



# AU FAIT DE L'ACTION

## NOUVELLES DES PLC EN MARKETING & NUTRITION

### AVRIL-MAI 2014

- Campagne *Milk Every Moment* 2014
- Partenariat avec un olympien
- Les PLC au *Grocery Showcase West*
- Prix prestigieux pour Cows Creamery
- Nouveau concours de fromages canadiens
- Lancement de l'application Calculassiette
- Salon Maternité, Paternité, Enfants
- Les producteurs laitiers en vedette
- Nouveaux articles Fier ambassadeur
- Calendrier des activités

### Retour de la campagne *Milk Every Moment*

Après une première édition réussie en 2013, la campagne *Milk Every Moment* est de retour en 2014. Elle comprend de nouvelles annonces publicitaires télévisées, du contenu en ligne et dans les réseaux sociaux et des activités promotionnelles en magasin. La campagne nationale (excluant le Québec), un partenariat entre les PLC, BC Dairy Association, Alberta Milk, SaskMilk et Dairy Farmers of Manitoba, vise à entretenir et augmenter la consommation de lait chez les familles canadiennes.

Pour y arriver, la campagne rappelle aux consommateurs que le lait est tout indiqué pour accompagner leurs mets favoris. Trois nouvelles publicités télévisées de 30 sec. et 15 sec. seront diffusées à compter du 19 mai sur des chaînes conventionnelles et spécialisées. La campagne rejoindra les consommateurs en ligne à l'aide de contenu publicitaire et éditorial, incluant des bannières, du contenu dans les médias sociaux et le site web **MilkEveryMoment.ca**.

Enfin, la campagne rejoindra les consommateurs au supermarché avec des activités promotionnelles dans plusieurs grandes bannières à travers le pays, incluant Loblaws, Metro, Sobeys, Food Basics et Safeway. La promotion mettra de l'avant de délicieuses combinaisons lait-aliment afin de favoriser une hausse des ventes de lait.

**Objectif :** Créer de nouvelles occasions de consommation du lait comme boisson chez les Canadiens d'âge adulte, particulièrement les femmes.

**Période :** De janvier à décembre 2014.



Visuel préliminaire de la campagne.

## Un olympien vante les mérites du lait au chocolat

Dans le cadre de la campagne *Recharge with Milk* 2014 en Ontario et dans les Maritimes, les PLC ont lancé un concours intitulé *Recharge Rewards*. Le concours encourage la consommation de lait au chocolat comme boisson de récupération dans le cadre des séances d'entraînement quotidiennes des Canadiens. En plus de prix hebdomadaires, comme du lait au chocolat, des inscriptions à des marathons et des vêtements et accessoires de course, les participants courent la chance de remporter un formidable grand prix d'une valeur de 10 000 \$. Ce prix comprend : un voyage toutes dépenses payées pour deux personnes au marathon Mississauga (ON) ou au marathon Blue Nose (N.-É.), de nouveaux vêtements et accessoires de course, un approvisionnement en lait au chocolat et surtout, un programme d'entraînement personnalisé de 12 semaines créé par le triathlète et athlète olympique canadien bien connu Simon Whitfield.

Afin de faire connaître le concours et de renforcer l'habitude de consommer du lait au chocolat après l'exercice, M. Whitfield a effectué une tournée des médias durant une semaine à la fin du mois d'avril dans le sud-ouest de l'Ontario ainsi qu'à Toronto,



Simon auprès de l'animatrice Lianne Laing de CTV Ottawa.

Ottawa et Halifax. Il a accordé des entrevues à la télévision, à la radio et aux journaux. Durant la tournée, le médaillé d'or a partagé ses propres habitudes d'entraînement, incluant ses étirements avant et après-course, ses techniques de course et ses habitudes alimentaires, qui comprennent, bien sûr, du lait au chocolat!

Les Canadiens vivant en Ontario et dans les Maritimes ont jusqu'au 25 mai pour participer au concours. Il leur suffit de partager leurs habitudes d'entraînement dans les médias sociaux Instagram et Twitter à l'aide du mot-clic #RwMrewards. Pour en savoir plus sur ce concours, visiter [RechargeWithMilk.ca](http://RechargeWithMilk.ca).

## Les PLC appuient les fromagers canadiens au Grocery Showcase West

Pour la quatrième année consécutive, les PLC ont participé au salon commercial *Grocery Showcase West*, organisé par la Fédération canadienne des épiciers indépendants, les 6 et 7 avril derniers à Vancouver. Cet événement est largement reconnu comme le plus important en matière de développement des affaires auprès de l'industrie des détaillants alimentaires de l'Ouest canadien. S'y retrouvent détaillants, acheteurs et décideurs de partout au Canada qui souhaitent développer leur marché dans l'ouest du pays.



