

Message du directeur général

Comprendre et répondre à la croissance! Tel est le thème retenu pour le rapport annuel 2016. De mémoire d'homme et de... statistiques, jamais un épisode d'une aussi forte croissance n'a été observé pour le secteur laitier canadien.

La dernière année a continué de montrer, mois après mois, une demande ferme et en croissance, et ce, pour la grande majorité des produits laitiers. Pour le lait de consommation, même s'il est vrai que le volume per capita est en légère diminution, comme dans la plupart des pays industrialisés d'ailleurs, on note que la teneur moyenne en matière grasse du lait consommé se trouve, elle, en légère croissance. Il en est de même pour les crèmes, les yogourts et les fromages. En plus de la teneur plus riche, les quantités vendues de produits laitiers sont aussi en croissance, notamment pour le beurre et même la crème glacée. De là découlent des besoins canadiens et une émission de quota aux producteurs qui n'ont cessé de progresser. Entre juillet et décembre 2016, c'est 8 % de plus qui ont été émis à la ferme. Si on pondère ces hausses sur les 12 mois de l'année, c'est l'équivalent de 2 % de plus pour toute l'année qui ont été ajoutés. Les producteurs de lait du Québec ont répondu en masse à cette croissance en livrant 3,5 % plus de matière grasse qu'en 2015 dans un volume de 3,12 milliards de litres. Cette courbe croissante devra se maintenir si l'on veut pleinement couvrir les besoins canadiens. Il est aussi important de souligner que cette production supplémentaire accomplie en si peu de temps ne s'est pas faite au détriment de la qualité. Les principales mesures de qualité du lait nous montrent en effet que tant le comptage bactérien que celui des cellules somatiques se sont maintenus, voire légèrement améliorés. C'est tout à l'honneur de nos producteurs!

La valeur des ventes a pour sa part progressé de 71,7 millions de dollars, soit 3 % de plus qu'en 2015. Malgré cette augmentation, le prix intraquota n'a pas montré le redressement qu'on aurait souhaité après son recul majeur en 2015. Les facteurs à la base de la détérioration du prix ont encore prévalu au cours de la dernière année, notamment avec un environnement de prix mondiaux très bas et une masse croissante de solides non gras écoulés à très faible valeur sur le marché de l'alimentation animale.

En juillet 2016 a été conclue une entente de mise en marché majeure entre producteurs et transformateurs canadiens. Une tournée spéciale d'information en région s'est d'ailleurs tenue en septembre pour en expliquer les principaux éléments. Cette entente constitue l'aboutissement de nombreuses années d'efforts, jusque-là infructueux, pour mieux valoriser un surplus structurel canadien croissant. Cette croissance est liée d'abord à une demande en matière grasse plus rapide que celle en solide non gras, mais aussi à la croissance rapide des importations venant déplacer un potentiel d'utilisation dans le marché canadien. Cette entente ne règle



ALAIN BOURBEAU, directeur général *General Manager*

pas tous les problèmes, mais vient certainement créer un nouvel environnement commercial où les transformateurs pourront exploiter les opportunités d'utilisation du marché des ingrédients et seront dorénavant responsables de commercialiser 100 % des composants du lait qu'ils achètent. Combinée à la croissance réelle du marché canadien, elle vient donc créer un contexte d'affaires qui stimulera l'investissement tant à la ferme qu'en transformation.

Cette entente, que l'on peut qualifier d'historique, ne vient toutefois pas exempter le gouvernement canadien de faire respecter ses lois et d'assurer une gestion plus efficace des importations. À ce chapitre, même si on peut noter certains progrès dans la collaboration des services frontaliers, les actions attendues, notamment pour régler les problèmes reliés aux incohérences d'interprétation entre l'Agence des services frontaliers du Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments, ne sont toujours pas là.

Les défis qui nous attendent en 2017 seront encore nombreux malgré les avancées de la dernière année. Au moment d'écrire ces lignes, nous savons que le nouveau président américain a signé un décret qui en pratique met un terme au Partenariat transpacifique (PTP). Toutefois, la perspective d'une réouverture de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) nous gardera en haleine dès les premiers mois de 2017. Bien que personne ne connaisse vraiment la portée réelle des intentions de nos voisins du Sud, nous devons rester vigilants. Le lobby de l'industrie laitière américaine demeure très insistant pour obtenir plus d'accès au marché canadien, comme ils l'ont été d'ailleurs tout au long de la négociation du PTP. Pour leur part, tant les gouvernements canadien que québécois ont exprimé leur ouverture à discuter d'entente commerciale, mais en indiquant clairement leur soutien à la gestion de l'offre. À cet égard, je vous invite à continuer de profiter de votre rôle d'entrepreneur dans votre milieu pour faire valoir l'importance économique de notre secteur dans les économies régionales auprès des instances de tous les paliers politiques. Il est important de le rappeler, la gestion de l'offre est une politique agricole dont le maintien est indissociable du soutien des pouvoirs publics. Notre forte contribution à l'économie canadienne est un argument majeur à ce soutien et il ne faut manquer aucune occasion de le rappeler à une classe politique qui se renouvelle.

