



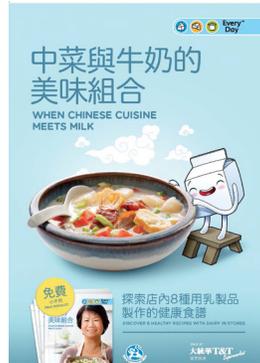
# AU FAIT DE L'ACTION

## NOUVELLES DES PLC EN MARKETING & NUTRITION

### JUIN 2014

- Campagne multiculturelle
- Une fête dans la rue avec AYNIC Magazine
- Calculassiette
- De la ferme à la table
- Recettes pour célébrer le Canada
- Randonnées à vélo
- Programme Camps de jour
- Bouchées d'information
- Calendrier des activités

### Des plats multiculturels avec une touche canadienne



Le 2 juin, les PLC ont lancé une campagne multiculturelle visant à promouvoir les produits laitiers auprès de la population croissante de Canadiens d'origine ethnique. La campagne est axée sur les communautés chinoises et asiatiques du sud, puisqu'elles représentent les plus importants groupes ethniques au Canada.

La première partie de la campagne cible les Canadiens d'origine chinoise, car leur consommation de produits laitiers est inférieure à celle de la population en général. La campagne a pour but d'éduquer les Canadiens d'origine chinoise sur les bienfaits santé, les variétés et les saveurs des produits laitiers canadiens, en plus de leur montrer comment ces aliments peuvent facilement être intégrés à la cuisine chinoise. Jusqu'au 6 juillet, de la publicité sera diffusée en magasin, et des dégustations de recettes auront lieu dans 22 épicerie T&T à Toronto, Vancouver, Calgary et Edmonton. Les épicerie T&T vendent principalement des aliments chinois et asiatiques. Un livret de recettes rédigé en chinois et en anglais qui met en valeur huit plats chinois incorporant des produits laitiers canadiens ainsi qu'un dépliant sur les mythes entourant ces aliments sont distribués dans les épicerie. Cette campagne inclut également des annonces dans les journaux et des publicités radio en chinois, des panneaux-réclames extérieurs, de la sollicitation par la poste de même qu'une campagne de presse mettant en vedette la chef Stephanie Yuen. La chef Yuen démontrera comment le fait d'ajouter des produits laitiers peut rehausser la saveur et accroître la valeur nutritionnelle des plats d'origine chinoise.

La deuxième partie de la campagne, qui débutera en octobre, ciblera les Asiatiques du sud et sera axée sur la publicité et les promotions en magasin.

**Objectifs :** Augmenter la consommation de produits laitiers canadiens au sein des populations multiculturelles et éduquer les communautés multiculturelles sur les bienfaits (les caractéristiques clés [ex. le goût, le côté pratique] et les valeurs nutritionnelles) des produits laitiers canadiens (les produits laitiers de type ethnique et de type non ethnique)

**Cible :** Les communautés chinoises et asiatiques du sud

**Marchés :** Toronto, Edmonton, Calgary et Vancouver



Envoyez-moi vos commentaires et suggestions!  
François Guignard - [francois.guignard@dfc-plc.ca](mailto:francois.guignard@dfc-plc.ca)

## AYNIC : Une fête dans la rue

Dans le numéro estival du magazine AYNIC, les lecteurs sont invités à profiter des savoureuses tentations de l'été, des cantines roulantes et des aliments servis lors des festivals. Ce numéro présente 13 recettes inspirées par cette expérience gustative « plaisir sous le soleil », qui permettra aux lecteurs de passer instantanément en mode vacances. Les lecteurs apprécieront également notre section « amateurs de fromage », mettant en vedette Sue Riedl, journaliste, blogueuse et ambassadrice du fromage.

D'autres articles comprennent une sélection de recettes fromagées pour les cocktails, des idées de repas simples à base de fromage Havarti canadien ainsi qu'une présentation des héros du fromage Juan Martinez et Ernesto Restrepo de l'entreprise Grandpa's Dairy Produce Inc. située à Mississauga, en Ontario.

