



FRANÇOIS DUMONTIER, directeur adjoint, relations publiques et gouvernementales
Assistant Director, Public and Government Relations
YVON GENDREAU, secrétaire de rédaction *Editorial Assistant*
MARLÈNE RANCOURT, agente de communication *Communications Officer*
CARINE SALVI, conseillère aux communications numériques et aux relations publiques
Advisor, Digital Communications and Public Relations
JEAN VIGNEAULT, directeur des communications et de la vie syndicale
Director, Communications and Union Support

11 • Communications et vie syndicale

La Direction communications et vie syndicale assume la responsabilité des communications internes et externes de l'organisation, 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.

Publications

La production de 10 numéros par an de la revue *Le producteur de lait québécois* constitue l'un des principaux mandats de la Direction en matière de communication avec les producteurs. La Direction est aussi associée à Valacta pour la publication (en mai) de son rapport annuel sur l'évolution de la production laitière québécoise, à titre de numéro spécial de la revue. Il est possible de consulter la revue sur le site extranet réservé aux producteurs et sur le site lait.org. Un moteur de recherche permet de retrouver les articles publiés sur différents sujets dans tous les numéros depuis 1997. Par ailleurs, la Direction prépare le rapport annuel de l'organisation, en collaboration avec les autres directions, et produit une brochure qui fait valoir les retombées positives de la mise en marché collective du lait et de la gestion de l'offre. Afin de tenir au fait de l'évolution des dossiers de l'organisation les administrateurs, le personnel, les groupes régionaux, les délégués des producteurs ainsi que les organismes apparentés, la Direction publie une lettre hebdomadaire : *Laitb'do*. Tous les producteurs y ont accès par l'entremise de leur site extranet.

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. Elle fait partie d'un groupe national de gestion des enjeux touchant la production laitière et les produits laitiers. Ce groupe assure une veille médiatique et s'occupe, s'il y a lieu, de la gestion de crise. À cet égard, ce sont les suites des ententes commerciales du Partenariat transpacifique (PTP) et de l'Accord économique et commercial global (AECG) avec l'Union européenne, de même que leurs impacts sur la gestion de l'offre, et les contournements des mesures de gestion des importations et des normes canadiennes de composition des fromages qui ont mobilisé le plus les ressources de la Direction en 2016.

Promotion de la profession

La Direction contribue activement à la promotion de la profession. En janvier, l'organisation a participé au Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation à Québec. Dans le cadre de la journée Portes ouvertes sur les fermes du Québec en septembre, la Direction a produit du matériel à l'intention des producteurs hôtes et a tenu un kiosque lors de la 5^e édition de l'événement à Montréal qui s'est tenue sur l'Esplanade du Parc olympique. En collaboration avec la ferme Comestar Holstein, elle y a animé un enclos de démonstration de traite avec cinq vaches des principales races laitières que l'on retrouve au Québec : holstein, ayrshire, jersey, suisse brune et canadienne. Pour une troisième année, nous profitons de la présence d'un essayeur de Prolait Transport et de son camion-citerne pour intéresser les visiteurs aux opérations de la collecte du lait à la ferme et répondre à leurs questions sur cette activité et sur la qualité du lait. Une équipe d'une

douzaine de producteurs, d'employés de la Direction et de trois diététistes des Producteurs laitiers du Canada a animé le kiosque et répondu aux questions des nombreux visiteurs.

De plus, la Direction a activement collaboré aux nouveaux projets de valorisation de la profession de la Direction marketing en fournissant du contenu et des messages clés pour le nouveau site lafamilledulait.com et en révisant les sections consacrées à la production. Elle a également appuyé la Direction marketing dans la sélection de fermes laitières et la préparation des producteurs pour des reportages ou des émissions de télévision commandités par l'organisation.

Enfin, la Direction est appelée à préparer, pour les représentants de l'organisation, des conférences et allocutions sur différents dossiers et enjeux de même qu'à rencontrer des groupes de visiteurs pour leur présenter le travail de l'organisation et le modèle de mise en marché des producteurs de lait.

Coordination des communications GO5

Avec ses partenaires, l'Union des producteurs agricoles et les autres groupes sous gestion de l'offre, la Direction a poursuivi son mandat de coordination des activités de communication de GO5 Coalition pour un modèle agricole équitable, la gestion de l'offre. La Coalition a toutefois été moins active en 2016, après une année 2015 passablement mouvementée avec la campagne de mobilisation *Forts et unis pour la gestion de l'offre* dans le cadre de la négociation du PTP.

