



AU FAIT DE L'ACTION

NOUVELLES DES PLC EN MARKETING & NUTRITION

JULLET - AOÛT 2014

Une vision pour l'avenir

- Une vision pour l'avenir
- Festival Cheese Rolling
- Campagne sud-asiatique
- Consommez assez
- Magazine d'automne aynic
- Vraie crème et petits fruits
- Gunn's Hill Artisan Cheese remporte un prix
- Loblaw et le lait 100% canadien
- Partenariats des PLC
- Calendrier des activités



Ian MacDonald, directeur national du marketing et de la nutrition des PLC, a présenté un plan stratégique quinquennal lors de l'assemblée générale annuelle des PLC, qui s'est tenue à Fredericton, au Nouveau-Brunswick, le 16 juillet dernier. Le plan révèle les possibilités et menaces en ce qui a trait aux produits laitiers. Les collations santé, la teneur en protéines des aliments et les aliments fonctionnels naturels demeurent d'importantes tendances du marché à exploiter. En revanche, l'essor des substituts des produits laitiers et des boissons énergisantes, et la préoccupation grandissante au sujet de

la teneur en sucre des aliments peuvent avoir une influence négative sur la consommation de produits laitiers, et ces questions doivent être abordées. Le positionnement des produits laitiers comme aliments essentiels d'un mode de vie sain est crucial. À cet égard, les recherches récentes sur les bienfaits pour la santé des matières grasses du lait et sa densité nutritionnelle présentent de nombreuses occasions. Les partenariats avec des transformateurs, des détaillants, des exploitants en hôtellerie et en restauration de même que des associations des milieux du sport, de la santé et du bien-être font également partie de la stratégie visant à encourager et à accroître la consommation de produits laitiers.

Les représentants des PLC ont suggéré que davantage de détails sur les mesures prévues dans le plan soient communiqués dans les provinces avant le vote final lors de la prochaine Conférence sur la politique laitière en février 2015.

Le Festival Cheese Rolling est de retour!

La septième édition du *Canadian Cheese Rolling Festival* se déroulera le 16 août, à Whistler, en C.-B. L'événement est un franc succès parmi les amateurs de fromage canadien. L'objectif principal du festival consiste à présenter et à promouvoir les produits diversifiés des artisans de fromage de partout au pays. Le festival met en vedette des courses au fromage, un concours de costumes et des activités pour toute la famille.

Une meule de 11 livres de fromage Cheddar Courtenay, produit par le fromager Natural Pastures, dévalera la pente pendant que des amateurs de fromage enthousiastes et ambitieux essaieront de l'atteindre et de la saisir. Le vainqueur sera le premier à atteindre le bas de la colline. Les gagnants ont le privilège de ramener la gigantesque meule tant convoitée de délicieux fromage canadien à la maison, en plus de remporter un abonnement saisonnier de ski pour deux personnes à Whistler.

Les enfants de tous âges peuvent participer aux activités amusantes du festival, entre autres un marché de fromages qui propose une foule de savoureuses dégustations de fromage fait de lait 100 % canadien. En juillet, les Producteurs laitiers du Canada ont également conclu un partenariat avec Sobeys à l'échelle nationale et MarketPlace IGA en Colombie-Britannique afin d'offrir des promotions en magasin et de lancer un concours. Pour de plus amples détails, visitez le cheeserolling.ca (en anglais seulement).



Envoyez-moi vos commentaires et suggestions!
François Guignard - francois.guignard@dfc-plc.ca

Des plats sud-asiatiques avec une touche de produits laitiers

La deuxième partie de la campagne multiculturelle sera bientôt lancée. Cette campagne, qui vise à promouvoir les produits laitiers auprès de la population d'Asie du Sud, sera axée sur la publicité et les promotions en magasin.

Puisque les Asiatiques du sud consomment déjà une bonne quantité de produits laitiers, mais ajoutent moins de fromage à leur recette, il est tout de même judicieux de leur offrir des dégustations puisqu'ils connaissent moins certains de ces produits.

Du 6 octobre au 2 novembre, de la publicité sera présentée dans 25 épicerie sud-asiatiques de la grande région de Toronto. De plus, des échantillons de recettes et des livrets seront distribués dans certains de ces supermarchés. Les PLC ont également établi un partenariat avec AB World Foods (les produits Patak) afin d'assurer une présence dans la section multiculturelle de certaines épicerie, entre autres Loblaws, Fortinos, FreshCo, Food Basics et Walmart.

Bal Arneson, connue partout dans le monde pour son émission *Spice Goddess (Déesse des épices)*, est une illustre auteure et pédagogue de même qu'une inconditionnelle de la cuisine saine et simple inspirée de l'Inde. Grâce à sept nouvelles recettes, Bal montrera comment l'ajout de fromage peut rehausser la saveur et la valeur nutritive des plats de l'Asie du Sud.



