



COMMUNICATIONS, AFFAIRES PUBLIQUES ET VIE SYNDICALE

LA DIRECTION COMMUNICATIONS, AFFAIRES PUBLIQUES ET VIE SYNDICALE ASSUME LA RESPONSABILITÉ DES COMMUNICATIONS INTERNES, EXTERNES ET DES AFFAIRES PUBLIQUES 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 LES ÉLUS POUR LES SOUTENIR ET LES CONSEILLER DANS CES DOMAINES.



Sandie Charmeteau
Chargée des communications numériques
Digital Communications Officer



François Dumontier
Directeur, communications, affaires publiques et vie syndicale
Director, Communications, Public Affairs and Union Support



Audrey Gendron
Secrétaire de rédaction
Editorial Assistant



Yanick Grégoire
Directeur adjoint, communications, affaires publiques et vie syndicale
Assistant Director, Communications, Public Affairs and Union Support



Alexandra Perron
Conseillère aux communications
Communications Advisor



Marlène Rancourt
Conseillère principale aux communications, relations publiques et numériques
Senior Advisor, Communications, Public Relations and Digital Media

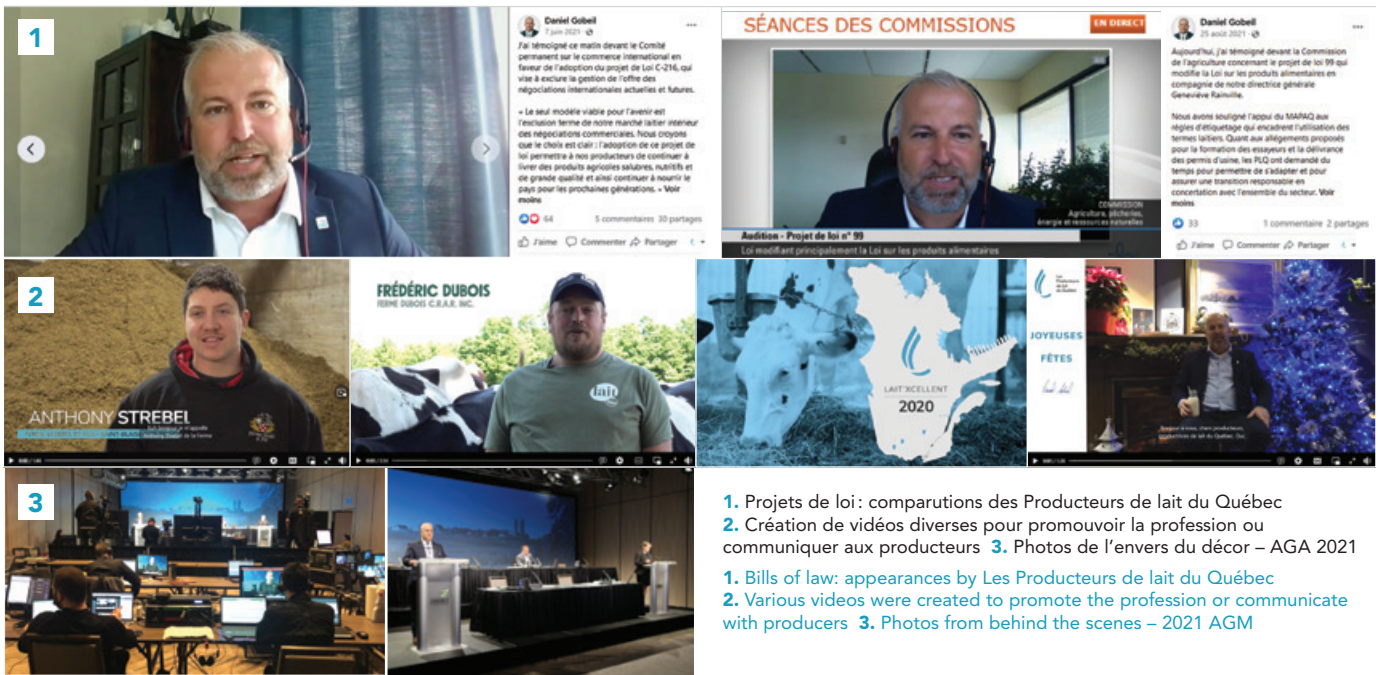
LES FAITS SAILLANTS DE L'ANNÉE

Deuxième année de la crise de la COVID-19

La 2^e année de la crise de la COVID-19 a eu un impact sur les activités des Producteurs de lait du Québec. Tout au long de 2021, des efforts ont été déployés pour continuer à gérer la crise et assurer le maintien des activités de la filière laitière. En raison des restrictions sanitaires, les assemblées annuelles en région et l'assemblée générale annuelle des Producteurs de lait du Québec ont été organisées en formule virtuelle.