Mobilisation sur les enjeux de la gestion des importations et du lait diafiltré

Ce sont les enjeux liés au lait diafiltré qui ont le plus mobilisé Les Producteurs de lait du Québec au cours de l'année, soit la gestion des importations et l'application des limites d'ajout d'ingrédients, prévues par les normes de composition des fromages. La Direction a mis en œuvre un plan d'action qui a impliqué les producteurs dans des actions régionales – conférences de presse et manifestations – et l'organisation au plan provincial, de mars à juin. La mobilisation des producteurs a culminé fin mai, début juin, par un convoi de tracteurs, partis de Québec vers Ottawa, pour un grand rassemblement devant le Parlement d'Ottawa, organisé conjointement avec Les Producteurs laitiers du Canada (PLC). Plus de 2 000 producteurs québécois, provenant de toutes les régions, et une trentaine de tracteurs y ont rejoint quelque 500 producteurs ontariens et d'autres provinces, ainsi qu'un convoi de tracteurs provenant de l'est de l'Ontario. La mobilisation des producteurs de lait a généré une couverture médiatique sans précédent : quelque 600 articles de presse et 2 000 segments de nouvelles radio, télé et web. Elle a aussi permis de récolter un grand nombre d'appuis à nos demandes, tant de partenaires, de municipalités et

d'entreprises que de transformateurs laitiers québécois (plus de 60). Un sondage a confirmé la confiance de la population envers les producteurs de lait d'ici et leur préférence pour les produits laitiers québécois et canadiens.

Relations gouvernementales

Dans le cadre du plan d'action sur la gestion des importations, l'application des normes de composition des fromages et de la signature de l'AECG, des activités de relations gouvernementales ont été déployées toute l'année avec le soutien de la Direction. Les députés fédéraux libéraux du Québec, ceux des partis d'opposition, ceux du palier provincial ainsi que les élus municipaux ont été rencontrés ou contactés par téléphone.

Internet et médias sociaux

La Direction est responsable de la mise à jour du site de l'organisation, lait.org, et des réponses aux demandes d'information des internautes. Elle met à jour l'extranet et y ajoute du contenu pour les producteurs qui fréquentent ce site. Enfin, elle gère les comptes de l'organisation sur Twitter (@ProdLaitQc), YouTube (Les Producteurs de lait du Québec), Pinterest (ProdLaitQc) et Instagram (ProdLaitQc). Il est aussi possible de suivre *Le producteur de lait québécois* sur Twitter : @RevueLPLQ. Une analyse de la performance de l'organisation sur les médias sociaux a été amorcée en 2016 en vue d'y améliorer la portée de sa communication.

ProAction

La Direction participe aux travaux du comité proAction provincial, entre autres pour assurer le volet communication avec les producteurs sur le développement de ce projet et pour coordonner la production d'un site web provincial : proaction.quebec. Ce dernier a été mis en ligne au cours de l'année.

Formation et vie syndicale

La Direction est responsable de la formation des nouveaux élus régionaux et des membres du conseil d'administration de l'organisation. Elle s'assure de mettre à jour le matériel utilisé en région pour la formation donnée aux nouveaux producteurs sur leur système de mise en marché du lait. Elle est également responsable de l'organisation et de la tenue de réunions régulières avec les secrétaires des groupes régionaux sur des dossiers reliés à leur fonction.

Enfin, la Direction collabore étroitement avec la Direction générale à la préparation des assemblées générales de l'organisation.

Communications and Union Support

The Communications and Union Support Department is responsible for the organization's internal and external communications. It also coordinates and conducts training and union support activities. In this role, it works closely with the other departments and elected officials to support and advise them in these areas.

PUBLICATIONS

One of the main tasks of the Department in its communications with producers is to produce the 10 issues of *Le producteur de lait québécois* magazine every year. In May, the Department also teams up with Valacta to publish its annual production report on changes in Quebec milk production as a special issue of the magazine. It is possible to read the magazine on the extranet site reserved for producers and on lait.org. A search engine is available to find the articles that have been published on various topics in all issues since 1997. Furthermore, the Department prepares the annual report of the organization, in collaboration with the other departments, and produces a brochure that discusses the positive impacts of collective milk marketing and supply management. In order to keep the organization's administrators and staff, regional groups, producer delegates and related bodies informed of developments in issues of interest to the organization, the Department publishes a weekly newsletter: *Laitb'do*. All producers can access it through their extranet site.