La croissance exceptionnelle que connaît notre secteur durera-t-elle? Sans être devin, je crois qu'on peut avoir une certaine confiance dans sa durabilité en étant toutefois prudents. Ceux qui ont plus d'expérience se rappelleront que la forte décroissance du marché que nous avons connu au début des années 1990 était en bonne partie liée à la perception très défavorable du gras pour la santé. On parlait à ce moment de la « cholestérophobie ». Or un des phénomènes qui tend à expliquer la croissance actuelle est lié au fait que la science et une meilleure compréhension du métabolisme des matières grasses ont largement réhabilité le gras laitier. Cet apport de la science, combiné à une mouvance de la société qui valorise de plus en plus les saveurs et la bonne cuisine, a grandement contribué à la situation actuelle. Comment ces deux facteurs évolueront-ils? Dans le cas de la science, c'est plutôt solide, mais si ça doit changer, ce sera probablement plus long. Dans le cas du comportement social par rapport à la cuisine, c'est plus imprévisible, mais en cette matière, nos efforts en marketing peuvent certainement nous aider à conserver nos gains auprès des consommateurs.

Face à tous ces changements, restons confiants, vigilants et surtout solidaires pour continuer de relever les nombreux défis de notre mise en marché collective.

Sincèrement,



Alain Bourbeau, directeur général

Message from the General Manager

Understand and respond to growth! That is the chosen theme for the 2016 annual report. In living memory and statistically speaking, there has never been an instance of such strong growth observed in Canada's dairy industry.

Last year continued to show, month after month, solid demand and growth for the vast majority of dairy products. While it is true that the volume per capita for fluid milk is down slightly, as it is in most industrialized countries, average butterfat content in fluid milk is up slightly. The same goes for cream, yogurt and cheese. In addition to the richer content, the quantities of dairy products sold are also on the rise, especially butter and even ice cream. This explains Canadian needs and the ever-increasing quota that was issued to producers. Between July and December 2016, 8% more was issued to farms. When these increases are weighted over the 12 months of the year, the equivalent of about 2% more was added for the entire year. Quebec milk producers responded en masse to this growth by delivering 3.5% more butterfat than in 2015 in a volume of 3.12 billion litres. This growth curve will remain steady if we want to fully cover Canadian needs. It is also important to point out that this additional production, which was accomplished in an extremely short amount of time, did not skimp on quality. The main milk quality measures actually show us that both the bacteria count and the somatic cell count have remained steady and even slightly improved. All credit goes to our producers!

The sales value increased by \$71.7 million, i.e. 3% more than in 2015. Despite this increase, the within-quota price has not shown the recovery that we had hoped for after its major decline in 2015. The factors underlying the price decline won out again last year, especially with a very low world price environment and a growing mass of solids non-fat dumped at very low prices in the animal feed market.

In July 2016, a major marketing agreement was concluded between Canadian producers and processors. A special regional information tour was held in September to explain its main features. This agreement is the outcome of many years of previously unproductive efforts to add more value to a growing Canadian structural surplus, whose growth is primarily related to faster demand for butterfat than for solids non-fat, but also to the rapid growth of imports which have displaced their potential use in the Canadian market. The agreement does not solve all problems, but has certainly created a new commercial environment where processors will be able to take advantage of opportunities for using solids non-fat in the ingredient market and be responsible from now on for marketing 100% of the milk components that they buy. In combination with the real growth of the Canadian market, it has also created a business context that will stimulate investment both in farms and processing.

However, the agreement, which could be described as historic, does not excuse the Canadian government from enforcing its laws and ensuring more effective import management. On that note, even though some progress in cooperation from border services can be observed, the expected efforts, especially to solve problems involving inconsistencies in interpretation between the Canada Border Services Agency and the Canadian Food Inspection Agency, have still not been made.

Despite last year's advances, many more challenges lie ahead of us in 2017. As these lines were written, the new U.S. president had signed an order that pulled the plug on the Trans-Pacific Partnership (TPP) for all practical purposes. Still, it is the prospect of reopening the North American Free Trade Agreement (NAFTA) that will keep us at the edge of our seats in the early months of 2017. Although no one really knows the real scope of the intentions of our neighbours to the south, we will need to stay wary. The American dairy industry is still lobbying hard for more access to the Canadian market, as they did throughout the TPP negotiations. Meanwhile, the Canadian and Quebec governments have expressed their openness to discussing the trade agreement, while clearly stating their support for supply management. For that matter, I invite you to continue to use your role as an entrepreneur in your community to let authorities at all political levels know just how economically important our industry is to regional economies. We need to remember that supply management is an agricultural policy that will remain intact only if it has the support of public authorities. Our strong contribution to the Canadian economy is a major argument for their support and we should take every opportunity to point it out to every new group of politicians that takes office.

Will the outstanding growth experienced by our industry last? Although I am not clairvoyant, I believe that we can say with a fair degree of confidence that it will last, while remaining cautious. Those who have been around for a while will remember the strong market decline that hit us in the early 1990s, which was in large part related to the perception that fat was bad for your health. At the time, it was called "cholesterophobia." Yet, one phenomenon that seems to explain the current growth is related to the fact that science and a better understanding of fat metabolism have largely cleared milk fat of the charges. This contribution from science, in combination with a social movement that increasingly values flavours and good food, has greatly helped the current situation. How will these two factors evolve? As for the science, it is quite solid, but if that should change, it will probably happen over a long period of time. Social behaviour in relation to food is more unpredictable, but in this case, our marketing efforts can certainly help us keep our gains with consumers.

In response to these changes, we should stay confident and wary, but more than anything, we need to stand together to continue meeting the many challenges of our collective marketing system.

Sincerely,



Alain Bourbeau, General Manager