proAction/LCQ	197 235		104 902
Frais administratifs d'affectation	10 510		11 518
Frais administratifs d'échange de quotas	76 169		69 058
Magazine <i>Milk Producer</i>	536 926		596 524
Autres recettes (note 11)	248 027		342 897
Gain sur la vente d'immobilisations	30 404		39 000
	21 744 851		21 617 016
Dépenses			
Administratives et de développement de politiques (note 13)	13 941 056		13 396 779
Comités des producteurs laitiers	767 596		793 068
Versements aux organismes affiliés (note 15)	1 150 000		1 141 676
Programme de qualité du lait cru	1 705 656		1 705 204
Programme proAction/LCQ	15 539		282 117
Analyses de qualité du lait, laboratoire central	967 733		1 076 691
Audit de l'utilisation des transformateurs	271 241		232 126
Magazine <i>Milk Producer</i>	409 384		583 186
Assemblée générale annuelle	238 625		281 918
Dépréciation	846 424		676 516
	20 313 254		20 169 281
Excédent des recettes sur les dépenses	1 431 597		1 447 735
Fonds non affectés, début d'exercice	12 983 501		11 535 766
Fonds non affectés, fin d'exercice	14 415 098	\$	12 983 501

Voir les notes complémentaires aux états financiers.



État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - échange de quotas

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

	2020	2019
Ventes	97 368 960 \$	124 412 640 \$
Coût des ventes		
Stocks début d'exercice	212 160	222 480
Achats	97 441 200	124 402 320
	97 653 360	124 624 800
Stocks fin d'exercice	(284 400)	(212 160)
	97 368 960	124 412 640
Excédent des ventes sur le coût des ventes (coût des ventes sur ventes)	-	-
Solde de fonds début d'exercice	952 695	952 695
Solde de fonds, fin d'exercice	952 695 \$	952 695 \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - recherche

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

	2020	2019
Recettes		
Frais de recherche (note 16)	1 535 669 \$	1 495 190 \$
Aménagement du terrain de Toronto Stock Yards (note 16)	152 992	147 665
Revenu de placements (note 4)	29 503	39 945
	1 718 164	1 682 800
Débours		
Projets de recherche	485 869	349 762
Projet de comptabilité des exploitations laitières de l'Ontario	121 570	148 495
Chaire de recherche en sciences laitières	200 000	200 000
Recherche sur la production par les Producteurs laitiers du Canada (note 15)	260 000	262 006
Aménagement du terrain de Toronto Stock Yards (note 16)	132 100	166 830
	1 199 539	1 127 093
Excédent de recettes sur débours	518 625	555 707
Solde de fonds, début d'exercice	1 841 735	1 286 028
Solde de fonds, fin d'exercice	2 360 360 \$	1 841 735 \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers.



État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds – protection financière des créances

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

	2020	2019
Recettes		
Revenu de placements (note 4)	72 320 \$	117 402 \$
Débours		
Assistance administrative	58 761	61 756
	58 761	61 756
Excédent de recettes sur débours	13 559	55 646
Solde de fonds début d'exercice	4 999 795	4 944 149
Solde de fonds, fin d'exercice	5 013 354 \$	4 999 795 \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds – marketing et développement commercial

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des données comparatives pour 2019

	2020	2019
Recettes		
Frais de développement de marché (note 12)	46 074 518 \$	44 858 284 \$
Revenu de placements (note 4)	516 287	951 761
	46 590 805	45 810 045
Dépenses des programmes		
Marketing auprès des consommateurs	30 320 225	27 239 507
Programmes communautaires	4 629 927	2 716 768
Programmes de développement commercial	5 357 524	3 242 752
Projets nationaux (note 15)	5 855 000	5 476 333
	46 162 676	38 675 360
Coûts de soutien	5 049 194	3 437 518
Dépréciation	12 428	-
	51 224 298	42 112 878
Excédent de recettes sur dépenses (dépenses sur recettes)	(4 633 493)	3 697 167
Solde de fonds, début d'exercice	36 534 015	36 396 165
Moins : Exonération des droits d'expansion du marché – avril 2020 et novembre 2018	(3 685 267)	(3 559 317)
Solde de fonds, fin d'exercice	28 215 255 \$	36 534 015 \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers.



État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2020, avec des chiffres comparatifs pour 2019

	2020	2019
Flux de trésorerie générés (utilisés) par les activités d'exploitation		
Excédent des recettes sur les dépenses (dépenses sur recettes)		
Fonds non affectés	1 431 597 \$	1 447 735 \$
Fonds de recherche	518 625	555 707
Fonds de protection financière des créances	13 559	55 646
Fonds de marketing et de développement commercial	(8 318 760)	137 850
Éléments sans incidence sur l'encaisse	858 852	676 516
Gain sur la vente d'immobilisations	(30 404)	(39 000)
Amortissement des apports en capital reportés	-	(48 803)
Variation du fonds de roulement hors caisse		
Débiteurs	(2 741 940)	(27 724 571)
Stocks du quota	(72 240)	10 320
Frais payés d'avance	(1 539 959)	(247 104)
Comptes créditeurs et charges à payer	3 838 974	2 136 372
	(6 041 696)	(23 039 332)
Activités d'investissement		
Rachat de placements à court terme	-	2 000 000
Acquisition d'immobilisations	(1 626 081)	(731 328)
Produits sur la vente d'immobilisations	36 500	39 000
	(1 589 581)	1 307 673
Diminution des flux de trésorerie	(7 631 277)	(21 731 660)
Encaisse, début d'exercice	58 910 288	80 641 948