MEDIA RELATIONS

The Department's media relations responsibilities include answering requests from journalists, preparing press releases and organizing media events, as needed. It also belongs to a national management group that focuses on dairy production and dairy product issues. This group monitors media coverage of these issues and performs crisis management, where necessary. In that respect, the aftermath of the Trans-Pacific Partnership (TPP) and the Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) with the European Union, as well as their impacts on supply management, and the circumventions of import management measures and cheese compositional standards mobilized the Department's resources the most in 2016.

PROMOTION OF THE PROFESSION

The Department actively contributes to promoting the profession. In January, the organization participated in the Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation in Quebec City. For the Quebec farm open house event in September, the Department produced materials for the host producers and manned a stand during the 5th edition of the event in Montreal, which was held on the Esplanade of the Olympic Park. At this event, it demonstrated the milking process in conjunction with Comestar Holstein Farm in a pen with five of Quebec's main breeds of dairy cows: Holstein, Ayrshire, Jersey, Brown Swiss and Canadienne. For the third year, we took advantage of the presence of a grader from Prolait Transport and his tank truck to interest visitors in milk pickup operations on farms and answer their questions about this activity and milk quality. A team of a dozen producers, Department employees and three dietitians from Dairy Farmers of Canada ran the stand and answered questions from the many visitors.

In addition, the Department actively participated in the Marketing Department's new projects aimed at promoting the profession by providing content and key messages for the new site lafamilledulait.com and editing the sections dedicated to production. It also supported the Marketing Department in selecting the dairy farms and preparing the producers for the news stories or television programs sponsored by the organization.

Lastly, the Department is called on to prepare presentations and speeches on various topics and issues for the organization's representatives and meet with groups of visitors to explain the organization's work and the milk producers' marketing model.

COORDINATION OF GO5 COMMUNICATIONS

The Department continued to perform its task of coordinating the communication activities of the GO5 Coalition for a Fair Farming Model, Supply Management, with its partners, the Union des producteurs agricoles and other supply management groups. However, the Coalition was less active in 2016, after a fairly busy year in 2015 with the *Strong and United for Supply Management* mobilization campaign in connection with TPP negotiations.

MOBILIZATION ON THE IMPORT MANAGEMENT AND DIAFILTERED MILK ISSUES

Diafiltered milk issues were the ones that mobilized Les Producteurs de lait du Québec the most during the year, i.e. import management and enforcement of the limits for adding ingredients that are set out in the cheese compositional standards. The Department implemented an action plan that involved producers in regional actions—press conferences and demonstrations—and the organization across the province from March to June. Producer mobilization culminated at the end of May and early June with a procession of tractors that travelled from Quebec City to Ottawa for a large rally in front of the Parliament buildings in Ottawa. This action was organized together with Dairy Farmers of Canada (DFC). More than 2,000 Quebec producers from all regions and around thirty tractors met up at the rally with roughly 500 producers from Ontario and other provinces, in addition to a procession of tractors from eastern Ontario. Milk producer mobilization generated unprecedented media coverage: around 600 news articles and 2,000 news segments on the radio, TV and Web. It also helped build a great deal of support for our demands from partners, municipalities, companies and dairy processors (over 60) in Quebec. A survey confirmed that the public trusts Quebec milk producers and prefers dairy products from Quebec and Canada.

GOVERNMENT RELATIONS

As part of the action plan on import management, cheese standards enforcement and the signing of CETA, government relations activities were carried out throughout the year with the support of the Department. Quebec's Liberal and opposition MPs, MNAs and elected municipal officials were met in person or called.

INTERNET AND SOCIAL MEDIA

The Department is responsible for updating the organization's site, lait.org, and for answering information requests from site visitors. It updates the extranet and adds content to it for the producers who visit this site. Finally, it manages the organization's Twitter (@ProdLaitQc), YouTube (Les Producteurs de lait du Québec), Pinterest (ProdLaitQc) and Instagram (ProdLaitQc) accounts. It is now also possible to follow *Le producteur de lait québécois* on Twitter: @RevueLPLQ. An analysis of the organization's social media performance was begun in 2016 with a view to improving the scope of its communications in these networks.

PROACTION

The Department participates in the work of the provincial proAction committee in various ways, such as by overseeing communications with producers on the development of this project and coordinating the production of a provincial Web site: proaction.quebec. This site was brought on line during the year.

TRAINING AND UNION SUPPORT

The Department is responsible for training new regional elected officials and members of the organization's Board of Directors. It updates the material used in the regions to train new producers on their milk marketing system. It is also responsible for organizing and holding regular meetings with the secretaries of the regional groups on issues related to their duties.

Finally, the Department works closely with General Management on preparing the organization's General Meetings.