

RAPPORT ANNUEL 2020-21

CONFIANCE | QUALITÉ | OBJECTIFS



Au moment où l'industrie laitière de l'Ontario faisait face à la deuxième année de pandémie de COVID-19, les partenariats « juste à temps », les efficacités et les solutions mises en place en réponse à la demande sans précédent des consommateurs ont été encore renforcés et perfectionnés. Même si les défis ont persisté, les Dairy Farmers of Ontario « Producteurs laitiers de l'Ontario » ont continué à aller de l'avant et à regarder plus loin, en respectant leurs engagements et en progressant au même rythme que les objectifs établis dans le Plan stratégique.

Les producteurs laitiers de l'Ontario ont été récompensés pour leur engagement durable à maîtriser l'offre dans un contexte de forte croissance de la demande. Cette croissance est l'expression de la confiance du public dans la qualité et la durabilité du lait et des produits laitiers locaux.

Faisant preuve de clairvoyance et de confiance, le secteur laitier de l'Ontario a terminé l'année avec une clarté d'objectif et une détermination qui renforceront le système laitier canadien pour les années à venir.

CONFIANCE
QUALITÉ
OBJECTIFS





1 207 392

litres de lait donnés par les producteurs laitiers locaux aux banques alimentaires de l'Ontario

99 producteurs

sont entrés dans l'industrie par le biais du PAQNV depuis 2010



3 343

fermes laitières ont produit du lait en Ontario



100,1 % des besoins en quotas satisfaits par les producteurs laitiers du P5, ce qui permet d'adapter l'offre à la demande du marché malgré les fluctuations continues de la chaîne d'approvisionnement

Contribution de plus de 7 milliards de dollars au PIB par le secteur laitier de l'Ontario

Plus de 10 000

exploitants agricoles et leurs familles sont soutenus par la production laitière en Ontario



Croissance de 1,4%

de la production ontarienne en volume



16 subventions

accordées à des participants au programme Start Up/Scale Up



3 331

inspections initiales de catégorie A ont été réalisées en 2020-21, soit une augmentation de 18,3 %



16,6%

des producteurs ontariens ont reçu un certificat de qualité du lait cru de niveau or, soit une augmentation de 3,2 %



3 118 147 815

litres de lait frais expédiés en 2020-21



78

usines ont reçu du lait des producteurs laitiers de l'Ontario

Valeur des ventes de lait à la ferme de

2 496 223 698 \$

99 % des producteurs ontariens sont inscrits à proAction, le programme national d'assurance de la qualité.



Valeurs fondamentales

DFO possède un ensemble de valeurs fondamentales qui orientent les comportements, sous-tendent l'activité opérationnelle et donnent une orientation à l'organisation. Ces valeurs sont les suivantes :

LEADERSHIP

Nous dirigeons en nous engageant pour un développement personnel et organisationnel continu.

CONFIANCE

Nous instaurons, construisons et entretenons la confiance en étant honnêtes, ouverts et transparents.

RESPECT

Nous écoutons, acceptons les différences et travaillons ensemble.

INTÉGRITÉ

Nous sommes consistants dans nos actions et nos valeurs.

TRAVAIL D'ÉQUIPE

Nous nous aidons mutuellement à réussir par la collaboration.

ÉQUITÉ

Nous assurons une application équitable des règles et des prestations.

REDEVABILITÉ

Nous nous tenons et nous tenons les autres responsables des résultats obtenus.

Énoncé de mission

Assurer le leadership et l'excellence dans la production et la commercialisation du lait canadien.

Énoncé de vision

A dynamic, profitable growing Canadian dairy industry.

Table des matières

5	PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION
10	OPÉRATIONS
39	Liste des acronymes
40	RAPPORTS FINANCIERS
56	PRIORITÉS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES POUR 2022



PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION

MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT



"Les producteurs laitiers, leurs familles et leurs employés ont dû s'adapter à des conditions difficiles au cours des 18 derniers mois, mais ils ont su relever ces défis et continuer à fournir du lait de haute qualité aux Canadiens."

