

COMMUNICATIONS ET VIE SYNDICALE

Communications and Union Support



La Direction communications et vie syndicale assume la responsabilité des communications internes et externes de la Fédération, et elle coordonne et réalise des activités de formation et de vie syndicale. Son rôle l'amène à collaborer étroitement avec les autres directions et avec les élus pour les soutenir et les conseiller dans ces domaines.

La production de la revue *Le producteur de lait québécois* constitue un des principaux mandats de la direction sur le plan de la communication avec les producteurs. Notre magazine a célébré ses 25 ans en 2005. Il a fait peau neuve en septembre, avec une toute nouvelle présentation, et a amorcé la publication d'une série de dossiers sur l'avenir pour souligner son quart de siècle. Nous continuons d'être associés au PATLQ pour la publication de son rapport annuel de production, en mai, à titre de numéro spécial de la revue.

Par ailleurs, nous assumons la préparation du rapport annuel de la Fédération, en collaboration avec les autres directions. Nous produisons aussi une brochure corporative sur la mise en marché collective et la gestion de l'offre qui en fait valoir les bénéfices pour les producteurs, leurs partenaires et l'ensemble de la société. Nous rédigeons une lettre hebdomadaire, *LAITB'DO*, pour les administrateurs et les secrétaires des syndicats régionaux, afin de les tenir au fait de l'évolution des dossiers de la Fédération.

Nous produisons six fois par année *LAIT'XCLUSIF*, un bulletin d'information destiné aux élus provinciaux et fédéraux du Québec, à des partenaires de la Fédération et à des journalistes qui couvrent notre secteur.

Sur le plan des relations avec les médias, nous sommes appelés à répondre aux demandes des journalistes, à préparer des communiqués et à organiser, le cas échéant, des activités de presse. La direction participe à un groupe national de veille médiatique des enjeux touchant la production laitière et les produits laitiers. Ce groupe s'occupe aussi de la mise à jour d'un protocole de gestion de crise.

Nous contribuons activement à la promotion de la profession. Pour l'opération « portes ouvertes » de l'Union des producteurs agricoles (UPA), nous avons produit du matériel à l'intention des fermes laitières qui accueillent le public et nous avons été présents à l'activité de Longueuil avec la Direction marketing de la Fédération. Nous avons collaboré avec le Syndicat des producteurs de lait de Saint-Jean-Valleyfield à la réalisation d'une vidéo présentant les diverses étapes de la production de lait à la ferme, destinée aux élèves des écoles primaires. Nous participons aussi au Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation.

Les dossiers chauds en 2005

Les dossiers de l'importation non contrôlée d'ingrédients laitiers au Canada et des négociations agricoles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont particulièrement sollicité le personnel de la direction en ce qui concerne la mobilisation des producteurs, les communications externes et les relations gouvernementales.

Nous avons coordonné, en avril et en mai, une campagne de relations publiques et de lobbying pour sensibiliser la population et les élus à l'impact négatif pour les producteurs de lait des importations d'ingrédients laitiers – concentrés de protéines laitières et huiles de beurre sucrées – pour la plupart largement subventionnés. L'opération « poches », qui consistait à dresser des frontières symboliques de poches de poudre de lait écrémé devant des édifices fédéraux et à en livrer aux 75 députés fédéraux du Québec, a illustré l'impact concret de ces importations sur les producteurs. Un site Internet a été conçu pour donner de l'information au grand public et permettre aux consommateurs d'appuyer les producteurs par l'envoi de courriels aux responsables politiques du dossier. En juin, ces pressions ont conduit le ministre fédéral de l'Agriculture d'alors, à proposer une série de mesures pour corriger ce problème, mesures qui n'ont pu toutefois être menées à terme en raison de la chute du gouvernement libéral en novembre.

Nous avons continué de coordonner les activités de relations publiques de GO5 Coalition pour un modèle agricole équitable, la gestion de l'offre et collaboré activement avec nos partenaires – l'UPA et les autres groupes sous gestion de l'offre – aux différents volets de la stratégie GO5. Soulignons, entre autres, dans ce dossier la mise en œuvre d'une campagne de recrutement qui nous a permis d'augmenter le *membership* de quelque 20 000 membres à 30 000. Nous avons aussi travaillé à accroître nos appuis importants. De nouvelles personnalités et organisations nous ont accordé leur soutien. Le 23 octobre, à quelques semaines de la conférence ministérielle de l'OMC, à Hong Kong, une marche et un rassemblement de solidarité ont réuni à Montréal plus de 1000 représentants de la coalition sur le thème « D'abord nourrir notre monde ». Des personnalités prestigieuses de l'agriculture et de la société civile québécoise, canadienne et internationale ont témoigné leur appui à notre modèle, sur place et dans une vidéo que nous avons réalisée pour l'occasion.

En marge de notre assemblée générale spéciale, nous avons obtenu l'adoption par l'Assemblée nationale du Québec, le 16 novembre, d'une nouvelle motion d'appui à la gestion de l'offre. Quatre autres assemblées législatives provinciales ont adopté des motions similaires et, point culminant de cette campagne, la Chambre des communes adoptait à l'unanimité une motion présentée en ce sens par le Bloc québécois le 22 novembre, quelques jours avant le déclenchement des élections. Finalement, nous avons coordonné des activités de relations avec les médias et de communications internes en marge de la conférence de l'OMC à Hong Kong.

Ces deux grands dossiers ont aussi nécessité la production, par la direction, de documents d'information ainsi que la mise à jour de deux sites Internet : www.laitequitable.ca et www.go5quebec.ca.

