



# AU FAIT DE L'ACTION

## NOUVELLES DES PLC EN MARKETING & NUTRITION

### SEPTEMBRE 2014

- [Petit-déjeuner à la ferme](#)
- [Encourager les familles à cuisiner ensemble](#)
- [Résultats Calculassiette](#)
- [Grand Prix des produits nouveaux](#)
- [Pour l'amour du fromage](#)
- [Le lait : compagnon idéal](#)
- [DFC et Tim Hortons](#)
- [Partenariats DFC](#)
- [Calendrier des événements](#)

### *Petit-déjeuner à la ferme*



Chaque année, Farm & Food Care Ontario organise l'événement *Breakfast on the Farm*. Cette année, les commanditaires principaux étaient les Producteurs laitiers du Canada, les Egg Farmers of Ontario et les Dairy Farmers of Ontario. Cette activité familiale offre aux visiteurs un aperçu de ce qu'est l'agriculture.

Cette année, le petit-déjeuner s'est tenu au cours du long week-end d'août et était organisé par la famille Wert, aux Stanlee Farms (une ferme laitière située à Avonmore, en Ontario). L'événement a connu un succès retentissant! Un total de 140 bénévoles ayant l'agriculture à cœur ont servi un petit-déjeuner 100 % ontarien à 2 300 visiteurs. De plus, les participants ont été renseignés sur l'agriculture et les aliments, particulièrement sur la production laitière, de même que sur le rôle que joue l'agriculture dans notre économie et notre communauté.

Voici les conclusions issues d'un sondage auquel 100 personnes ont répondu avant et après l'événement :

- 64 % des répondants avaient une image positive de l'agriculture à leur arrivée; ce pourcentage est passé à 85 % au moment de quitter le site;
- 94 % des visiteurs participeraient à l'activité *Breakfast on the Farm* à nouveau;
- 56 % aimeraient en apprendre davantage sur l'agriculture;
- L'expérience globale a obtenu une note de 4,9/5.

[Cliquez ici](#) pour en savoir plus sur l'activité *Breakfast on the Farm*! Le prochain événement aura lieu le 4 octobre.



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

## Campagne vidéo pour encourager les familles à cuisiner ensemble



En août 2014, l'équipe Nutrition de l'Ontario a lancé une nouvelle campagne vidéo dans le cadre de son programme *Family Kitchen (FK)*, qui vise à promouvoir les compétences alimentaires chez les jeunes Ontariens. L'initiative FK a été mise au point pour compléter les programmes de nutrition à l'école des Producteurs laitiers du Canada (PLC) et de permettre aux parents d'aider leurs enfants à bien manger à la maison. Développer sa capacité à cuisiner diminue la dépendance aux

aliments préparés et prêts à manger, qui remplacent souvent des aliments à teneur plus élevée en éléments nutritifs comme le lait et les produits laitiers.

La campagne vidéo de FK comprend des vidéos de type documentaire et deux messages d'intérêt public. Chaque vidéo documentaire présente une famille où les enfants participent à la cuisine, montrant comment les parents peuvent inciter leurs jeunes à cuisiner. Ces vidéos sont présentement diffusées sous forme de messages publicitaires en ligne, en plus d'être promues au [FamilyKitchen.ca](http://FamilyKitchen.ca). Des activités dans les médias sociaux sont également utilisées pour promouvoir le site Web et les vidéos. De plus, une partie de ces vidéos a été employée pour créer des messages d'intérêt public (MIP) de 30 secondes mettant en vedette des enfants qui expliquent pourquoi ils aiment passer du temps dans la cuisine et décrivent ce qu'ils en retirent.

Depuis son lancement, les PLC ont reçu des commentaires très positifs à l'égard de la campagne de sensibilisation vidéo. De nombreux parents ont visité YouTube afin de visionner les vidéos, et on a observé une hausse substantielle du trafic dans le site Web et les médias sociaux. Un sondage mené auprès des visiteurs du site Web de FK montre que la campagne rejoint l'auditoire cible, qui consulte nos recettes et outils. Par ailleurs, puisque les recettes constituent une ressource recherchée pour cuisiner avec les enfants, en plus d'être un moteur de trafic sur le site Web, neuf nouvelles recettes ont été créées et ajoutées au [FamilyKitchen.ca](http://FamilyKitchen.ca).

