

Ambassadeurs



L'appui du public
à notre endroit
et à notre modèle
agricole est
encourageant, mais
il présente aussi
le défi de maintenir
et renouveler
cette confiance.

Comme vous le verrez dans ces pages, nous avons réussi à maintenir l'appui de la population et à conserver son soutien à la gestion de l'offre. Les produits laitiers québécois et canadiens obtiennent la confiance de 97 % des répondants d'un sondage mené par Léger Marketing en novembre dernier. Les chiffres sont parlants. Satisfaisants même. Mais en tant qu'entrepreneur, il ne faut jamais s'asseoir sur nos acquis.

Comme par le passé, nous ferons encore face à de nouveaux défis. Avec chaque génération de consommateurs, il y a un travail à faire pour les informer et les rallier. Nous devons rester à l'écoute, à l'affût des tendances et des attentes. Les choix alimentaires des gens se diversifient au même rythme que les valeurs de nos sociétés. Il s'agit là d'un phénomène documenté, notamment par le sondage dont nous rendons publics les résultats dans ce numéro. La montée des préoccupations environnementales et de bien-être animal, particulièrement chez les générations plus jeunes, est bien réelle. Nous devons fournir une réponse satisfaisante à ces préoccupations. Les consommateurs veulent des produits de qualité, fabriqués dans le respect de la nature et des animaux. Ils veulent connaître la provenance et la façon dont sont produits leurs aliments.

Nous devons faire preuve de transparence et démontrer nos bonnes pratiques en matière de qualité, de salubrité, de bien-être animal, de traçabilité et d'environnement. Collectivement, avec notre programme proAction, nous agissons très concrètement dans nos fermes de manière à répondre aux préoccupations des consommateurs. Toutefois, en plus des efforts collectifs, il est bon de se rappeler que, de façon individuelle, nous pouvons tous jouer un rôle d'ambassadeur. Chaque geste, chaque représentation pour positionner et promouvoir notre produit, notre profession et notre modèle agricole peuvent avoir des effets positifs sur la perception du public dont profiteront tous les producteurs. Nous devons continuer à être actifs sur tous les terrains, ne jamais céder, et aller à la rencontre des gens là où ils sont, notamment sur les médias sociaux.

Nous le savons, les jeunes générations sont plus exposées et actives sur le web et sur les médias sociaux. Ces plateformes sont des opportunités de communication pour tisser des liens avec la population, mais aussi malheureusement une source de désinformation. Les contenus qui s'y retrouvent proviennent de

Chaque geste, chaque représentation pour positionner et promouvoir notre produit, notre profession et notre modèle agricole peuvent avoir des effets positifs sur la perception du public dont profiteront tous les producteurs.

partout sur la planète, notamment d'endroits où les normes et les pratiques sont bien en deçà de nos façons de faire. C'est pourquoi il est d'autant plus important d'y être actif. Les producteurs qui parviennent à percer le mur de l'indifférence et qui prennent le temps de rapprocher nos campagnes des consommateurs, sur toutes sortes de plateformes, ont une influence positive sur les consommateurs. Leurs interventions sont importantes et ont beaucoup d'impact dans cet espace virtuel. Ces producteurs sont une immense source de fierté.

Les délégués des producteurs laitiers de toutes les régions du Québec se sont réunis en novembre dernier pour réfléchir et discuter des enjeux de société qui touchent la production laitière. Durant deux jours, ils ont été appelés à échanger, à partager leurs idées et à proposer des façons de faire, entre autres pour conserver l'appui des consommateurs. Le travail de réflexion se poursuivra maintenant chez les producteurs de la base lors des tournées de secteur et des assemblées régionales. Ce sera l'occasion tout indiquée de vous faire entendre, d'amener de nouvelles solutions, de manifester votre motivation et de proposer des idées inspirantes pour des actions tant individuelles que collectives.

En ce début d'année, nous avons raison d'être fiers de nos réalisations et d'être confiants en l'avenir de notre secteur. Maintes fois par le passé nous avons réussi, par nos actions individuelles et collectives, à assurer et à conserver le soutien des consommateurs. Nous devons poursuivre le travail. Les meilleurs ambassadeurs pour la production laitière et la gestion de l'offre, nous ne le dirons jamais trop, c'est nous, les productrices et les producteurs de lait.

Bruno Létourneau

président