

COMMUNICATIONS ET VIE SYNDICALE

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.

Magazine et bulletins d'information

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. La direction continue d'être associée à Valacta pour la publication de son rapport annuel de production, en mai, à titre de numéro spécial de la revue. Par ailleurs, la direction assume la préparation du rapport annuel de la Fédération, en collaboration avec les autres directions. Elle produit également une brochure 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. La direction rédige 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.

Six fois par année, la direction produit *LAITXCLUSIF*, un bulletin d'information destiné aux élus provinciaux et fédéraux du Québec, à des partenaires de la Fédération ainsi qu'à des journalistes qui couvrent le secteur de la production laitière.

Relations avec les médias

Sur le plan des relations avec les médias, la direction répond aux demandes des journalistes, prépare des communiqués et organise, le cas échéant, des activités de presse. La direction participe à un groupe national de gestion des enjeux touchant la production laitière et les produits laitiers. Ce groupe, en plus d'assurer une veille médiatique de ces enjeux, s'occupe aussi de la mise à jour d'un protocole de gestion de crise.

Promotion de la profession

La direction contribue activement à la promotion de la profession. Pour l'opération «portes ouvertes» de l'Union des producteurs agricoles (UPA), du matériel a été produit à l'intention des fermes laitières qui ont accueilli le public. La Fédération a également collaboré avec l'UPA et la Fédération régionale de Saint-Hyacinthe au projet pilote Camp d'un jour en agriculture, destiné aux élèves de 5^e année du primaire. En janvier, la Fédération a participé au Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation à titre de commanditaire principal.

Le Migneron de Charlevoix Québec

Type: Pâte demi-ferme

Fabricant: La Maison d'affinage
Maurice Dufour



Type: Semi-firm cheese

Manufacturer: La Maison d'affinage
Maurice Dufour

Les dossiers chauds en 2006

La direction a 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 les partenaires de la Fédération – l'UPA et les autres groupes sous gestion de l'offre – aux différents volets de la stratégie GO5. Les négociations agricoles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont continué de mobiliser les ressources pour les activités de communications externes. En juin, une rencontre des principaux partenaires de la coalition GO5 a été organisée pour faire le point sur l'état des négociations en prévision du conseil général de juillet où les parties espéraient toujours conclure un accord. L'échec de cette conférence et l'annonce d'une pause dans les négociations ont été reçus avec soulagement par les membres de la coalition. Des communiqués ont été publiés pour faire connaître les positions et les réactions de la coalition et de la Fédération à chacune de ces occasions.

Le dossier prioritaire de la première moitié de l'année a été celui des importations non contrôlées de concentrés de protéines laitières, pour la plupart largement subventionnées. De février à juin, la direction a coordonné une vaste campagne de relations publiques et gouvernementales afin de sensibiliser ses partenaires, les médias, la population et particulièrement les politiciens à l'impact négatif de ces importations pour les producteurs de lait. Pour appuyer la Fédération dans ses démarches auprès du gouvernement fédéral, les transformateurs ont été invités à signer un formulaire d'appui. La Fédération a obtenu 64 signatures, soit plus de 67 % de ses partenaires.

La liste des appuis a été rendue publique à l'occasion de l'assemblée générale annuelle de la Fédération, en avril, et a été publiée dans le site Internet www.laitequitable.ca, destiné à sensibiliser et à informer les consommateurs à cette problématique. En avril, dans le cadre d'une opération de sensibilisation des consommateurs, des tracts ont été distribués devant quelque 70 supermarchés au Québec et une publicité a été diffusée dans tous les quotidiens québécois, mettant en vedette les cheddars québécois sans concentrés importés ajoutés. À compter de mai, un mouvement de manifestations surprises a été amorcé devant des usines d'entraînes qui n'appuyaient pas la démarche de la Fédération.

Tous ces moyens de pression ont toutefois été suspendus à compter de juin à la suite de l'acceptation par Les Producteurs laitiers du Canada d'un processus de négociation avec les transformateurs en présence d'un médiateur. À la fin de l'année, nous étions toujours dans l'attente d'une décision ministérielle dans ce dossier.

Internet

La direction demeure responsable du contenu du site Internet de la Fédération www.lait.org et répond aux demandes d'information des internautes. La direction assure aussi la communication avec les producteurs qui fréquentent le site extranet et s'occupe de la mise à jour et de l'ajout de contenu dans ce site. Les dossiers de l'OMC et des importations de concentrés de protéines ont nécessité la mise à jour et la gestion de deux microsites Internet: www.laitequitable.ca et www.go5quebec.ca.

Communications and Union Support

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.

MAGAZINE AND INFORMATION NEWSLETTERS

Production of *Le producteur de lait québécois* magazine is one of the Department's principal tasks in its role of communicating with producers. The Department continued to be associated with Valacta for the publication of its Annual Report, in May, as a special issue of the magazine. In addition, the Department prepares the Federation's Annual Report, in cooperation with the other Departments. A pamphlet is produced every year explaining the collective milk marketing and supply management system

and its benefits to producers, their partners, and society as a whole. To keep the directors and secretaries of the regional syndicates informed of developments in Federation projects, the Department produces a weekly newsletter, *LAIT'BO*.