Consommez assez aujourd'hui pour une meilleure santé demain



La campagne Consommez assez bat son plein grâce à des promotions en magasin partout en Ontario. De la publicité en magasin est présentée dans les épicerie Sobeys depuis le 11 août et ce, jusqu'au 7 septembre, et les consommateurs pourront profiter de démonstrations en magasin les 23, 24, 30 et 31 août. La même campagne se déroulera dans les supermarchés Loblaws, Real Canadian Superstore et Fortinos du 8 septembre au 5 octobre, et les démonstrations auront lieu les 13, 14, 27 et 28 septembre. Des diététistes seront sur place pour informer les consommateurs sur le nombre de portions quotidiennes recommandées et la taille des portions de lait, de fromage et de yogourt suggérée par le *Guide alimentaire canadien*.

De plus, elles discuteront des bienfaits pour la santé des produits laitiers afin d'inciter les gens à augmenter leur consommation quotidienne. De pair avec des représentants, elles proposeront également aux consommateurs des dégustations de boissons fouettées à base de lait et de yogourt.

Venez visiter notre équipe de diététistes en action dans un supermarché près de chez vous!

Numéro d'automne du magazine *aynic*

Les PLC lanceront le 28 août « Delicious tradition », le plus récent numéro du magazine *all you need is cheese*. Ce numéro fusionne la passion pour la cuisine à l'amour de la famille et montre aux lecteurs comment créer un festin saisonnier qui rassemblera toute la famille autour de délicieux plats d'inspiration italienne.

Cette édition présente des ingrédients saisonniers de même que de l'information sur les fromages canadiens. Les lecteurs sont invités à découvrir la simplicité de 12 classiques italiens revisités et à s'inspirer de l'amour pour les fromages d'Allison Spurrell, copropriétaire des [amis du FROMAGE](#), à Vancouver. Également en vedette, nos quatre meilleurs trucs pour cuisiner rapidement avec la Mozzarella canadienne, une description inspirante de la Buratta canadienne, des renseignements sur la valeur nutritive, des conseils pour tirer le meilleur parti du déjeuner et plus encore.

Les lecteurs prendront également plaisir à parcourir six pages de délicieuses recettes de macaroni au fromage. Celles-ci ont été proposées par des chefs et foodies ayant participé au concours *Qui fait le meilleur macaroni au fromage au Canada?* dans le cadre de la troisième édition du Grate Canadian Cheese Cook-Off qui aura lieu le 27 août lors de l'[Exposition nationale canadienne](#) à Toronto. Les recettes ont été évaluées par deux blogueurs canadiens, un chef et le gagnant du concours *Dégustateur professionnel de macaroni au fromage recherché!*. Le panel a examiné la saveur, la texture, la créativité et la présentation des recettes.

Visitez le allyouneedischeese.ca/magazine pour vous abonner gratuitement au magazine (non offert aux résidents du Québec).



De la crème véritable et des petits fruits frais



Des recettes qui combinent des petits fruits saisonniers et de la crème véritable faite de lait 100 % canadien sont maintenant présentées dans le site Web anydaymagic.ca des PLC. PLC se sont associés avec la BC Dairy Association, Alberta Milk, SaskMilk et les Producteurs laitiers du Manitoba pour demander à quatre chefs canadiens de créer de nouvelles recettes. Les chefs Michael Allemeier de Calgary, Devan Rajkumar de Toronto, Julian Bond de Vancouver et Richard Julien d'Halifax, ont chacun mis au point deux recettes.

Le site regroupe également le [Great Cream Challenge](#) mettant en vedette chaque mois un groupe de trois blogueurs culinaires qui inventent des recettes thématiques à base de crème véritable. Les trois blogueurs culinaires vedettes du mois de juillet ont créé des recettes de soupes froides. Le concours se poursuit tout au long de l'année 2014 au anydaymagic.ca.

Recette de petits gâteaux-surprises aux fraises et à la crème créée par le chef Julian Bond.



Envoyez-moi vos commentaires et suggestions!
François Guignard - francois.guignard@dfc-plc.ca

Gunn's Hill Artisan Cheese a remporté le Prix jeune entrepreneur BDC 2014

En juin dernier, BDC a annoncé dans un [communiqué de presse](#) que les Canadiens se sont prononcés en faveur du projet [Champions du fromage](#) soumis par Shep Ysselstein, propriétaire de [Gunn's Hill Artisan Cheese](#) (Woodstock, Ontario). Des centaines de candidats de partout au Canada ont soumis des vidéos présentant comment ils se serviraient des 100 000 \$ pour faire passer leur entreprise à un niveau supérieur. Shep a été sélectionné à titre de finaliste pour représenter l'Ontario lors de la finale du prestigieux concours.

Le public a été invité à visionner chacune des vidéos et à voter pour la candidate ou le candidat qu'il croyait être le meilleur jeune entrepreneur du Canada. Shep a su conserver la première place pendant les deux semaines de vote, pour finalement remporter le Grand prix.