[Voir les notes complémentaires aux états financiers.](#)



NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 octobre 2020

Dairy Farmers of Ontario (DFO) est un office de commercialisation constitué en tant qu'organisme sans but lucratif en vertu de la *Loi sur le lait*. Fondé en 1965 sous le nom de Commission ontarienne de commercialisation du lait, il a été reconstitué sous le nom de Dairy Farmers of Ontario en 1995 à la suite de la fusion de la Commission ontarienne de commercialisation du lait et de la Commission ontarienne de commercialisation de la crème. DFO est exonéré de l'impôt sur le revenu en vertu du paragraphe 149.1(l) de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada).

1. Principales conventions comptables :

Les états financiers ont été préparés par la direction conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, énoncées à la partie III du Manuel de Comptables professionnels agréés du Canada.

(a) Comptabilité par fond :

Le fonds non affecté comprend les produits et les charges qui représentent le contrôle et la gestion par DFO de la distribution du lait, de l'élaboration de la politique économique, de l'aide aux producteurs et des frais administratifs associés à ces activités.

Le fonds d'échange de quotas indique la valeur en dollars des opérations d'échange de quotas effectuées par DFO.

Le fonds de recherche indique les frais de recherche perçus auprès des producteurs et les décaissements au titre des programmes de recherche et d'enseignement.

Le fonds de protection financière des créances indique les fonds accessibles pour indemniser les producteurs de produits laitiers de l'Ontario pour toute insuffisance de paiements relatifs au lait vendu par DFO. Le fonds de protection financière des créances comprend le revenu de placements tiré des ressources du fonds et les dépenses associées à l'administration du fonds.

Le fonds de marketing et de développement commercial présente les frais de promotion perçus auprès des producteurs et les décaissements au titre des programmes de marketing et de développement commercial, ainsi que tous les coûts nécessaires au soutien de ces programmes.

(b) Comptabilisation des produits :

DFO utilise la méthode de comptabilité par fonds affectés pour les produits.

Les apports non affectés sont comptabilisés à titre de produits du fonds non affecté dans l'exercice, reçus ou à recevoir, si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa perception est raisonnablement assurée. Les apports désignés associés aux activités d'exploitation sont comptabilisés à titre de produits pour l'exercice pendant lequel les charges afférentes sont engagées. Tous les autres apports affectés sont comptabilisés à titre de produits du fonds affecté approprié.

Les apports affectés à l'acquisition d'immobilisations sont reportés et amortis dans les produits selon la méthode de l'amortissement linéaire, à un taux correspondant au taux d'amortissement des immobilisations connexes.

Le revenu de placements, qui est comptabilisé selon la méthode de la comptabilité d'exercice, comprend les intérêts, le gain net (perte nette) à la vente de placements et la variation des plus-values (pertes) latentes nettes.

(c) Placements dans des coentreprises :

DFO comptabilise sa participation dans Milk Utilization Verification (MUV) Inc., un organisme sans but lucratif sous contrôle conjoint, en utilisant la méthode de la mise en équivalence. Les placements sont comptabilisés au coût et ajustés pour tenir compte des apports ou des retraits et de leur part de l'excédent des revenus sur les dépenses.

(d) Instruments financiers :

Les instruments financiers sont inscrits à la juste valeur au moment de leur comptabilisation initiale. Ils sont ensuite évalués au coût ou au coût amorti, et la direction n'a choisi de comptabiliser aucun de ces instruments financiers à la juste valeur.

Les actifs financiers font l'objet d'un test de dépréciation annuel à la fin de l'exercice s'il existe des indices de perte de valeur. S'il existe une indication d'une possible perte de valeur, DFO détermine si elle a entraîné un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie à venir associés à l'actif financier. En cas de changement défavorable important des flux de trésorerie prévus, la valeur comptable de l'actif financier est réduite au maximum de la valeur actuelle des flux de trésorerie prévus, soit le montant qui pourrait être réalisé à la vente de l'actif financier ou le montant que DFO s'attend à réaliser en exerçant son droit à toute garantie. Si la situation est inversée au cours d'une période à venir, une perte de valeur sera reprise dans la mesure de l'amélioration, sans dépasser la valeur comptable initiale.

Les investissements doivent être conformes aux exigences prévues dans le règlement sur les placements de la *Loi sur le lait*.

Le revenu de placements généré est affecté aux fonds en fonction des soldes de fonds et constaté à titre de produit dans chaque fonds.