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.

MEDIA RELATIONS

On the media relations front, the Department responds to requests from journalists, prepares news releases and, when necessary, organizes media events. We also participate in a national management group on dairy production and dairy product issues. In addition to monitoring media coverage on these issues, this group is also responsible for updating the crisis-management protocol.

PROMOTION OF THE PROFESSION

The Department contributes actively to promoting the farming profession. To assist in the preparation of the Union des producteurs agricoles (UPA) Open House Day, material was produced for the dairy host farms. The Federation also cooperated with the UPA and the Saint-Hyacinthe regional Federation in the Camp d'un jour en agriculture pilot projet, intended for Grade 5 elementary school students. In January, the Federation took part in the Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation as major sponsor.

HOT ISSUES IN 2006

The Department continued to coordinate the public relations activities of the GO5 Coalition for a Fair Farming Model, Supply Management, and cooperated closely with the Federation's partners – the UPA and other supply management groups – in implementing the various sections of the GO5 strategy.

Planification stratégique

En juillet, le conseil d'administration de la Fédération a décidé de relancer le processus de planification stratégique amorcé en 2002. Les administrateurs ont jugé que la pause dans les négociations de l'OMC et la tenue, en 2007, des audiences de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois justifiaient de définir avec les producteurs de lait une vision d'avenir du secteur et d'élaborer un plan d'action stratégique pour la réaliser. La direction a planifié, de concert avec la Direction générale, une démarche de réflexion et de consultation, et produit des outils, notamment une vidéo et des guides d'animation et de secrétariat, pour préparer et animer les réunions avec la base. Une session de réflexion de deux jours a été organisée pour un conseil d'administration élargi, en septembre, avec la participation de conférenciers extérieurs à l'organisation. La journée de réflexion des délégués, dont la direction avait la charge en collaboration avec la Direction générale, a aussi été consacrée à ce thème afin de réfléchir avec les 150 délégués et de les préparer à la consultation des producteurs.

Formation et vie syndicale

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, la direction s'est assurée 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. La direction est également responsable de l'organisation et de la tenue de réunions régulières avec les secrétaires des syndicats sur des dossiers pertinents à leur fonction.

Enfin, la direction collabore étroitement avec la Direction générale à la préparation des assemblées générales de la Fédération.

The preparation of external communication activities related to the World Trade Organization (WTO) agricultural negotiations continued to take up a good deal of our staff's time. In June, a meeting was held with the G05 Coalition's main partners to review the status of the negotiations prior to the July General Council meeting where the parties still hoped to reach an agreement. The failure of this conference and the announcement of the indefinite suspension of the negotiations were received with a sigh of relief by G05 members. News releases were published to convey the positions and reactions of the G05 and the Federation to each of these events.

The priority issue in the first half of the year was the uncontrolled importation of milk protein concentrates, most of which are heavily subsidized. From February to June, the Department coordinated a vast public and government relations campaign to raise awareness among its partners, the media, the public and, especially, the politicians about the negative impact of these imports for dairy producers. To support the Federation's initiatives with the federal government, the processors were invited to sign a support form. The Federation obtained 64 signatures, representing over 67 per cent of its partners.

The list of supporters was made public at the Federation's Annual General Meeting in April and published on Web site www.laitequitable.ca, designed to raise the awareness of consumers and inform them about this problem. In April, as part of a public awareness campaign, leaflets were distrib-

uted in front of about 70 supermarkets in Quebec and an ad was published in all Quebec dailies, featuring Quebec cheddar cheese made without any added imported concentrates. Beginning in May, a series of surprise demonstrations were held in front of the processing plants that did not support the Federation's approach.

However, all these pressure tactics were suspended in June, following Dairy Farmers of Canada's acceptance of mediated negotiations with the processors. At year-end, we were still waiting for a ministerial decision on this issue.

INTERNET

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. To provide on-going information about the WTO and protein concentrate imports, the Department updated and managed two Internet microsites: www.laitequitable.ca and www.go5quebec.ca.

STRATEGIC PLANNING

In July, the Federation's Board of Directors decided to relaunch the strategic planning process initiated in 2002. The directors considered that the break in the WTO negotiations and the hearings of the Quebec Commission on the Future of Agriculture and

Agri-Food in 2007 were an opportunity to define a vision for the future of the sector with dairy producers and develop a strategic action plan to achieve it. The Department, together with General Management, planned a reflection and consultation process and produced tools, particularly a video and facilitation and secretarial guides, to prepare and facilitate meetings with the grassroots. A two-day reflection session was organized for an expanded Board of Directors in September, with the participation of speakers from outside the organization. A delegates' reflection day, organized by the Department in collaboration with General Management, was also dedicated to this theme in order to discuss the issues with the 150 delegates and prepare them for the producer consultation process.

TRAINING AND UNION SUPPORT

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. The Department staff is also responsible for organizing and holding regular meetings with the secretaries of the syndicates on issues related to their duties.

Lastly, the Department works closely with General Management in organizing the Federation's General Meetings.