### Grocery Showcase West (suite)

Les PLC y ont tenu un kiosque Lait 100% canadien où deux distributeurs et douze transformateurs ont eu l'occasion de faire l'étalage de leurs divers produits et d'en offrir en dégustation aux représentants des épicerie indépendantes de l'ouest canadien. Ce type d'événement permet aux PLC d'appuyer les producteurs et les distributeurs de fromages canadiens qui n'auraient pas autrement les ressources financières pour y prendre part. Il s'agit d'une excellente occasion pour eux de faire connaître leurs produits et d'élargir leur réseau professionnel. Le salon accueille chaque année environ 2000 délégués et 350 exposants.

### Un fromager canadien remporte un prix prestigieux

Le fabricant Cows Creamery, de l'Île-du-Prince-Édouard, peut ajouter un autre prix à sa collection de récompenses. Le gagnant de la catégorie *Cheddar vieilli* du Grand Prix des Fromages Canadiens 2013 a remporté la première place dans deux catégories lors du prestigieux *World Championship Cheese Competition*, qui a eu lieu au Wisconsin (É.-U.), en mars dernier.

Le fromager a remporté les honneurs dans les catégories *Smoked Hard Cheese* et *Cheddar Aged 1 to 2 Years*, avec ses fromages *Applewood Smoked Cheddar* et *Extra Old Cheddar*, respectivement. Enchanté de la bonne nouvelle, le maître-fromager Armand Bernard a souligné qu'il s'agissait là « d'un grand honneur que nous partageons avec tous ceux qui nous ont aidés à donner à nos fromages une visibilité internationale ». Il a ajouté que « chez Cows Creamery, nous sommes une famille composée d'individus dévoués qui travaillent fort pour produire les meilleurs produits possible, et nous avons du plaisir à le faire! ».



Le maître-fromager Armand Bernard avec ses deux fromages gagnants.



Marie-Claude Harvey, de Fromagerie FX Pichet, avec le trophée *Fromage d'exception*.

### Les PLC commanditent un nouveau concours de fromages

Une nouvelle compétition pour les fromages canadiens a été créée afin d'élire les meilleurs fromages produits au Canada et faits de lait de vache, de chèvre, de mouton et de buffle des Indes. Les fromages ne doivent contenir ni colorants et saveurs artificiels, ni agents de conservation, ni substances laitières modifiées. Selon les organisateurs, le concours a été créé afin d'offrir aux fromages canadiens encore plus de visibilité, en raison notamment du climat actuel relativement au commerce international.

Les PLC ont participé à titre de commanditaire « Or » et présentateurs du prix « Meilleur fromage de lait de vache », qui comprenait un trophée et un prix en argent de 2 500 \$. C'est Quality Cheese, de Vaughan, en Ontario, qui a remporté les honneurs dans cette catégorie avec son fromage *Bella Casara Mascarpone*. Le grand prix du concours, nommé « Fromage d'exception », a été remis au fromage *Le Baluchon*, un fromage de lait de vache dont l'emballage affiche le symbole Lait 100% canadien!

## Calculer les portions grâce à l'application *Calculassiette*

Dans le cadre de l'édition 2014 de la campagne *Consommez assez*, les PCL ont lancé une nouvelle application pour aider les Canadiens à calculer leurs portions quotidiennes des quatre groupes alimentaires du *Guide alimentaire canadien*. Nommée *Calculassiette*, l'application peut être téléchargée gratuitement sur un téléphone intelligent. En fonction de l'âge, du sexe et de l'alimentation hebdomadaire de l'individu, l'application recommande des recettes et fournit des conseils et astuces pour l'aider à mener une vie saine. Il suffit d'indiquer chaque jour le nombre de portions consommées par groupe alimentaire; on peut ensuite choisir à quel moment partager ses progrès avec sa famille et ses amis.



## L'Application *Calculassiette*

Découvrez si vous consommez assez de ce dont vous avez besoin chaque jour.



De plus, les PLC feront un don d'un dollar (1 \$), au nom du participant, pour chaque journée de suivi des portions, jusqu'à concurrence de 50 000 \$ par organisme. Les dons seront remis à l'un des organismes suivants, au choix du participant : la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC, Ostéoporose Canada et l'Association canadienne du cancer colorectal. L'application peut être téléchargée dans AppStore et GooglePlay.