(e) Capital assets :

Les immobilisations acquises sont comptabilisées au coût. Les frais de réparation et d'entretien sont imputés aux résultats. Les améliorations qui prolongent la durée de vie estimée d'un bien sont capitalisées. Lorsqu'une immobilisation ne contribue plus à la capacité de DFO à fournir des services, sa valeur comptable est ramenée à sa valeur résiduelle.



Les immobilisations sont amorties selon la méthode linéaire sur leur durée de vie utile estimée, de la façon suivante :

Immeubles et améliorations immobilières	5 à 20 ans
Mobilier et accessoires de bureau	5 à 10 ans
Logiciels et matériel informatiques	3 à 7 ans
Véhicules	3 à 12 ans

Les immobilisations en cours de construction sont amorties une fois que les travaux sont achevés et les immobilisations sont prêtes à l'utilisation.

Les actifs acquis en appui aux activités du fonds de marketing sont regroupés séparément et amortis dans le fonds de marketing et de développement commercial.

Pendant l'exercice, DFO a adopté de manière prospective la nouvelle norme comptable Chapitre 4433 – Immobilisations corporelles détenues par les organismes sans but lucratif du Manuel de CPA Canada – Comptabilité en date du 1^{er} novembre 2019, qui exige que DFO respecte les lignes directrices en matière d'approche par composantes du Chapitre 3061, Immobilisations corporelles du Manuel de CPA Canada, ainsi que les lignes directrices en matière de dépréciation d'actifs à long terme du Chapitre 3063, Dépréciation d'actifs à long terme du Manuel de CPA Canada. Les lignes directrices exigent que les immobilisations soient séparées en leurs éléments constituants et que chaque élément soit amorti en vertu de leur durée de vie utile estimée. Les dépréciations partielles d'immobilisations corporelles devront maintenant être considérées. Les changements n'auront pas d'incidence importante sur les présents états financiers.

(f) Répartition des frais indirects :

DFO utilise la comptabilité par fonds et répartit certaines de ses charges générales de soutien du fonds non affecté au fonds de marketing et de développement commercial en déterminant la méthode de répartition appropriée de chaque charge. Les salaires et les frais administratifs généraux sont répartis en fonction de l'utilisation et les coûts d'occupation sont répartis en fonction de la superficie en pieds carrés utilisée.

(g) Utilisation d'estimations :

La préparation d'états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses qui ont une incidence sur les montants déclarés des actifs et des passifs, sur la communication des actifs et des passifs éventuels à la date des états financiers, et sur les montants déclarés des produits, des charges et de l'évolution des soldes de fonds pour l'exercice en question. Les éléments importants faisant l'objet de telles estimations et hypothèses comprennent la durée de vie utile estimée des immobilisations, les charges à payer et la répartition des frais indirects. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

2. Comptes débiteurs :

Les comptes débiteurs se composent principalement de sommes à recevoir des transformateurs pour la valeur des expéditions de lait d'octobre de DFO. Ces montants sont à recevoir les premier et quinzième jours de chaque mois suivant le mois de l'expédition.

3. Stocks du quota :

Les stocks du quota représentent le quota restant dans les réserves de DFO à la suite de l'équilibrage des activités d'échange de quotas évaluées au prix d'équilibre des échanges d'octobre.

4. Placements

(a) Les placements se composent des éléments suivants :

	2020		2019	
Titres à revenu fixe	5 000 000	\$	5 000 000	\$
Parts de la coopérative de producteurs	131		131	
Placements dans des coentreprises	41 353		41 353	
	5 041 484	\$	5 041 484	\$

Les titres à revenu fixe sont composés de deux billets de dépôt principaux à faible volatilité, portant intérêt au taux de 0,5 % et venant à échéance le 2 décembre 2022 et le 2 décembre 2023.



(b) Revenu de placements :

Le revenu de placements dans l'état des résultats - non affectés comprend :

	2020		2019	
Intérêts	829 569	\$	1 595 276	\$
Affectation au fonds de recherche	(29 503)		(39 945)	
Affectation au fonds de protection financière des créances	(72 320)		(117 402)	
Affectation au fonds de marketing et de développement commercial	(516 287)		(951 761)	
	211 459	\$	486 168	\$

(c) Gestion du risque :

La gestion du risque concerne la compréhension et la gestion active des risques associés à tous les domaines d'activité et à l'environnement d'exploitation associé. Les placements sont principalement exposés au risque de taux d'intérêt et au risque de marché. DFO s'est doté de politiques et de procédures officielles qui établissent la composition de l'actif cible. Les politiques de DFO limitent les placements aux obligations garanties par le gouvernement du Canada et à d'autres placements prévus dans le règlement sur les placements de la *Loi sur le lait*. L'exposition au risque n'a pas changé depuis 2019.

Le risque de taux d'intérêt découle de la possibilité que les variations des taux d'intérêt aient une incidence sur la valeur des titres à revenu fixe détenus par DFO.

Le risque de marché découle de la négociation de titres à revenu fixe. Les fluctuations du marché exposent DFO à un risque de perte. DFO atténue ce risque au moyen de contrôles visant à surveiller et à limiter les niveaux de concentration.