Nous demeurons responsables du contenu du site Internet de la Fédération et répondons aux demandes d'information des internautes qui nous visitent. Nous assurons aussi la communication avec les producteurs qui fréquentent le site extranet et nous nous occupons de la mise à jour et de l'ajout de contenu dans ce site.

Sur le plan de la formation et de la vie syndicale, la direction a tenu, comme tous les ans, une session de formation de deux jours pour les nouveaux administrateurs des syndicats régionaux. De plus, nous nous sommes assurés de la mise à jour du matériel utilisé en région pour la formation donnée aux nouveaux producteurs sur leur système de mise en marché du lait. Nous sommes également responsables de l'organisation et de la tenue de réunions régulières avec les secrétaires des syndicats sur des dossiers pertinents à leur fonction.

La direction a la charge de la préparation de la journée annuelle de réflexion des délégués qui se tient à l'automne et collabore étroitement avec la Direction générale à la préparation des assemblées générales de la Fédération.

The Communications and Union Support Department is responsible for the Federation's internal and external communications. It also coordinates and conducts training and union support activities. In this role, it cooperates closely with other Departments and with the elected officers, offering support and advice in these areas.

Production of *Le producteur de lait québécois* magazine is one of the Department's principal tasks in its role of communicating with producers. Our magazine celebrated its 25th anniversary in 2005. It underwent a facelift in September with an entirely new presentation, and began publishing a series of features on the future to mark its quarter century. We continued to be associated with the PATLQ for the publication of its Annual Report, in May, as a special issue of the magazine.

In addition, we handle the preparation of the Federation's Annual Report, in cooperation with the other Departments. We also produced a corporate pamphlet explaining the collective milk marketing and supply management system and the benefits it gives producers, their partners, and society as a whole. To keep the directors and secretaries of the regional syndicates informed of developments in Federation projects, we produce a weekly newsletter, *LAITB'DO*.

The Department also produces *LAIT'XCLUSIF*, a newsletter published six times a year, for provincial and federal elected representatives from Quebec, as well as Federation partners and journalists who cover the dairy industry.

On the media relations front, the Department is called upon to respond to requests from journalists, prepare press releases and, when necessary, organize media events. We also participate in a national media alert group on dairy production and product issues. This group is also responsible for updating the crisis-management protocol. The Department contributes actively to promoting the farming profession. To assist in the preparation of the UPA's Open House Day, we produced material for the dairy host farms and were present at the event in Longueuil with the Federation's Marketing Department. We cooperated on the production of a video with the Syndicat des producteurs de lait de la région de Saint-Jean-Valleyfield (Saint-Jean-Valleyfield milk producers' syndicate) describing the various phases in producing milk at the farm, intended for elementary school children. We also take part in the Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation every year.

HOT ISSUES IN 2005

The uncontrolled importation of milk ingredients into Canada and the World Trade Organization (WTO) agricultural negotiations are the issues that took up most of the Department's time in terms of producer mobilization, external communications and government relations. In April and May, we coordinated a public relations and lobbying campaign to raise the awareness of the public and our elected representatives about the negative impact on dairy farmers of the importation of milk ingredients – milk protein concentrates and butteroil blends – most of which are heavily subsidized.

The "skim milk" operation, which consisted in erecting symbolic borders made from bags of skim milk powder in front of federal buildings and delivering a bag to each of Quebec's 75 federal Members of Parliament, illustrated the concrete impact of these imports on producers. A Web site was created to provide information to the general public and enable consumers to support producers by sending e-mail messages to the political authorities responsible for this issue. In June, the pressure tactics prompted then federal Agriculture Minister to propose a series of measures to correct the problem. However, these measures could not be implemented because of the defeat of the Liberal government in November.

We continued to coordinate the public relations activities of the GO5 Coalition for a Fair Farming Model, Supply Management, and cooperated closely with our Union des producteurs agricoles (UPA) partners and other supply management groups in implementing the various sections of the GO5 strategy. In particular, we should mention the implementation of a recruiting campaign, which enabled us to increase the number of Coalition members from 20,000 to 30,000. Efforts were also made to increase visible support, and new personalities and organizations came onboard. On October 23, a few days before the Ministerial Conference in Hong Kong, a solidarity march and rally brought some 1,000 representatives of the Coalition together in Montreal under the theme "Feed our own people first." Prestigious members of the agricultural community and Quebec, Canadian and international public figures expressed their support for our model during the event and via a video produced for the occasion.

On November 16, at the same time as our Special General Meeting, the Quebec National Assembly adopted a new motion of support for supply management. Four other provincial legislative assemblies adopted similar motions and – the high point of this campaign – the House of Commons unanimously adopted a motion in this vein, presented by the Bloc québécois on November 22, a few days before a general election was called. Lastly, we coordinated media relations activities and internal communications in the lead-up to the WTO Conference in Hong Kong.

To further address these two major issues, the Department also produced information documents and updated two Internet sites: www.laitequitable.ca and www.go5quebec.ca.

The Department continues to be responsible for the content on the Federation's corporate Web site and for replying to requests for information from site visitors. It also handles communications with the producers who visit the Extranet site, updates the site and adds content.

In the area of training and union support activities, the Department held a two-day training session, as it does every year, for the new directors of regional syndicates. In addition, we updated the material used in the regions to train new producers on the milk marketing system. We are also responsible for organizing and holding regular meetings with the secretaries of the syndicates on issues related to their duties. The Department is in charge of preparing the annual delegates' Discussion Day held in the fall, and works closely with General Management in organizing the Federation's General Meetings.