Par ailleurs, l'édition 2014 de la campagne nationale *Consommez assez* a été lancée le 14 avril dernier. La campagne mise sur une variété d'outils de communication incluant des publicités à la télévision, dans les magazines et sur Internet, des intégrations en ligne et à la télévision, des capsules vidéo éducatives sur CBC et Radio-Canada et des promotions en magasin (août et septembre). On encourage les consommateurs à obtenir les portions recommandées de lait et de produits laitiers du *Guide alimentaire canadien*. En outre, une campagne nationale de relations médias sera déployée au mois de mai avec la participation des diététistes Sue Mah et Hélène Laurendeau. Elles parleront aux Canadiens de l'influence des choix alimentaires quotidiens sur la santé.

## Parler nutrition au Salon Maternité Paternité Enfants

Cette exposition est une occasion formidable d'éduquer et d'informer les parents sur le rôle essentiel des produits laitiers dans leur alimentation et leur santé en général, et celle de leurs enfants. L'équipe des diététistes des PLC a participé à l'édition 2014 du Salon, qui s'est déroulée à Montréal (avril) et à Québec (mai).

Les diététistes y avaient un kiosque permettant d'informer les futurs et nouveaux parents sur la nutrition et de répondre à leurs questions. Ce fut également un moment privilégié pour présenter aux visiteurs les ressources de l'équipe de nutrition.



## Les producteurs laitiers en vedette dans une nouvelle campagne

Les PLC ont lancé une nouvelle campagne nationale afin de continuer à renforcer la confiance des consommateurs envers les produits laitiers affichant le symbole Lait 100 % canadien. La campagne met l'accent sur l'engagement des producteurs laitiers canadiens envers la production d'un lait de qualité supérieure. Pour ce faire, un nouveau site web a été lancé au mois de mars, [laitcanadien.ca](http://laitcanadien.ca), qui présente six vidéos mettant en vedette des producteurs laitiers de diverses régions du pays. Chaque vidéo aborde un sujet différent, incluant la santé des vaches, les normes de salubrité, la responsabilité, la réglementation stricte, la qualité et l'innovation.



Le site web souligne la qualité du lait canadien et comprend des liens vers la campagne *100 bonnes raisons*. Les PLC ont également produit une nouvelle annonce publicitaire télévisée qui sera diffusée sur les grandes stations de télévision à compter de juin (automne au Québec). La campagne comprendra également des publicités en ligne et des promotions en magasin durant l'année. Une promotion nationale a été lancée au début du mois d'avril et des publicités ont été affichées dans plus de 1 200 supermarchés à travers le pays. Au mois de mai, des promotions auront lieu dans certains magasins Longo's et Loblaws. D'autres activités seront annoncées cet automne.

**Objectif :** Appuyer et augmenter la consommation de produits laitiers faits de lait 100 % canadien.

**Période :** Mars à novembre 2014. **Cible :** Canadiens d'âge adulte, particulièrement les femmes avec enfants.

## Nouveaux articles *Fier ambassadeur*

À la demande générale, les PLC ont ajouté deux nouveaux articles\* à leur programme d'affichage *Fier ambassadeur* : un autocollant tout usage, et une bannière pour clôture. Ces articles comportent les mots *Proud Producer* ainsi que le symbole Lait 100 % canadien. Il est possible de commander les articles en ligne, sur [DairyFarmers.ca/Proud](http://DairyFarmers.ca/Proud). Aidez-nous à rehausser la visibilité du lait canadien de qualité en affichant des articles *Fier ambassadeur* sur votre ferme, et envoyez-nous une photo — nous serions très heureux de voir de quelle manière vous affichez votre fierté d'ambassadeur!

\*Actuellement offerts en anglais seulement.

## Calendrier des activités

Ouest du Canada		Ontario		Maritimes	
Eat! Vancouver Show, 30 mai-1er juin (C.-B.)	AYNIC	Triathlon MultiSport, Woodstock, 25 mai	RWM	BlueNose Marathon & Expo 16-18 mai (N.-É.)	RWM
Okanagan Spring Wine Festival, 1- 11 mai (C.-B.)	AYNIC	VISA Infinite Dining Series (plusieurs dates)	AYNIC	PEI New Festival of Wines, 23-25 mai (Î.-P.-É.)	AYNIC
VISA Infinite Dining Series (plusieurs dates) (C.-B.+Alb.)	AYNIC			Downhome Lifestyle Show 23-25 mai (T.-N.-L.)	AYNIC

AYNIC : *All You Need is Cheese*

RWM : *Recharge with Milk*