Le risque de crédit désigne le risque qu'une contrepartie manque à ses obligations contractuelles. Ce risque est atténué par le fonds de protection des créances.

5. Immobilisations :

	2020		2019	
	Coût	Amortissements cumulés	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Terrain	506 203	\$	506 203	\$
Immeubles et améliorations immobilières	3 232 349	2 585 577	646 772	630 184
Mobilier et accessoires de bureau	811 179	498 010	313 169	327 105
Logiciels et matériel informatiques	8 416 524	2 561 418	5 855 106	5 315 526
Véhicules	1 016 785	468 805	547 980	329 079
	3 983 040	\$ 6 113 810	\$ 7 869 230	\$ 7 108 097

Le volet « mobilier et accessoires de bureau » comprend un montant de 42 174 \$ (42 365 \$ en 2019) et le volet « logiciels et matériel informatiques » comprend un montant de 1 060 006 \$ (néant en 2019) relativement aux actifs détenus dans le fonds de marketing et de développement commercial.

Le volet « logiciels et matériel informatiques » comprend des actifs en construction totalisant 1 197 352 \$ (4 675 224 \$ en 2019) relativement aux éléments du nouveau logiciel d'entreprise. Le volet « logiciels et matériel informatiques » comprend également des actifs en construction pour la création du site Web de l'entreprise totalisant 1 016 574 \$ (néant en 2019).

6. Comptes créditeurs et charges à payer :

Les comptes créditeurs et les charges à payer comprennent les sommes à payer aux producteurs et aux transporteurs pour la valeur des expéditions de lait d'octobre à DFO. Les paiements aux producteurs sont effectués les premier et quinzième jours de chaque mois suivant le mois de l'expédition.



7. Lait et activités de mise en commun relatives au transport :

Les comptes créditeurs et les charges à payer comprennent le montant net recouvrable auprès des producteurs pour les activités de mise en commun.

	2020	2019
Lait		
Ventes	2 433 658 190 \$	2 347 198 504 \$
Achats	2 433 531 764	2 347 269 377
	126 426	(70 873)
Recouvrable auprès des producteurs, début d'exercice	(140 537)	(69 664)
Recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(14 111)	(140 537)
Transport		
Recouvré auprès des producteurs	88 642 418	86 440 171
Dépenses	88 621 241	86 452 317
	21 177	(12 146)
Recouvrable auprès des producteurs, début d'exercice	(59 800)	47 654
Recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(38 623)	(59 800)
Total recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(52 734) \$	(200 337) \$

8. Apports en capital reportés :

	2020	2019
Solde, début d'exercice	888 697 \$	937 500 \$
Amortissement des apports en capital reportés		(48 803)
	888 697 \$	888 697 \$

Ces apports correspondent aux fonds reçus dans le cadre de l'entente de contribution à l'Initiative d'infrastructure pour la traçabilité (IIT). En vertu de cette entente, DFO s'est associé à un transformateur de produits laitiers et à un autre transformateur pour créer un système électronique permettant une traçabilité ascendante et descendante dans l'ensemble du secteur laitier. L'entente accordait à DFO 1 422 501 \$, dont 1 237 500 \$ des apports associés au capital. Ces montants sont comptabilisés comme des apports en capital reportés et sont amortis et comptabilisés dans les résultats sur une période de cinq à sept ans afin de correspondre à la durée de vie utile des appareils de poche utilisés par les transporteurs et au nouveau logiciel d'entreprise. L'élément associé au nouveau logiciel d'entreprise commencera l'amortissement une fois le logiciel entièrement utilisé.

9. Gestion du capital :

DFO définit son capital comme étant les montants compris dans les soldes de ses fonds. Lors de la gestion de son capital, l'objectif de DFO est de préserver sa capacité à poursuivre son exploitation afin de pouvoir continuer à fournir le niveau approprié d'avantages et de services aux producteurs.

Une partie du capital de DFO est affectée, en ce sens que DFO est tenu de respecter certaines exigences pour pouvoir utiliser ses fonds affectés à l'externe, comme l'indique la note 1. DFO s'est conformé à ces affectations tout au long de l'exercice. DFO fixe le montant des fonds affectés à l'interne en fonction du risque, gère la structure de l'actif net et y apporte des ajustements selon l'évolution de la conjoncture économique et les caractéristiques de risque des actifs sous-jacents.

10. Droits d'acquisition de permis :

Les droits de permis à des fins administratives sont restés inchangés à 0,625 \$ par hectolitre.



11. Autres produits :

Les autres produits comprennent les revenus de location de biens, les frais de services administratifs imputés à des tiers et l'amortissement des apports reportés.

12. Marketing et développement commercial :

Les frais de développement de marché sont restés inchangés à un taux de 1,50 \$ par hectolitre pour des activités promotionnelles et de développement de marché.