En plus de la campagne vidéo, l'équipe Nutrition mettra sur sa relation de longue date avec les enseignants de l'Ontario pour atteindre les familles. En effet, à partir de septembre, des signets conçus pour les agendas scolaires seront distribués aux enseignants et à leurs élèves lors des séances de formation sur la nutrition à l'intention des enseignants offertes par les PLC. Ces signets promouvoir l'importance de la participation des enfants dans la cuisine et

## Résultats de l'application Calculassiette

L'application Calculassiette a déjà aidé plus de 65 000 personnes à faire le suivi de leur alimentation. Par ailleurs, nous avons atteint notre objectif! En effet, nous avons amassé 50 000 \$ pour la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC du Canada! Un total de 100 000 \$ a été amassé jusqu'à maintenant pour les trois causes. Vérifiez si vous avez une alimentation équilibrée et aidez Ostéoporose Canada

et l'Association canadienne du cancer colorectal à atteindre eux aussi leur objectif! Essayez l'application! Faites le suivi de vos portions quotidiennes pour chacun des groupes alimentaires recommandés par le Guide alimentaire canadien en visitant le <http://store.apple.com/ca> pour les appareils mobiles Apple ou <https://play.google.com/store> pour Android.



## Grand Prix des produits nouveaux

Depuis de nombreuses années, les PLC sont l'un des principaux commanditaires du *Grand Prix canadien des produits nouveaux*.

Le concours, organisé par le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD), salue l'excellence dans 26 catégories de produits alimentaires, de produits non alimentaires et de marques maison. Les participants représentent des marques nationales et régionales de même que des marques maison, et les PLC sont présents afin de remettre quelques-uns des prix, particulièrement dans la catégorie Produits laitiers.

Cette année, la soirée de gala, qui s'est tenue le 4 juin dans le but d'honorer les produits de l'année civile 2013, a été encore plus excitante. En effet, c'est l'entreprise Finica Food Specialties Limited qui a remporté le prix de la catégorie Produits laitiers pour son produit Zerto mozzarella fraîche pré-tranchée, un fromage fabriqué par Quality Cheese qui arbore fièrement notre symbole Lait 100 % canadien.

La récompense la plus convoitée de la soirée, remise à la fin du gala par la présidente et chef de la direction du CCCD, est le prestigieux prix Produit tout canadien, et devinez quoi : c'est Finica Food Specialties Limited qui a été nommée grande gagnante, pour le même produit! La soirée s'est révélée très emballante pour le symbole 100 % Lait Canadien !

Vous pouvez consulter la liste complète des nouveaux produits gagnants au <http://www.storeconference.ca/awards/grand-prix-awards-gala>.



Gilles M. Deschênes (PLC), Rachel Rawson (Aliments Finica), Albert Borgo (Quality Cheese) et Sabrina Paquette (PLC)

## Une réunion à l'occasion du Grate Canadian Cheese Cook-Off

Quatre grands chefs et amateurs de cuisine ont participé à l'édition 2014 du *Grate Canadian Cheese Cook-Off*, qui s'est déroulée le 27 août dernier durant l'Exposition nationale canadienne de Toronto. Les chefs Andrew Farrell et Dave Bohati de même que les experts en cuisine Bal Arneson et Kevin Durkee ont préparé devant de nombreux amateurs de fromage leur recette de macaroni au fromage. Wally Smith, président des PLC, a beaucoup aimé l'événement : « Le Grate Canadian Cheese Cook-Off représente une autre façon fantastique d'illustrer la polyvalence et la qualité des fromages canadiens. Il s'agit également d'une autre occasion de présenter les bienfaits des produits laitiers faits à partir de Lait 100 % canadien. Durant la compétition, j'ai eu la chance d'observer quatre remarquables chefs et amateurs de cuisine créer leur propre recette de macaroni au fromage en utilisant des produits d'un fromager local. De mon siège, je ne doutais pas qu'ils étaient tous de fiers ambassadeurs, et j'ai la certitude que les consommateurs canadiens apprécieront ces recettes qui leur mettront l'eau à la bouche. »

Les recettes ont été évaluées lors de l'événement par un jury formé de quatre membres; la note accordée était basée sur les saveurs, les textures, la créativité et la présentation des plats. Le chef Andrew Farrell, originaire de la Nouvelle-Écosse, a été couronné grand gagnant grâce à sa délicieuse recette de macaroni au fromage aux légumes verts croquants, qui comprenait 4 fromages de la fromagerie That Dutchman's Farm. Pour en savoir plus sur l'événement et consulter les recettes, visitez le [allyouneedischeese.ca/cookoff](http://allyouneedischeese.ca/cookoff) (en anglais seulement).



## Le lait : compagnon idéal



Le 7 août dernier, la *Strategic Milk Alliance (SMA)* a lancé une nouvelle série Web culinaire intitulée *Snack Masters*. Les divers épisodes mettent en vedette certains des plus grands chefs du Canada alors qu'ils préparent leurs recettes favorites qui se marient bien avec le lait. Les chefs, notamment Vikram Vij, Trevor Bird et Connie DeSousa, ont partagé avec l'animatrice et chef Kyla Eaglesham des recettes appétissantes, qu'ils recommandent d'accompagner d'un verre de lait froid.