On encourage les consommateurs, sur la couverture arrière du magazine AYNIC, à participer au Professional Mac & Cheese Taster Wanted Contest pour courir la chance de devenir le 4<sup>e</sup> juge du concours, en compagnie de célébrités du monde culinaire, lors du *Grate Canadian Cheese Cook-Off*, qui se tiendra à Toronto, le 27 août prochain. Nous avons lancé aux chefs Dave Bohati (Alb.) et Andrew Farrell (N.-É.) et aux foodies Kevin Durkee (Ont.) et Bal Arneson (C.-B.), le défi de se mesurer les uns aux autres en créant leur propre recette de macaroni au fromage à l'aide de fromages produits par un fromager local.

Allez à [allyouneedischeese.ca/magazine](http://allyouneedischeese.ca/magazine) pour vous abonner au magazine (non offert aux résidents du Québec).



## Les Canadiens adorent l'application Calculassiette



Les propriétaires de téléphones intelligents utilisent l'application *Calculassiette* et ça paraît : en date du 27 juin, un total de 66 102 \$ a été remis à la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC, à l'Association canadienne du cancer colorectal et à Ostéoporose Canada. L'application *Calculassiette* est un outil de suivi interactif et amusant qui permet de calculer les portions quotidiennes de chacun des quatre groupes alimentaires du Guide alimentaire canadien qu'une personne consomme. Afin de les aider à adopter un mode de vie plus sain, l'application recommande des recettes aux utilisateurs et leur offre des conseils sur la nutrition en se basant sur leur âge, leur sexe et leur alimentation hebdomadaire. Les utilisateurs peuvent également faire part de leurs progrès à leurs amis et aux membres de leur famille.



## De la ferme à la table

Les Producteurs laitiers du Canada ont créé en 2009 le programme *De la ferme à la table* dans le but d'éduquer les familles urbaines sur la vie à la ferme, la transformation des produits laitiers et la façon dont le lait passe de la ferme à la table. Chaque année, de mai à octobre, des enfants de tout âge des Maritimes et de l'Ontario peuvent faire l'expérience des activités quotidiennes des producteurs de lait. L'an dernier, 320 000 personnes ont rencontré l'équipe de l'expérience De la ferme à la table.



Cet événement éducatif et unique mettant en vedette nul autre que Moonica est un succès incontestable auprès des enfants. Les familles peuvent interagir avec Moonica, une vache mécanique



grandeur réelle, qui rend le processus amusant et interactif. L'équipe de De la ferme à la table invite les enfants à « traire » la vache et leur remet un autocollant ainsi qu'une feuille à colorier éducative et divertissante. Non seulement les enfants s'amuse-t-ils à traire Moonica, mais les parents peuvent également visionner une courte vidéo sur les étapes de la production laitière et la vie à la ferme.

Afin de garantir le succès du programme, chaque équipe de l'expérience De la ferme à la table est composée de trois membres, dont au moins un a grandi sur une ferme.

Par ailleurs, les équipes assistent chaque année à une formation sur une ferme afin de mieux comprendre le quotidien d'un producteur de lait, les soins qu'il apporte aux animaux et la façon dont le lait passe de la ferme à la table. Le mois dernier, les membres des équipes ont été accueillis par la famille Wensink, dans leurs Hoenhorst Farms. Allez à la page [plaisirlaitiers.ca/fermealatable](http://plaisirlaitiers.ca/fermealatable) pour vérifier à quel moment Moonica sera de passage dans votre région!

## Célébrez le Canada en mordant dans ces gâteries estivales



Les Producteurs laitiers du Canada ont ajouté deux nouvelles recettes à leur banque de recettes : le sandwich à la crème glacée à l'érable et les s'mores à la banane et au fromage à la crème. Ces recettes ont été présentées en juin aux journalistes et blogueurs culinaires du Canada anglais afin de promouvoir le plaisir de cuisiner avec des produits laitiers. La recette de sandwich à la crème glacée à l'érable montre une manière différente d'apprêter un régal canadien des plus classiques, alors que les s'mores à la banane et au fromage à la crème sont une version plus rafraîchissante et fruitée que les traditionnels s'mores des feux de camp.

Vous pouvez trouver ces recettes en ligne au [plaisirlaitiers.ca](http://plaisirlaitiers.ca).