13. Dépenses administratives et d'élaboration des politiques :

Les dépenses administratives et d'élaboration des politiques sont expliquées en détail ci-dessous :

	2020		2019	
Salaires et avantages sociaux du personnel (i)	8 950 282	\$	7 974 474	\$
Honoraires professionnels	871 159		600 581	
Indemnités journalières, indemnités et frais de déplacement, et frais d'élection des membres du conseil d'administration (ii)	819 801		1 040 199	
Aide fournie par les entrepreneurs et le personnel auxiliaire (iii)	739 587		563 315	
Bureau (iv)	573 387		629 579	
Programmes et activités de communication (v)	423 451		723 924	
Coût de recrutement, frais de déplacement du personnel et de réunion	413 635		702 285	
Assurance	393 996		377 866	
Location et entretien de l'équipement	380 253		353 557	
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	252 370		304 649	
Exploitation des camions d'étalonnage	123 135		126 350	
	13 941 056	\$	13 396 779	\$

- (i) DFO a un régime de retraite à cotisations déterminées. Les actifs du régime sont détenus séparément de ceux de DFO dans un fonds géré de manière indépendante. La charge de retraite est égale à la cotisation versée par DFO. Les cotisations versées et imputées par DFO au cours de l'exercice s'élèvent à 458 824 \$ (394 100 \$ en 2019).
- (ii) Les indemnités journalières, indemnités et frais de déplacement des membres du conseil d'administration comprennent des honoraires annuels de 64 390 \$ (62 820 en 2019) pour le président, de 32 838 \$ (32 037 \$ en 2019) pour le vice-président, de 21 892 \$ (17 229 \$ en 2019) pour le deuxième vice-président et de 13 367 \$ (13 041 \$ en 2019) pour les autres membres du conseil d'administration. Le taux journalier pour les membres du conseil d'administration était de 306 \$ (298 \$ en 2019) et le taux de demi-journée était de 153 \$ (149 \$ en 2019). Les frais de déplacement des membres du conseil d'administration comprennent une indemnité de 1 680 \$.
- (iii) L'aide fournie par les entrepreneurs et le personnel auxiliaire comprend les coûts de consultation, le personnel de bureau, les frais de traduction et les coûts de formation. L'exercice en cours comprend des coûts de conseil en technologie de l'information de 102 940 \$ (70 140 \$ en 2019) pour le développement du nouveau logiciel d'entreprise et des coûts de formation du personnel de 90 110 \$ (143 035 \$ en 2019).
- (iv) Les frais de bureau comprennent les montants relatifs à la papeterie, aux fournitures, aux abonnements, aux frais d'affranchissement et à la messagerie, ainsi que d'autres frais semblables, ce qui comprend le matériel et les coûts de distribution du matériel envoyé aux producteurs à partir des différentes fonctions comprises dans le fonds non affecté.
- (v) Les programmes et activités de communication comprennent les coûts des communications aux producteurs et aux gouvernements, les brochures d'information et le rapport annuel.



14. Répartition des frais indirects :

Des frais indirects pour les services et salaires visant à soutenir les activités du fonds de marketing et de développement commercial ont été répartis du fonds non affecté de la façon suivante :

	2020	2019
Salaires et avantages sociaux du personnel	791 663 \$	530 039 \$
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	83 457	58 710
Frais de bureau	52 035	48 247
	927 155 \$	636 996 \$

15. Versements aux organismes affiliés :

Les versements aux organismes affiliés sont des paiements versés aux Producteurs laitiers du Canada (PLC). Les PLC est une association nationale qui défend les droits du secteur laitier canadien. DFO est représenté sur son conseil d'administration et aide à soutenir ses activités. Dans l'exercice en cours, les apports de DFO ont été comptabilisés en tant que 1 150 000 \$ (1 141 676 \$ en 2019) en activité du fonds non affecté, 260 000 \$ (262 006 \$ en 2019) en activité du fonds de recherche et 5 855 000 \$ (5 476 333 \$ en 2019) en activité du fonds de marketing et de développement commercial.

16. Fonds de recherche :

- (a) Les frais de recherche sont restés inchangés à 0,050 \$ par hectolitre de lait commercialisé par DFO
- (b) Le solde du fonds de recherche à la fin de l'exercice comprend une affectation non dépensée de 85 383 \$ (64 491 \$ en 2019) provenant du fonds d'aménagement du terrain de Toronto Stock Yards. Ces fonds sont réservés à des fins de recherche et d'enseignement.

17. Engagements :

Au cours de l'exercice, DFO a conclu des engagements et des contrats de longue durée à l'appui de ses activités du fonds de marketing et de développement commercial et du fonds de recherche. Ces contrats se sont traduits par des engagements qui vont au-delà de l'exercice en cours de la façon suivante :

	2021	2022	2023	2024	2025
Contrats de marketing	2 907 771 \$	2 734 891 \$	1 541 872 \$	\$	\$
Engagements en matière de recherche	666 979 \$	476 534 \$	225 000 \$	\$	\$
	3 574 750 \$	3 211 425 \$	1 746 872 \$	\$	\$

18. Opérations entre apparentés :

DFO a investi dans Milk Utilization Verification (MUV) Inc., un organisme sans but lucratif sous contrôle conjoint. DFO et l'Ontario Dairy Council sont conjointement propriétaires du système MUV, une application Web utilisée par les transformateurs leur permettant de déclarer comment le lait qu'ils reçoivent de leurs offices de commercialisation est utilisé aux fins de facturation et de vérification. La contribution initiale a été comptabilisée à la valeur comptable nette de 45 948 \$ au 1^{er} novembre 2017. Au cours de l'exercice, des coûts nets de 85 802 \$ (44 234 \$ en 2019) ont été imputés au fonds non affecté et un montant de 552 483 \$ (434 948 \$ en 2019) est compris dans les comptes débiteurs à la fin de l'exercice en raison de MUV Inc.