Vous trouverez la série dans le site Web de la campagne, au [www.milkeverymoment.ca](http://www.milkeverymoment.ca). Dix-neuf accords mets et lait, créés par 15 chefs de six villes canadiennes, y sont présentés. La série regroupe six catégories d'accords mets et lait :

aliments épicés, beurre d'arachide, fromage, gâteau, sandwichs et biscuits. Jusqu'à la mi-octobre, l'une de ces catégories sera lancée toutes les deux semaines.

La série *Snack Masters* est soutenue par de la publicité par grande annonce, des annonces de 15 secondes diffusées avant les vidéos, de la publicité sociale et la création de communautés. Par ailleurs, la série fait l'objet d'un partenariat avec l'émission *Steven and Chris*, présentée sur la chaîne CBC. Ce partenariat inclut un segment culinaire sur les accords mets et lait le 26 septembre 2014 et une bande-annonce de 30 secondes diffusée au [www.cbc.ca](http://www.cbc.ca).

## Les PLC et le 50e anniversaire de Tim Hortons

Les PLC continuent de prospérer grâce aux partenariats solides qu'ils entretiennent avec des entreprises canadiennes de l'industrie de l'alimentation et des services alimentaires. À cet égard, les PLC ont participé à l'événement soulignant le 50<sup>e</sup> anniversaire de Tim Hortons, qui s'est déroulé à Toronto du 16 au 20 juillet. Plus de 3 500 personnes ont assisté aux célébrations, y compris des propriétaires de restaurants, des membres de l'équipe du siège social, des fournisseurs et des invités. Sur le site, les PLC ont présenté une exposition interactive mettant en vedette Moonica, la vache mécanique grandeur nature qui peut être traite, pour promouvoir l'importance de la production laitière canadienne. Leur participation à l'événement a permis aux PLC de souligner le rôle essentiel que jouent la crème, le fromage et les produits laitiers dans le café, les boissons et les aliments de Tim Hortons. Les PLC ont également fourni des renseignements documentés de manière à dissiper les mythes entourant les pratiques canadiennes de production laitière. Agropur, Parmalat et Saputo étaient également sur place pour présenter et tester des concepts d'application de services alimentaires relatifs aux produits laitiers qui pourraient être utilisés prochainement dans les Tim Hortons.



Wally Smith, président des PLC, a accueilli Marc Caira, président et chef de la direction de Tim Hortons et David Clanachan, directeur de l'exploitation de Tim Hortons, sur sa ferme plus tôt cette année et a ajouté : « Un partenariat avec une entreprise novatrice bien établie comme Tim Hortons représente une occasion formidable pour les PLC de renforcer le rôle important que joue l'industrie laitière pour soutenir des pratiques locales durables pour l'ensemble des consommateurs canadiens. »

## Partenariats DFC

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. Les annonces publicitaires des magazines suivants sont des exemples de partenariat que nous avons signés avec des transformateurs et magazines spécialisés dans l'industrie du service alimentaire afin d'encourager la promotion de produits laitiers faits avec du lait de qualité supérieure. Mary Breedon, directrice marketing de Chapman, a dit lors d'une entrevue consacrée au magazine *L'Alimentation* que, depuis 1973, Chapman n'a jamais réduit ses standards de qualité. Elle a ajouté que leurs produits sont, et seront toujours, faits de lait 100 % canadien. Une publicité mettant en vedette du fromage feta purement canadien dans le cadre de la campagne AYNIC a été publiée au mois d'août dans le magazine côte-est canadien *SALTSCAPES*. D'autres initiatives publicitaires illustrant parfaitement le partenariat qu'entretiennent les PLC et ses partenaires seront publiées dans le numéro d'octobre. Soyez à l'affût !



## Calendrier des activités

West		Ontario		Maritimes	
Fraser Valley Food Show – 3-5 oct., C-B	AYNIC	Wine Festival – 19-28 sept., Chutes Niagara, Ont.	AYNIC	Endurance - Marathon Î-P-É – 19 oct., Charlottetown, Î-P-É	RWM
Rocky Wine & Food Show – 17-18 oct., Calgary, Alb.	AYNIC	Endurance - Triathlon Multi-Sport Triathlon – 21 sept., Niagara, Ont.	RWM		
		Endurance - Two Wheel Racing – Horseshoe – 21 sept., Resort, Ont.	RWM		
		Endurance - Maratthon County – 5 oct., Wellington, Ont.	RWM		
		Delicious Food Show - 17-19 oct., Ont.	AYNIC		