## Randonnées à vélo



Pour une deuxième année consécutive, l'équipe des diététistes des PLC est le commanditaire principal du Grand Vélo du cœur, une collecte de fonds organisée par la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC. Activité de collecte essentielle aux résultats impressionnants et qui connaît un énorme succès depuis de nombreuses années, le Grand Vélo du cœur continue de soulever l'enthousiasme des organismes communautaires, des entreprises et des groupes partout au pays. Cette année, plus de 600 événements ont lieu partout au pays d'avril à octobre.

L'équipe des diététistes des PLC participe à 10 événements tout au long de la saison. Afin de promouvoir le rôle des produits laitiers dans l'adoption d'habitudes alimentaires saines, des événements ont été sélectionnés en raison

des activités spéciales qu'ils proposent aux consommateurs. Lors de ces activités, les participants recevront du lait après leur randonnée à vélo et auront la chance de parler à une diététiste.

### Voici un aperçu des événements qui auront lieu au cours des prochaines semaines :

<b>Colombie-Britannique</b>	26 juin	<b>Victoria</b>	Espace vert, au coin de Menzies et Superior, coin nord-ouest
<b>Alberta</b>	28 et 29 août	<b>Calgary</b>	Eau Claire Market – 200 Barclay Parade SW
<b>Ontario</b>	12 août	<b>Guelph</b>	East Side Mario's – 370 Stone Road West
	21 août	<b>Toronto</b>	Royal Bank Plaza – coin Bay et Wellington
<b>Nouvelle-Écosse</b>	20 août	<b>Halifax</b>	Victoria Park, Spring Garden et South Park Street

Si vous êtes dans le coin, venez rendre visite à notre équipe de diététistes en action!

## TagTik : Un jeu alliant saine alimentation, courses et stratégies!



Le projet camp de jour est de retour cette année pour une neuvième année consécutive! L'équipe des diététistes des PLC collabore avec les conseils régionaux des Producteurs de lait des dix régions participantes (Beauce, Centre-du-Québec, Estrie, Lanaudière, Mauricie, Outaouais-Laurentides, Saint-Hyacinthe, Québec, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Saint-Jean-sur-Richelieu et Salaberry-de-Valleyfield) pour déployer le projet. Ce dernier propose aux camps de jour de ces régions des activités éducatives et ludiques animées par des étudiants en nutrition. Environ 25 000 jeunes de 4 à 12 ans seront ainsi sensibilisés au cours de l'été au plaisir et à l'importance d'une saine alimentation, comprenant entre autres la consommation quotidienne de légumes, de fruits et de produits laitiers.

L'édition 2014, intitulée TagTik, comprend un jeu de courses et de stratégies lié à l'alimentation ainsi qu'une activité culinaire, permettant aux jeunes d'exploiter leurs habiletés culinaire en cuisinant

leur propre collation, composée de yogourt à la vanille, de fromage Cottage et de bleuets.



## Bouchées d'information : Nouvel outil pour les intervenants du milieu communautaire

Afin de les soutenir dans la réalisation d'activités relatives à l'alimentation, les intervenants du milieu communautaire pourront bientôt commander gratuitement un outil de référence développé selon leurs besoins par l'équipe des diététistes des PLC. Comme le milieu communautaire réunit plusieurs groupes dont les réalités et les besoins diffèrent, ce nouvel outil comprendra quatre feuillets distincts, abordant les sujets suivants:

- L'alimentation des enfants de 1 à 12 ans
- L'alimentation pendant la grossesse
- Un panier d'épicerie à petit prix
- Les cuisines collectives

Ces feuillets, regroupés dans une pochette, présentent des notions théoriques sur l'alimentation accompagnées d'activités pratiques et concrètes. Les produits laitiers y sont présentés comme faisant partie d'une saine alimentation et des astuces pour les intégrer au quotidien sont données.

### Calendrier des activités

<b>Ouest canadien</b>		<b>Ontario</b>	
Westerner Days Fair & Exposition, du 16 au 20 juil. (Alb.)	AYNIC	Triathlon multisport, le 6 juil. (Ont.)	RWM
		Triathlon multisport, les 12 et 13 juil. (Gravenhurst, Ont.)	RWM
		Triathlon multisport, le 19 juil. (Belwood, Ont.)	RWM
		Championnats canadiens de vélo de montagne, le 20 juil. (Bala, Ont.)	RWM
		Triathlon multisport, le 27 juil. (Bala, Ont.)	RWM

**RWM : Recharge With Milk**

**AYNIC : All You Need is Cheese**