Communications aux producteurs

Des efforts concertés ont été déployés pour continuer à développer des outils et partager de l'information aux producteurs. Des communications ont été transmises notamment en lien avec les décisions de production, l'état des marchés, les consignes sanitaires en vigueur, les mises à jour gouvernementales et les ressources disponibles. Différentes plateformes de communications ont été utilisées pour rejoindre les producteurs, dont l'extranet des producteurs, le site Web lait.org, les médias sociaux et le bulletin hebdomadaire *Laitb'do*.



1. Projets de loi : comparutions des Producteurs de lait du Québec
 2. Création de vidéos diverses pour promouvoir la profession ou communiquer aux producteurs
 3. Photos de l'envers du décor – AGA 2021
1. Bills of law: appearances by Les Producteurs de lait du Québec
 2. Various videos were created to promote the profession or communicate with producers
 3. Photos from behind the scenes – 2021 AGM

Relations gouvernementales

Les Producteurs de lait du Québec s'assurent de défendre les intérêts des producteurs auprès des élus, instances et fonctionnaires des gouvernements provincial et fédéral. En 2021, des rencontres avec les députés fédéraux ont été organisées en marge de la Conférence annuelle sur la politique laitière des Producteurs laitiers du Canada ainsi que dans le cadre de la campagne électorale fédérale. Des efforts ont aussi été déployés pour assurer l'avancement de différents dossiers en lien avec les accords commerciaux, dont celui visant à rappeler au gouvernement fédéral son engagement à indemniser les producteurs de lait pour les impacts de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM). De la veille et des suivis quant aux nouveaux accords en négociation, dont le Mercosur, l'Alliance du Pacifique ainsi que la négociation Canada-Royaume-Uni, ont aussi été assurés.

Aussi, pendant l'année, des actions de relations gouvernementales ont été menées pour obtenir l'adoption en 2^e lecture du projet de loi C-216, avant que ce dernier meure au feuillet en raison de la campagne électorale fédérale. Ce projet de loi visait à exclure la gestion de l'offre des négociations internationales actuelles et futures. Au Québec, Les Producteurs de lait du Québec ont été impliqués dans le projet de loi 99 qui modifie la Loi sur les produits alimentaires, notamment en témoignant par rapport à l'utilisation des termes laitiers.

AUTRES DOSSIERS ET RÉALISATIONS

Gestion de la réputation et mise à jour des dossiers d'enjeux

Les Producteurs de lait du Québec suivent et documentent un large éventail de dossiers d'enjeux. Que ce soit par rapport à l'alimentation des bovins laitiers, au bien-être animal, à l'environnement ou aux questions sociales et politiques, de nombreux sujets font l'objet de suivis et de recherche constante mettant en valeur les connaissances scientifiques les plus à jour. L'organisation fait d'ailleurs partie d'un groupe pancanadien 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.

Publications

La production de la revue *Le producteur de lait québécois* constitue l'un des principaux mandats en matière de communication avec les producteurs. Il est possible de consulter la revue du mois en cours, et les éditions précédentes, sur le site extranet des producteurs et sur lait.org. Les réflexions entamées quant à la modernisation de la revue se sont d'ailleurs poursuivies en 2021, notamment celle concernant l'ajout d'un volet numérique. Par ailleurs, la Direction prépare le rapport annuel des Producteurs de lait du Québec, en collaboration avec les autres directions, et une brochure qui promeut la mise en marché collective du lait et la gestion de l'offre. Afin de tenir au fait de l'évolution des dossiers les élus et le personnel de l'organisation ainsi que les partenaires, une lettre hebdomadaire, *Laitb'do*, est publiée. Tous les producteurs y ont accès par l'entremise de leur extranet.

Relations avec les médias

Sur le plan des relations avec les médias, Les Producteurs de lait du Québec répondent en continu aux demandes des journalistes, préparent des communiqués et organisent, le cas échéant, des activités de presse afin de susciter l'intérêt des médias pour nos enjeux prioritaires.

Promotion de la profession

Des efforts sont faits pour promouvoir la profession. En janvier, Les Producteurs de lait du Québec ont participé à l'édition virtuelle du Salon de l'agriculture, de l'alimentation et de la consommation. En raison de la crise de la COVID-19, les activités entourant la journée Portes ouvertes sur les fermes du Québec ont encore été annulées cette année. Des activités ont toutefois été déployées pour valoriser l'agriculture québécoise et le travail des producteurs. La Direction a ainsi participé aux initiatives de l'Union des producteurs agricoles (UPA) pour promouvoir l'achat local, en collaborant à la campagne et au développement de l'application mobile *Mangeons local plus que jamais!* ainsi qu'au jeu familial *Kasscrout*. Des vidéos visant à valoriser certaines facettes de la profession ont aussi été produits et diffusés sur les différentes plateformes. Finalement, les travaux de mise à jour de l'activité *La route du lait*, qui vise à valoriser et à démystifier la production laitière chez les jeunes du primaire, ont également avancé cette année.