19. Facilité de crédit :

La facilité de crédit de DFO reste inchangée à 35 millions de dollars, au taux préférentiel moins 0,8 % (taux préférentiel moins 0,8 % en 2019). La facilité de crédit n'a pas été utilisée au cours de l'exercice.

20. Dépenses imprévues :

DFO est de temps à autre impliqué dans des litiges, qui surviennent dans le cours normal des activités. Les passifs résultant des litiges sont comptabilisés dans les états financiers lorsque le résultat peut être raisonnablement déterminé.

En mars 2020, l'Organisation mondiale de la Santé a déclaré une pandémie mondiale en raison du nouveau coronavirus (« COVID-19 »). La situation ne cesse d'évoluer et les mesures prises ont une grande incidence sur les enjeux socioéconomiques. DFO continue ses activités conformément aux recommandations des autorités sanitaires publiques. Au 31 octobre 2020, DFO n'avait pas procédé à des ajustements importants visant à refléter les répercussions possibles à venir de la COVID-19. La direction surveille la situation de près et évalue l'incidence des conseils et règlements mis en œuvre par les instances médicales et gouvernementales à l'échelle du pays. À mesure que ces nouveaux renseignements devenaient accessibles, la direction a continué d'évaluer l'incidence sur les états financiers du 31 octobre 2020. À la date d'approbation des états financiers, la direction n'a pas déterminé d'événement qui aura une répercussion financière négative sur DFO.

21. Données comparatives :

Certains chiffres correspondants des exercices antérieurs ont été reclassés pour les rendre conformes à la présentation des états financiers adoptée pour l'exercice en cours.



RAPPORT DES PRODUCTEURS LAITIERS DU CANADA

2019-2020 NOUVEAUX FAITS SAILLANTS

Au cours du dernier exercice (2019-2020), de nombreuses difficultés ont mis les producteurs laitiers à l'épreuve, surtout en ce qui concerne la pandémie de COVID-19.

LE TRAVAIL PENDANT UNE PÉRIODE HORS DE L'ORDINAIRE : LA PANDÉMIE DE COVID-19

La pandémie a entraîné des variations soudaines et rapides de la demande pour le lait et les produits laitiers – d'une première période d'achat accéléré au début à une baisse de la demande générale lorsque les consommateurs ont adopté de nouvelles habitudes de consommation. S'adapter aux changements sur le plan de la demande et réorienter l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement d'un marché à l'autre a relevé du véritable exploit. Les producteurs laitiers canadiens savent s'adapter et grâce au système de gestion de l'offre du Canada, nous avons été en mesure de rééquilibrer la production avec rapidité et de manière coordonnée, et ce, tout en limitant les répercussions pour les producteurs laitiers. Notre secteur s'en est mieux tiré que de nombreux autres au sein de l'économie canadienne et dans d'autres pays où la gestion de l'offre n'existe pas, les répercussions pour les producteurs laitiers ont été beaucoup plus considérables.

Soutenir la population canadienne en ces temps difficiles

Ensemble, les producteurs laitiers des quatre coins du Canada ont fait don de plus de 10 millions de dollars en produits laitiers aux banques alimentaires pour soutenir les Canadiennes et Canadiens dans le besoin, et ce, en plus des contributions faites tout au long de l'année. Un don d'un million de dollars des PLC a été combiné aux contributions du gouvernement fédéral pour permettre à Banques alimentaires Canada d'acheter pour 3 millions de dollars de produits laitiers de qualité aux fins de distribution dans des collectivités de partout au pays, y compris dans le nord du Canada.

Atténuation des répercussions de la COVID-19

Les PLC ont collaboré avec DFO et d'autres organismes provinciaux, ainsi que d'autres intervenants comme les transformateurs et les détaillants, pour que les gouvernements fédéral et provinciaux désignent les fonctions et services fondamentaux du secteur laitier comme étant des services essentiels. De plus, on encourage le gouvernement à faciliter l'entrée de travailleurs temporaires de l'étranger pendant la pandémie, ce dont certaines fermes ont besoin. Nos efforts de plaidoirie ont porté fruit lorsque le gouvernement a adopté, à la mi-mai, des dispositions législatives visant à accroître la capacité d'emprunt de la Commission canadienne du lait de 300 M\$ à 500 M\$ ce qui aidera, au besoin, à aborder les perturbations du marché à venir en conséquence de la COVID-19.