En tant que président du conseil d'administration de Producteurs laitiers de l'Ontario, je suis inondé de questions.

En 2021, l'une des questions les plus souvent entendues était de savoir quelles seraient les exigences de production et, lorsqu'elles ont changé, la question suivante était de savoir pourquoi. Les questions étaient compréhensibles et opportunes. La reprise des activités en Ontario a été lente et les effets des importations se font davantage sentir, de sorte que le marché met du temps à trouver sa stabilité. La hausse des coûts de production a été une préoccupation au cours de la dernière année et la contestation commerciale américaine de l'application par le Canada des quotas d'importation de produits laitiers en vertu de l'ACEUM a été un développement inattendu. Les producteurs laitiers, leurs familles et leurs employés ont dû s'adapter à des conditions difficiles au cours des 18 derniers mois, mais ils ont su relever ces défis et continuer à fournir du lait de haute qualité aux Canadiens.

C'est ce que nous faisons et ce pour quoi notre système a été conçu.

Au conseil d'administration - que ce soit autour d'une table ou virtuellement - nous avons gardé le cap sur le long terme, en essayant de trouver de la clarté dans l'incertitude et en pensant stratégiquement à l'avenir étape par étape. C'est un avenir qui doit aborder le modèle de gouvernance, la structure et les politiques de soutien d'une plus grande quantité de lait provenant de moins de producteurs ontariens.

Nous avons abordé des questions nationales et sectorielles telles que l'augmentation des importations, la mise en commun du P10 et la gestion des conditions météorologiques difficiles dans le nord de l'Ontario et l'ouest du Canada. À l'échelle provinciale, nous travaillons plus étroitement que jamais avec le gouvernement, dans un esprit de collaboration accrue. Notre responsabilité à l'égard de la Commission de commercialisation des produits agricoles est claire - et c'est une responsabilité que notre conseil prend au sérieux. Mais les politiques et les règlements qui fonctionnent pour les producteurs et les transformateurs doivent rester en tête de notre liste de priorités.

Au cours de l'année dernière, nous avons également mis l'accent sur l'amélioration de la communication, de la formation et de la confiance avec nos comités de producteurs laitiers. Grâce à une série de discussions au sein du conseil d'administration, nous avons pu mieux comprendre les besoins de cet important groupe d'intervenants, et le personnel s'est mis au travail dans le but de rafraîchir les connaissances de nos comités sur la nature de leur travail et sur la façon dont DFO pourrait les soutenir dans ce domaine. Des assemblées générales virtuelles ont été organisées tout au long de l'année pour aborder les questions et les événements actuels, et une formation sur les médias et la défense des intérêts a été organisée pour mieux préparer nos comités de producteurs laitiers à tenir le gouvernement et le public informés de nos réalisations et de nos besoins.

L'amélioration de la planification et des rapports environnementaux a vu le jour cette année avec le déploiement du module environnemental de proAction. Les producteurs laitiers ont toujours eu un intérêt direct dans la durabilité de leurs exploitations, de leurs animaux et de la terre. La formalisation de ces actions en est la reconnaissance et favorise la réflexion à long terme et l'engagement en faveur de la productivité.

L'industrie laitière de l'Ontario contribue pour plus de 7 milliards de dollars au PIB de la province, soit le plus important de tous les secteurs agricoles. Face à une pandémie mondiale et à une lente reprise économique, notre capacité d'innover, de mener des initiatives de marketing créatives et efficaces et de rehausser nos programmes de qualité pour renforcer la confiance des consommateurs, témoigne de notre engagement envers notre objectif - fournir un lait canadien de haute qualité. Elle témoigne également de la confiance que nous avons les uns dans les autres et dans notre système.

MURRAY SHERK
PRÉSIDENT DU CONSEIL



MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE



"En tant qu'organisation, nous avons continué à mettre l'accent sur l'amélioration continue et la responsabilité envers les producteurs."

Si 2020 a été une année d'incertitude pour les producteurs laitiers de l'Ontario et l'équipe de la DFO, 2021 a été une année d'objectifs renouvelés et d'adaptation.