Le projet de Shep consiste à ajouter à sa fromagerie une annexe d'affinage à température contrôlée de 185 mètres carrés en vue de doubler la capacité de production annuelle et de la faire passer à 60 000 kg. L'entreprise doit investir dans cet agrandissement pour être en mesure de répondre à la vive demande des consommateurs, des épiceries et des boutiques spécialisées de l'Ontario pour ses fromages de qualité. « [Gagner le Prix jeune entrepreneur BDC](#) signifie beaucoup pour notre entreprise et l'économie laitière locale,



affirme Shep. Nous sommes emballés par l'extraordinaire soutien du public, et je remercie tous ceux qui ont voté pour nous. Je tiens également à remercier BDC d'avoir créé ce concours, qui incite les entrepreneurs à se pencher sérieusement sur leurs activités et à élaborer des projets concrets qui en favoriseront la croissance. »

Félicitations à Shep pour cette réalisation !

Loblaw et le lait 100 % canadien

Dans le cadre de la campagne « Lait 100 % canadien » 2014, les PLC, en partenariat avec les bannières Loblaw de l'Ontario, des provinces de l'Atlantique et de l'Ouest du pays, ont fait vivre aux consommateurs une promotion en magasin les 27, 28 et 29 juin. Un kiosque spécialement décoré pour l'occasion, qui présentait un livret de recettes et d'informations, une affiche, un chevalet et l'uniforme mettant en vedette la marque Lait 100 % canadien, était tenu par deux ambassadeurs de la marque dans chaque magasin. Les deux ambassadeurs se promenaient tour à tour dans les rayons des charcuteries, des fromages, des produits surgelés et des produits laitiers et interagissaient avec les consommateurs afin de les renseigner sur le symbole Lait 100 % canadien. Les consommateurs ont émis des commentaires très positifs au sujet de l'activité. Ils ont de plus indiqué reconnaître le symbole et apprécier les livrets de recettes. Voici quelques exemples de commentaires entendus : « Je connais très bien ce symbole; j'essaie le plus possible d'acheter pour ma famille des produits laitiers qui affichent ce logo! » (consommatrice de 45 ans), « J'adore ces livrets... J'ai essayé quelques-unes des recettes et elles font maintenant partie de celles que je prépare régulièrement! » (consommateur de 55 ans). L'activité en magasin sera présentée à nouveau cet automne dans les épiceries Metro et Sobeys.



Envoyez-moi vos commentaires et suggestions!
François Guignard - francois.guignard@dfc-plc.ca

Partenariats stratégiques des PLC

Négocier des partenariats avec des transformateurs, des détaillants, des exploitants en hôtellerie et en restauration de même que des associations des milieux du sport, de la santé et du bien-être, demeure une stratégie par excellence des PLC pour encourager et accroître la consommation de produits laitiers. Ces alliances offrent aux PLC une visibilité accrue et demeurent des leviers essentiels dans nos efforts de marketing pour la promotion de produits laitiers faits de lait 100 % canadien. Ces partenariats sont bénéfiques de part et d'autre. Ils permettent à nos partenaires d'utiliser le symbole et, par le fait même, d'associer leur menu ou leurs produits avec du lait canadien de haute qualité permettant du même coup d'assurer à leur clientèle qu'ils encouragent la nourriture locale et nutritive. Il s'agit d'ailleurs d'une forte demande de la part des consommateurs canadiens. De l'autre côté, ces partenariats ajoutent une crédibilité et une visibilité au symbole à travers LE pays, et même au-delà. Ils permettent aussi aux PLC de rejoindre des groupes multiculturels qui consomment moins de produits laitiers canadiens et de démontrer la versatilité des produits laitiers et le plaisir à les déguster.



Calendrier des activités

Ouest du Canada		Ontario		Maritimes	
Festival des vins, 9 - 14 août, Vancouver, C-B	aynic	Can Fit Pro (Éducation), 9 août Toronto, Ont.	RWM	Fall Flavours Festival, 11-14 sept., I-P-É	aynic
Festival Cheese Rolling, 16 août, Whistler, C-B	aynic	Multi-Sport (Endurance), 9-10 août, Bracebrige, Ont.	RWM		
Big Bike (Nutrition), 27-28 août, Calgary, Alb.	Get Enough	Rugby Ontario (Endurance), 16 août, Ottawa, Ont.	RWM		
		Two Wheels (Endurance), 17 août, Midland, Ont.	RWM		
		Triathlon Multi-Sport (Endurance), 23-24 août, Toronto, Ont.	RWM		
		Canadian National Exhibition, 15 août - 1 sept., Toronto, Ont.	aynic		
		Triathlon Multi-Sport (Endurance), 6-7 sept., Wasaga, Ont.	RWM		

RWM: Recharge with Milk
aynic: All You Need is Cheese



Envoyez-moi vos commentaires et suggestions!
François Guignard - francois.guignard@dfc-plc.ca