Stimulation du marché

Par nos efforts novateurs en matière de commercialisation, dont la campagne opportune Ici pour vous, les PLC ont rassuré la population canadienne concernant les normes d'innocuité et de qualité qui régissent le lait et les produits laitiers canadiens.



Vu que les données indiquent que les Canadiennes et Canadiens cuisinent plus souvent à la maison, l'équipe nationale de nutrition des PLC a lancé la campagne Que du bon, qui indique les options saines et délicieuses découlant du fait de cuisiner avec des produits laitiers.



L'ÉVOLUTION FAÇONNÉE PAR LA CONNAISSANCE

Les épreuves de la dernière année aideront à guider notre évolution. L'industrie laitière de l'Ontario a travaillé ensemble pour renforcer les partenariats partout au Canada qui valorisent notre système spécialement conçu pour équilibrer les besoins du marché avec la production de lait de qualité.



De plus, les PLC ont appuyé le secteur assiégé des restaurants en participant à la campagne Jour canadien des mets à emporter (#Jourdesmetsàemporter) conjointement avec Restaurants Canada et d'autres partenaires principaux.



AUTRES DOMAINES D'ACTIVITÉ :

Un champion infatigable pour les producteurs laitiers

Avec l'aide de nos membres provinciaux et des producteurs des quatre coins du Canada, les PLC continuent leur plaidoirie à l'égard des principaux défis du secteur.

Bien que le secteur laitier ait obtenu le soutien de membres du Parlement pour que l'ACEUM (le nouvel accord commercial du Canada avec les États-Unis et le Mexique) entre en vigueur conjointement avec le début de l'année laitière, soit le 1er août, le gouvernement a inopinément ratifié l'accord pendant la pandémie, ce qui a donné une date d'entrée en vigueur plus tôt que ce qui était

prévu (le 1er juillet 2020). En conséquence de l'ACEUM et d'autres accords commerciaux, le Canada aura soustraité l'équivalent de 18 % de sa production laitière nationale à des pays étrangers d'ici 2024.

Les PLC, avec l'appui des producteurs laitiers, ont rappelé avec persistance au gouvernement l'importance de l'indemnisation pour les parts de marché perdues*. Nous avons argumenté que le solde dû aux producteurs laitiers au cours des sept prochaines années en vertu de l'AECG et du PTPGP doit être planifié et remis sous forme de paiements directs. Nous avons également été très actifs avec les politiciens de tous poils pour veiller à ce que le gouvernement honore son engagement à indemniser les familles des producteurs laitiers totalement et de manière équitable pour les concessions faites dans l'ACEUM. Cette plaidoirie a renouvelé l'engagement envers une indemnisation totale et équitable lors du discours du Trône de septembre et les PLC seront inflexibles pour ce qui est de s'assurer que le gouvernement tienne sa promesse.

Le gouvernement a annoncé des contingents tarifaires provisoires pour l'ACEUM à la suite de consultations avec l'industrie et les PLC pour établir la façon à laquelle on accorde l'accès à l'importation en vertu de l'ACEUM par catégorie de produit aux parties de la chaîne d'approvisionnement. La plupart de ces nouveaux contingents tarifaires ont été attribués aux transformateurs, de manière semblable à l'attribution des contingents tarifaires en vertu du PTPGP.

Les PLC ont continué à argumenter que les produits laitiers nutritifs doivent être exemptés des initiatives proposées par Santé Canada concernant l'étiquetage frontal et la commercialisation qui s'adresse aux enfants. Le gouvernement fédéral a assuré aux PLC qu'ils seront consultés lorsque ces enjeux iront de l'avant. Nous continuons d'argumenter que le gouvernement devrait considérer la meilleure science accessible, qui penche vers les grands avantages nutritifs et pour la santé des produits laitiers.

*Remarque: Au moment de l'impression, l'indemnisation pour 2020 n'a pas encore été annoncée, mais nous affichons un optimisme prudent qu'une annonce est imminente à propos de l'indemnisation de cette année.



Commercialisation : un consommateur plus éclairé

La consommation de produits laitiers, y compris la catégorie du lait de consommation, augmente d'une année à l'autre. Il est trop tôt pour savoir s'il s'agit d'une tendance temporaire provoquée uniquement par des changements sur le plan de la consommation en raison de la pandémie ou si cette hausse fait partie d'une tendance permanente déclenchée par la pandémie et accrue par des campagnes de commercialisation. Les activités nationales de commercialisation des PLC en 2019-2020 étaient axées sur les valeurs et pratiques avant-gardistes incarnées par les producteurs canadiens. Les PLC ont continué de miser sur la force du logo de la vache bleue et du programme proAction pour donner de l'information sur les avantages du lait canadien et neutraliser l'érosion des attitudes envers les produits laitiers. On a entrepris des campagnes telles que L'avenir laitier et Salut productrice laitière pour recadrer les produits laitiers dans l'esprit des milléniaux en soulignant les normes de production élevées, les innovations avant-gardistes et la gérance de l'environnement des producteurs. Nos campagnes étaient également conçues pour dissiper les mythes et les idées fausses qui influencent les décisions d'achat des consommateurs.