Nos objectifs stratégiques sont restés inchangés face à l'évolution des politiques gouvernementales et du comportement des consommateurs - assurer le leadership et l'excellence dans la production et la commercialisation du lait canadien, favoriser une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et en pleine croissance, et augmenter de 2,5 % l'allocation des quotas aux P5 - et dans l'ensemble, nous progressons.

Au début de l'année civile, l'Ontario était dans sa deuxième phase de confinement en raison de la pandémie. Dans les mois qui ont suivi, les zones sanitaires de la province ont alterné entre les phases grise et rouge. Les consommateurs ont maintenu les habitudes d'achat établies au début de la pandémie, et les ventes de lait et de produits laitiers au détail ont témoigné du café du matin et des céréales à la maison plutôt que du service au volant, des dîners à la maison et de l'engouement pour la pâtisserie qui était devenu si populaire. Mais le retour attendu des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration n'a commencé à se concrétiser qu'au second semestre, les consommateurs tardant à revenir à des comportements pré-pandémiques.

Ces tendances ont eu un impact sur la demande avec une croissance inégale à travers le pays, et les besoins de production ont été ajustés en conséquence à plusieurs reprises. Malgré l'incertitude, le système s'est efforcé de livrer du lait de haute qualité aux Canadiens tout en enregistrant une augmentation nette de la demande de production.

En tant qu'organisation, nous avons continué à mettre l'accent sur l'amélioration continue et la responsabilité envers les producteurs. Des examens fréquents des budgets, des dépenses et des plans d'urgence nous ont permis de réaliser des gains d'efficacité dans certains domaines tout en garantissant les objectifs et le retour sur investissement de notre travail.

Nos campagnes de marketing ont tiré parti de l'intérêt accru pour la nutrition, le bien-être et tout ce qui est local, renforçant ainsi la passion de nos producteurs pour la production de lait de haute qualité dans leurs exploitations familiales. Nos éducateurs laitiers ont réussi à s'adapter à la salle de classe virtuelle et, dès l'été, plus de 35 000 élèves avaient bénéficié de programmes nouvellement conçus. Le siège social de la DFO est resté ouvert pour servir les producteurs et toutes les fonctions commerciales, offrant un soutien supplémentaire aux employés pendant la directive gouvernementale prolongée sur le travail à domicile. La mise en œuvre progressive du nouveau système de gestion du lait s'est poursuivie en 2021 avec le lancement du nouveau site Web de ressources pour les producteurs et l'industrie, et le déploiement des ordinateurs mobiles pour la collecte du lait a été achevé cet automne.

En 2022, nous irons de l'avant avec notre plan stratégique renouvelé (p. 58). Nous nous efforcerons d'accroître notre influence et notre crédibilité, de renforcer une culture de responsabilité et de service à la clientèle, et d'augmenter la productivité. Alors que nous trouvons nos marques dans une économie en reprise, je garde confiance en notre plan, en notre équipe et en notre système laitier canadien.

CHERYL SMITH
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE



MEMBRES DU CONSEIL



RÉGION 1

Bart Rijke

Ottawa-Carleton, Glengarry,
Prescott et Russell



RÉGION 7

Albert Fledderus

Brant, Haldimand, Halton, Niagara,
Norfolk et Wentworth



RÉGION 2

Nick Thurler (Vice-président)

Dundas, Ottawa-Carleton et
Stormont



RÉGION 8

Murray Sherk (Président)

Oxford et Waterloo



RÉGION 3

John Wynands

Frontenac, Grenville, Lanark,
Leeds et Renfrew



RÉGION 9

Vicky Morrison

Elgin, Essex, Kent, Lambton et
Middlesex



RÉGION 4

Adam Petherick

Hastings, Lennox and Addington,
Northumberland et Prince
Edward



RÉGION 10

Henry Wydeven

Huron et Perth



RÉGION 5

Don Gordon

Ville de Kawartha Lakes, Durham
Region, Peterborough et York



RÉGION 11

Mark Hamel (2d vice-président)