Internet et médias sociaux

La Direction est responsable de la mise à jour du site Web de l'organisation, lait.org, et des réponses aux demandes d'information des internautes.

Elle assure également la gestion des médias sociaux de l'organisation, notamment Facebook (ProdLaitQc/ DanielGobeilPLQ), Instagram (@ProdLaitQc), Twitter (@ProdLaitQc) YouTube (Les Producteurs de lait du Québec) et LinkedIn. Il est aussi possible de suivre *Le producteur de lait québécois* sur Twitter (@RevueLPLQ). Ces plateformes visent à répondre aux besoins d'information, à vulgariser le travail de l'organisation, à valoriser la profession et à promouvoir la gestion de l'offre et la mise en marché collective. Une grande attention est portée aux visuels et à l'interactivité en priorisant les contenus dynamiques, exclusifs et originaux, dont des vidéos.

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.

Coordination des communications du Mouvement pour la gestion de l'offre

Avec ses partenaires, l'UPA et les autres groupes sous gestion de l'offre, la Direction poursuit son mandat de coordination des activités de communication du Mouvement pour la gestion de l'offre (mouvementgo.ca).

Nombre d'abonnés sur les médias sociaux

Facebook
Les Producteurs de lait du Québec
16 500
Daniel Gobeil
1 100
Twitter
1 400
Instagram
1 500
LinkedIn
680



NUMBER OF SOCIAL MEDIA SUBSCRIBERS

Facebook
Les Producteurs de lait du Québec
16,500
Daniel Gobeil
1,100
Twitter
1,400
Instagram
1,500
LinkedIn
680

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE 2021

GENERAL ANNUAL MEETING 2021

Inscriptions (délégués)	Participants (délégués) Jour 1	Participants (délégués) Jour 2	Visionnements (médias sociaux) Jour 1	Visionnements (médias sociaux) Jour 2
Registrations (delegates)	Attendees (delegates) Day 1	Attendees (delegates) Day 2	Views (social media) Day 1	Views (social media) Day 2
131	123	124	4 000	2 500

ASSEMBLÉES ANNUELLES RÉGIONALES 2021

REGIONAL ANNUAL MEETINGS 2021

Région Region	Participants Attendees	Questions posées Questions Asked
01 – Estrie	90	75
02 – Capitale-Nationale–Côte-Nord	42	41
03 – Gaspésie-Les Îles	10	21
04 – Lanaudière	59	48
05 – Mauricie	44	50
06 – Outaouais-Laurentides	79	61
07 – Centre-du-Québec	170	106
08 – Abitibi-Témiscamingue	76	114
09 – Chaudière-Appalaches-Nord	130	76
10 – Chaudière-Appalaches-Sud	86	71
11 – Bas-Saint-Laurent	109	71
12 – Saguenay-Lac-Saint-Jean	103	90
13 – Montérégie-Est	90	32
14 – Montérégie-Ouest	108	115

COMMUNICATIONS, PUBLIC AFFAIRS AND UNION SUPPORT

THE COMMUNICATIONS, PUBLIC AFFAIRS AND UNION SUPPORT DEPARTMENT IS RESPONSIBLE FOR THE ORGANIZATION'S INTERNAL AND EXTERNAL COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS. 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.

HIGHLIGHTS OF THE YEAR

Second year of the COVID-19 crisis

The second year of the COVID-19 crisis had an impact on the activities of Les Producteurs de lait du Québec. Throughout 2021, continuous efforts were made to manage the crisis and keep the dairy industry in operation. Due to the health restrictions, regional annual meetings and the Annual General Meeting of Les Producteurs de lait du Québec were held virtually.

Communications for producers

Concerted efforts were made to keep developing tools and sharing information with producers. Communications were issued mainly in connection with production decisions, market conditions, applicable health directives, government updates, and available resources. Various communications platforms were used to reach producers, including the producers' extranet, the lait.org Web site, social media and the weekly *Laitb'do* newsletter.

Government relations

Les Producteurs de lait du Québec defends producers' interests with elected officials, government authorities and public servants at the provincial and federal levels. In 2021, meetings with federal MPs were

organized in conjunction with Dairy Farmers of Canada's Annual Dairy Policy Conference and during the federal election campaign. Efforts were also made to advance various issues in connection with the trade agreements, including initiatives to remind the federal government that it had promised to compensate milk producers for the impacts of the Canada-United States-Mexico Agreement (CUSMA). New agreements being negotiated, such as Mercosur and the Pacific Alliance, as well as the Canada-United Kingdom negotiations were actively monitored and tracked.

