



## Des outils collectifs essentiels pour faire face à la crise

L'embellie de la demande des consommateurs au détail et les stocks qui se sont construits dans les frigos modèrent la demande dans les premiers jours d'avril. Le ralentissement important dans le secteur de l'hôtellerie, la restauration et les institutions fait chuter de façon importante la demande en produits laitiers. La restauration est particulièrement déstructurée et devra renouveler son offre de service. Le choc est rapide sur les commandes des restaurateurs, et donc sur les demandes d'approvisionnement en lait.

La situation en avril entraîne alors un débalancement entre la production et la demande et le lait peine à trouver preneur. La perspective de devoir disposer du lait devient une réalité alors que se mettent en branle plusieurs chantiers afin d'éviter cette conclusion dramatique. Des dons importants, près de 4 millions de litres, sont offerts en partenariat avec plusieurs transformateurs aux banques alimentaires québécoises. Ces dons permettent non seulement d'éviter le gaspillage, mais ils contribuent aussi à aider les Québécoises et les Québécois en situation de précarité alimentaire, un problème exacerbé par la crise.

PHOTO : LES BANQUES ALIMENTAIRES DU QUÉBEC

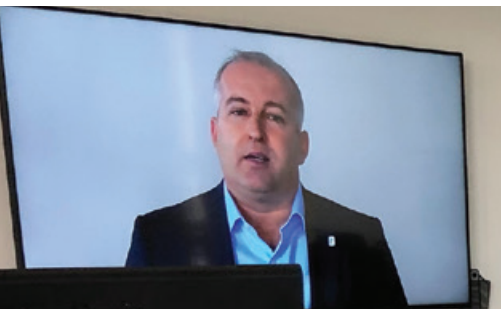


**Avril 2020:**

la gestion de l'offre démontre son efficacité

*APRIL 2020: Supply management shows its effectiveness*





Les producteurs sont fortement mis à contribution et plusieurs mesures sont instaurées. Ils devront réduire leurs livraisons de lait au cœur du printemps, alors que les troupeaux sont au pic de leur production. Plafonnement des reprises de tolérance, pénalités sur les livraisons supplémentaires et coupure de quota seront appliqués. Des programmes nationaux seront aussi développés pour permettre le stockage additionnel de produit laitier et des initiatives marketing ciblées seront rapidement déployées. Les producteurs laitiers seront mobilisés pour agir en solidarité avec la filière afin de résorber la production en trop. Ces différentes décisions, accompagnées de communications visant à mieux comprendre la situation et à présenter des solutions pour atteindre les objectifs, portent fruit. L'arrimage entre les besoins et la production se remet en place, non sans difficultés et imprévus, à partir de la fin avril.

Cela n'aurait pas été possible sans les outils, indispensables, de la mise en marché collective dont se sont dotés les producteurs laitiers d'ici. Grâce à la gestion de l'offre, les producteurs ont pu agir de manière collective sur les objectifs de production de toutes les fermes laitières afin de résorber les problèmes rapidement. La réaction québécoise et canadienne à la crise, rendue possible par la gestion de l'offre, aura été plus rapide, plus coordonnée et plus efficace que dans les pays qui ne bénéficient pas de cet outil, notamment les États-Unis.

Le choc des impacts négatifs de ces fluctuations de marché a également été absorbé collectivement, permettant ainsi aux producteurs de partager les conséquences de la crise. Pour agir rapidement et trouver des solutions tout en préservant la solidarité entre les producteurs et en aidant les personnes victimes de précarité alimentaire, la mise en marché collective et la gestion de l'offre ont prouvé encore une fois leur caractère essentiel.

## COLLECTIVE TOOLS ESSENTIAL TO FACE THE CRISIS

The lull in retail consumer demand and fully stocked fridges curbed demand in the first few days of April. The major slowdown in the hotel, restaurant and institutional sector caused demand for dairy products to fall sharply. Restaurants were particularly affected and had to rethink their services. The rapid decline in orders from restaurants had a causal effect on milk supply requests.

The situation in April led to an imbalance between production and demand and takers were hard to find for the milk. The prospect of having to dispose of the milk eventually became a reality, despite the many initiatives that had been set in motion to avoid this dramatic conclusion. Large donations, nearly 4 million litres, were made in partnership with several processors to Quebec food banks. These donations not only helped avoid waste, but also helped Quebecers who were facing food insecurity, a problem exacerbated by the crisis.

Producers were heavily involved and many measures were taken. They would be asked to reduce their milk shipments in the heart of spring, when their herds were at peak production levels. A ceiling was placed on the use of tolerance ranges, penalties were applied to additional shipments, and quota was cut. National programs were also developed to store additional dairy products, and targeted marketing initiatives were rapidly rolled out. Dairy farmers would come together to act in solidarity with the industry and curb excess production. These various decisions, along with communications aimed at explaining the situation and offering solutions to achieve the objectives, yielded results. The balance between demand and production was restored, but not without difficulty or unforeseen circumstances, starting at the end of April.

This would not have been possible without the essential tools of collective marketing that Quebec dairy farmers have adopted. Thanks to supply management, producers were able to take collective action toward the production objectives of all dairy farms and resolve problems quickly. Supply management made it possible for Quebec and Canada to react to the crisis in a faster, better coordinated and more effective fashion than countries that do not have this tool, especially the United States.

The shock caused by the negative impacts of these market fluctuations were also absorbed collectively, because producers shared in the consequences of the crisis. By acting rapidly and finding solutions while maintaining solidarity between producers and helping people who suffer from food insecurity, collective marketing and supply management proved once again that they are essential.