Bruce et Grey



RÉGION 6

Bonnie den Haan

Dufferin, Peel, Simcoe et
Wellington



RÉGION 12

Steve Runnalls

Nord de l'Ontario et Haliburton



NOS DIRIGEANTS



Cheryl Smith

Présidente Directrice Générale



Patrice Dubé

Agent en chef, Économie & Développement des politiques



Kristin Benke

Chef des affaires



Arlene Minott

Directrice des affaires juridiques et secrétaire générale



Rosa Checchia

Directrice générale du marketing



Rey Moisan

Directeur financier





OPÉRATIONS

POINTS FORTS DES OPÉRATIONS 2020-21

Économie & développement des politiques

- Le quota de lait de consommation P5 a augmenté de 2,6 %, les besoins en lait de transformation ont augmenté de 3,2 % et les exigences du PIMPL et du Programme d'innovation en matière de produits laitiers ont également augmenté en raison de nouveaux projets.
- En Ontario, la production a été de 1,4 % supérieure à celle de l'exercice précédent en termes de volume.
- Pour répondre à la demande, les quotas ont été augmentés de deux pour cent le 1er décembre 2020 et d'un pour cent supplémentaire le 1er avril 2021. Bien que la demande pour la période d'automne ait finalement été inférieure aux attentes, les producteurs laitiers de l'Ontario ont continuellement répondu aux prévisions du marché, démontrant ainsi la force du système laitier canadien.
- Des « circonstances exceptionnelles » ont été déclenchées en raison de l'augmentation des coûts de production liée à la pandémie de COVID-19, qui a eu un impact particulier sur les coûts des aliments pour animaux, de l'énergie et des engrais, ce qui a entraîné une augmentation de 8,4 % des prix annoncée par la CCL, qui entrera en vigueur le 1er février 2022.
- Le prix du lait écrémé en poudre a atteint des sommets récents jusqu'en 2021, revenant ainsi aux niveaux d'avant la COVID, ce qui a entraîné une augmentation du prix du mélange. Les producteurs canadiens ont vu une augmentation de 0,30 \$/hl pour chaque augmentation de 100 \$/tonne du prix du lait écrémé en poudre, soit une augmentation de près de 2 \$ du prix du mélange au cours de la dernière année.
- Le 28 novembre 2020, le gouvernement fédéral a annoncé que le montant restant à verser sur le programme de compensation de 1,405 milliard de dollars pour atténuer les pertes de marché liées à l'AECE et au PTPGP prendrait la forme de paiements directs aux producteurs. De plus, il a été annoncé que la compensation serait distribuée sur une période de quatre ans, plutôt que huit comme annoncé précédemment.

Programmes des producteurs, assurance qualité et conformité réglementaire

- Au 30 septembre 2021, 99 % des producteurs ontariens étaient inscrits au programme proAction.
- Au total, 3 331 inspections initiales de catégorie A ont été effectuées au cours de la période de 12 mois se terminant en septembre 2021, ce qui représente une augmentation de 18,3 % par rapport aux 12 mois précédents.
- La politique de suspension de proAction est entrée en vigueur en janvier 2021. À cette date, quatre producteurs étaient en retard de plusieurs années dans leur inscription, malgré l'application de pénalités mensuelles. Grâce à la nouvelle politique de suspension, aucun producteur ne se trouve actuellement dans cette situation.
- Le pourcentage de producteurs ayant reçu un certificat de qualité du lait cru a diminué de 34,6 % à 24,9 %, en partie à cause de l'application de critères plus stricts. Le pourcentage de producteurs ayant reçu une certification Or est passé de 13,3 % à 16,5 %, sans modification des critères.
- Dans le cadre de son contrat de prestation de services proAction, Lactanet a réalisé, de juin à septembre 2021, toutes les validations et tous les audits d'auto déclaration requis (590 au total) et a approuvé 544 auto déclarations.
- Les exigences du module environnement de proAction sont devenues obligatoires en septembre 2021.