In addition, during the year, government relations activities were carried out in an effort to get Bill C-216 passed in its 2nd reading, but it died on the Order Paper due to the federal election campaign. This bill aimed to exclude supply management from current and future international negotiations. In Quebec, Les Producteurs de lait du Québec was involved in Bill 99, An act to amend mainly the Food Products Act, specifically by testifying on the use of dairy terms.

OTHER ISSUES AND ACCOMPLISHMENTS

Reputation management and updates on issues

Les Producteurs de lait du Québec monitors and documents a wide range of issues. From dairy cattle feed, animal care and the environment to social and political issues, a number of subjects are monitored and researched on an ongoing basis to highlight the most recent scientific knowledge. The organization also belongs to a nationwide 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.

Publications

One of the main tasks in communicating with producers is to produce *Le producteur de lait québécois* magazine. The magazine can be consulted during the month in progress, and previous issues can be



1. Une des 10 éditions 2021 de la revue *Le producteur de lait québécois* 2. Exemple d’une création de contenus dynamiques sur les médias sociaux 3. Kiosque virtuel des Producteurs de lait du Québec à l’édition 2021 de la Semaine de l’Agriculture, de l’Alimentation et de la Consommation 4. Plan de communications pour la période de consultation pour la mise à jour du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins laitiers 5. Visuel des journées de réflexion 2021 6. Communications sur le programme de dons de lait et les résultats pour 2021 7. Éditorial de Daniel Gobeil ayant pour sujet les indemnisations promises dans le cadre de l’ACEUM

1. One of the ten 2021 issues of the *Le producteur de lait québécois* magazine 2. Example of dynamic content created for social media 3. Virtual Les Producteurs de lait du Québec stand at the 2021 edition of the Semaine de l’Agriculture, de l’Alimentation et de la Consommation 4. Communications plan for the consultation period on the update of the Code of Practice for the Care and Handling of Dairy Cattle 5. Visual for the 2021 brainstorming days 6. Communications on the milk donation program and 2021 results 7. Editorial by Daniel Gobeil concerning the compensation promised for CUSMA

accessed on the producers’ extranet site and at lait.org. Deliberations on updating the magazine continued in 2021, specifically as concerns adding a digital component. In addition, the Department prepares the annual report of Les Producteurs de lait du Québec in cooperation with the other departments and produces a corporate booklet that promotes collective marketing and supply management. A weekly newsletter, *Laitb’do*, is published in order to keep the organization’s elected officials, staff and partners informed of developments in issues of interest to the organization. All producers can access it through their extranet.

Media relations

As part of its media relations activities, Les Producteurs de lait du Québec replies to requests from journalists on a continuous basis, prepares press releases and holds media activities, when necessary, to draw the media’s attention to our priority issues.

Promotion of the profession

Efforts are made to promote the profession. In January, Les Producteurs de lait du Québec participated in the virtual edition of the Salon l’agriculture, de l’alimentation et de la consommation. Due to the COVID-19 crisis, the activities surrounding the Quebec farm open house event were canceled again. Nevertheless, actions were taken to promote Quebec agriculture and the work of producers. For instance, the Department participated in the initiatives of the Union des producteurs agricoles (UPA) to promote buying local, by collaborating in both the campaign and the development of the *Mangeons local plus que jamais!* mobile application as well as the *Kasscroust* family game. Videos designed to highlight specific facets of the profession were also produced and released on various platforms. Finally, work on updating the *Milk’s Path* activity, which is designed to promote and demystify dairy production to elementary students, also advanced this year.

Internet and social media

The Department is responsible for updating the organization’s Web site, lait.org, and for answering information requests from site visitors.

It also manages the organization’s social media tools, including Facebook ([ProdLaitQc/DanielGobeilPLQ](https://www.facebook.com/ProdLaitQc/DanielGobeilPLQ)), Instagram ([@ProdLaitQc](https://www.instagram.com/ProdLaitQc)), Twitter ([@ProdLaitQc](https://twitter.com/ProdLaitQc)), YouTube (Les Producteurs de lait du Québec) and LinkedIn. *Le producteur de lait québécois* can also be followed on Twitter ([@RevueLPLQ](https://twitter.com/RevueLPLQ)). These platforms are intended to meet information needs, explain the organization’s work, shed light on the profession, and promote supply management and collective marketing. A great deal of attention was paid to visuals and interactivity by giving priority to exciting, exclusive and original content, including videos.

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.

Coordination of Supply Management Movement communications

The Department continues to perform its task of coordinating the communication activities of the Supply Management Movement (movementgo.ca) with its partners, the UPA and other supply-managed groups.