Effet du logo de la vache bleue



Le logo de la vache bleue continue sa tendance à la hausse. Plus de 8 200 produits laitiers affichent maintenant la vache bleue emblématique et près de 20 millions de Canadiennes et Canadiens sont maintenant familiers avec le logo. En matière de création d'une image de marque, on le reconnaît maintenant comme l'un des trois logos les plus influents du Canada selon Cohésion Stratégies.

Au début de 2020, Lactalis Canada, l'un des plus importants transformateurs au pays, a annoncé son intention d'inclure le logo de la vache bleue à ses produits fromagers phares fabriqués avec du lait canadien. Le logo de la vache bleue est également utilisé par certains des fournisseurs canadiens les plus influents dont Tim Hortons, Boston Pizza, Burger King et GoodFood. En juillet, Les Restaurants McDonald du Canada ont grossi les rangs de la famille de la vache bleue en l'affichant dans leurs promotions estivales de crème glacée.

Programme proAction : racontons notre histoire

En 2019-2020, le programme proAction a continué d'évoluer et de s'améliorer. On a lancé le nouveau module de biosécurité l'automne dernier, ce qui a ajouté un autre ensemble de bonnes pratiques visant à prévenir, réduire et éliminer l'introduction de maladies infectieuses dans nos fermes.

En partenariat avec Lactanet Canada, TracéLaitier a été lancé cet automne. Ce programme fournira, pour la première fois, un réel portrait pancanadien du mouvement des bovins laitiers. Les PLC ont travaillé toute l'année pour mieux informer les divers intervenants au sujet des mesures étendues entreprises avec les fermes en vertu du programme proAction, qui se veut le fondement des efforts de commercialisation et de plaidoirie des PLC et nous permet de parler avec confiance de nos engagements dans les domaines de la salubrité des aliments, de la viabilité et des soins animaliers.

Recherche : favoriser l'innovation

Les investissements continus des PLC dans la production laitière, la nutrition humaine et la recherche en santé procurent les données probantes scientifiques nécessaires pour favoriser l'innovation au sein du secteur et renforcer l'appui envers les produits laitiers parmi les consommateurs tout comme les décideurs politiques. Les constatations soutiennent l'élaboration de politiques, valident les exigences du programme proAction, améliorent les pratiques de gestion agricole et contribuent à consolider les avantages des produits laitiers sur le plan nutritionnel.

Nutrition : renforcer la compréhension du rôle des produits laitiers pour la santé humaine

L'équipe nationale de nutrition des PLC continue de garder les professionnels de la santé informés des nouvelles études et nouveaux outils de soutien qui renforcent le rôle des produits laitiers dans la promotion de la santé. Par le biais de symposiums, de nouvelles ressources, d'entrevues dans les médias et de diverses autres initiatives, les PLC restent une grande force pour ce qui est de sensibiliser la population concernant le rôle précieux des produits laitiers dans le maintien d'une bonne santé, en particulier pour des os solides et sains.

Pour accéder à la version complète du rapport annuel 2019-2020 des PLC publié en juillet, veuillez visiter : <https://dairyfarmersofcanada.ca/en/annual-report-2019-20>





OBJECTIFS ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES POUR 2021

Offrir une direction et l'excellence en matière de production et de commercialisation du lait canadien

Une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et florissante

Accroître l'attribution des quotas au P5 d'au moins 2,5 % par année

PRODUCTION

Harmoniser l'offre avec la demande

Passer en revue les politiques en matière de quotas pour accroître la gestion de la production

Accroître l'efficacité du système d'allocation du lait

Examiner d'autres modèles d'attribution des quotas à l'échelle nationale

FIXATION DES PRIX

Assurer un rendement équitable pour les producteurs efficaces

Déterminer les occasions offertes pour établir une structure de fixation des prix optimale

DEMANDE

Investir afin de préserver et faire évoluer le marché intérieur

Renforcer la gestion des frontières

Investir avec dynamisme pour accroître la consommation

Promouvoir l'innovation au sein du marché laitier

Améliorer la qualité et l'uniformité du lait à l'échelle des fermes

Recueillir le soutien du gouvernement par le biais de partenaires stratégiques

INTENDANCE

Nourrir et renforcer les collectivités

Sensibiliser les consommateurs en matière de nutrition laitière

Établir la confiance des consommateurs envers les producteurs et les pratiques agricoles

Promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de l'industrie

Devenir un intendant reconnu de la viabilité

EFFICACITÉ ORGANISATIONNELLE

Optimiser le rendement et l'efficacité

Favoriser des occasions de produire des chefs de file de l'industrie

Exécuter la stratégie de DFO en matière de relève. Examiner la saine gestion interne

Tirer parti de la technologie pour accroître la productivité et l'efficacité

Renforcer le système laitier canadien

Producteurs | Transformateurs | Consommateurs

Direction | Confiance | Respect | Intégrité | Travail d'équipe | Équité | Responsabilité



6780 Campobello Road
Mississauga, Ontario L5N 2L8

t: 905.821.8970 **e:** questions@milk.org