Points forts des opérations 2020-21

Communications

- En 2021, DFO a mis sur pied un groupe de travail sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I) afin d'élaborer une stratégie pour éduquer et adapter la culture de DFO à une culture d'inclusion et de diversité. Grâce aux conseils et au soutien de DFO, DFC a retenu les services d'un consultant pour former son conseil d'administration, sa direction et son personnel, et a étendu cette formation à tous les partenaires provinciaux du Canada.
- À l'automne 2021, le personnel a commencé à travailler avec l'agence de communication stratégique de DFO pour examiner les moyens de moderniser le magazine Milk Producer en vue d'accroître son influence et sa crédibilité au sein de l'industrie et d'étendre sa réputation de fier porte-parole des producteurs laitiers de l'Ontario.
- DFO a joué un rôle actif dans la campagne électorale fédérale de 2021, en appuyant le programme de lobbying de PLC et en veillant à ce que le point de vue de l'Ontario sur les questions liées au commerce soit représenté. L'équipe des relations gouvernementales a activement recherché les occasions de mettre en évidence les priorités de l'Ontario, fourni un soutien aux producteurs qui souhaitent rencontrer les candidats et partagé des mises à jour et des analyses régulières avec les producteurs. À l'avenir, une base de données nouvellement créée permettra de cartographier et de cibler les interactions et de fournir un soutien aux comités de producteurs laitiers intéressés par les activités de plaidoyer au niveau local.
- DFO a continué à travailler en étroite collaboration avec les intervenants du gouvernement provincial, en formulant des recommandations pour le budget 2021 de l'Ontario, notamment des investissements dans l'infrastructure de transformation des produits laitiers et de la viande, un soutien à l'application de la loi provinciale pour faire respecter efficacement la loi sur les services provinciaux visant le bien-être des animaux et les lois sur l'intrusion, la reconnaissance par le gouvernement des initiatives existantes des producteurs en matière de durabilité ainsi que de nouveaux investissements dans le secteur laitier.
- Toutes les réunions de DFO en 2021 (Assemblée générale annuelle, Conférence politique du printemps et Réunion régionale de l'automne) ont été tenues virtuellement en raison des restrictions gouvernementales.
- Le travail de DFO en matière de durabilité a commencé à prendre forme au cours de l'exercice 2020-21 avec la formation du sous-comité sur la durabilité. Les producteurs laitiers ont toujours eu un intérêt direct envers la durabilité de leurs exploitations, de leurs animaux et de la terre. Faire plus pour réduire notre impact signifie gérer les ressources de façon responsable, réduire les déchets et innover pour améliorer la productivité. Dans le but de devenir un protecteur reconnu de la durabilité, DFO a procédé à une évaluation de l'importance relative afin d'identifier et de prioriser les sujets de durabilité qui ont des impacts sociaux, environnementaux et économiques importants et qui comptent le plus pour les producteurs laitiers et les intervenants. L'évaluation s'appuie sur les résultats de l'évaluation nationale menée par les Producteurs laitiers du Canada (PLC) et intègre des considérations et des données propres à l'Ontario. Il s'agit d'une étape cruciale dans l'établissement de notre propre stratégie de durabilité, propre à l'Ontario.

Marketing

- DFO a créé « Pick-Me-Ups by MilkUP », la première boutique éphémère à paiement par publication sur les réseaux sociaux de l'Ontario, en collaboration avec certaines des marques locales préférées de la génération Z. À mi-chemin entre le « ravitaillement » et le « remontant », DFO a travaillé avec des fabricants et des collaborateurs locaux qui ont chacun créé des produits et des œuvres d'art en édition limitée, inspirés par le lait, pour célébrer une histoire locale partagée d'une manière qui résonne avec les consommateurs de la génération Z de l'Ontario. Cette initiative est devenue un immense succès sur TikTok du jour au lendemain, recueillant plus de 1,1 million de vues du hashtag et 10 millions d'impressions médiatiques gagnées. DFO a accueilli plus de 5 200 invités pendant 12 jours, dont la plupart ont fait la queue pendant plus de trois heures.
- L'audience de DFO sur les réseaux sociaux a augmenté de 23 % au cours de la dernière année et continue d'être active sur Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn et TikTok.
- Le programme de gestion de la relation client de DFO envoie des bulletins d'information mensuels à un public d'abonnés très engagé. Au cours de l'année dernière, la liste de DFO est passée de 100 000 à 250 000 abonnés.



Points forts des opérations 2020-21

- L'équipe d'éducation laitière de DFO s'est adaptée au monde numérique de l'enseignement, a commencé à faire des présentations virtuelles et a développé un nouveau programme, Growing Up Dairy (GUD), qui met en évidence la croissance des veaux laitiers et les activités quotidiennes de la ferme par le biais de courriels bihebdomadaires avec les classes de l'Ontario. Les éducateurs de l'industrie laitière ont pu établir des liens avec 509 écoles par le biais de 1 334 présentations virtuelles, établissant 467 liens avec des classes GUD et touchant 33 853 élèves. Les 35 leçons du programme ont été consultées 58 882 fois et constituent une excellente ressource pour les enseignants de l'Ontario.
- Dairycraft, une expérience éducative hautement immersive qui permet aux élèves d'explorer le monde de l'élevage laitier avec Minecraft : Education Edition, met les élèves au défi de faire preuve de créativité et de collaborer pour accomplir des tâches liées à trois piliers d'apprentissage fondamentaux : local, polyvalence et nutrition. Dairycraft est resté la ressource la plus populaire du programme d'éducation laitière, atteignant près de 3,8 millions de téléchargements en octobre 2021 et remportant deux prix en novembre 2021.
- Le PLEE a fait la transition vers une nouvelle plateforme numérique avec School Cash Online (SCO) qui a considérablement réduit la charge des bénévoles dans les écoles et fournira à DFO des données de consommation fiables. Les projets pour 2022 comprennent le lancement de Milk Club, un nouveau programme de récompenses pour encourager la consommation de lait à l'école et à la maison.
- Les efforts de partenariat se sont poursuivis tout au long de l'année avec Metro, Longo's, Eataly, Fortinos, Restaurants Canada, Tim Hortons et Pizza Pizza, ainsi qu'avec plusieurs entreprises de transformation. Comme toujours, l'objectif de ces partenariats est de tirer parti de la force et de la portée des consommateurs qu'offre chaque partenaire afin d'accroître la sensibilisation et la consommation de produits laitiers.
- Au cours de l'année, DFO a continué de voir une croissance dans son programme d'innovation Start Up/Scale Up. DFO a accordé un total de 16 subventions à des participants qualifiés au programme Scale-Up, dont un mélange de nouveaux et de nouveaux demandeurs. Deux nouveaux transformateurs à la ferme ont ouvert des usines de production et ont commencé à traiter les produits

au cours de l'été, ce qui porte à 17 le nombre total de transformateurs à la ferme en Ontario.

Ressources humaines

- L'équipe des ressources humaines a continué à soutenir les activités commerciales de DFO tout au long de la pandémie de COVID-19, en se tenant au courant des conseils actuels du gouvernement et des directives de Santé publique Ontario. La santé et la sécurité de nos employés, de nos producteurs et de nos intervenants sont demeurées notre priorité absolue et ont été essentielles à la livraison de l'approvisionnement alimentaire de l'Ontario. DFO reprendra le travail et les réunions en personne lorsqu'il sera jugé sécuritaire de le faire.

Technologies de l'information

- En février 2021, DFO a lancé une mise à jour du site Web de l'industrie, qui comprenait une nouvelle interface MMS pour les producteurs, leurs vendeurs tiers, les transformateurs et les transporteurs. Grâce à cette nouvelle mise à jour, les producteurs ont pu accéder au nouvel échange de quotas. En mars, les producteurs ont reçu leur premier relevé incorporant le nouveau prix MSD pour leur lait de février.
- Un projet de remplacement des ordinateurs de poche de collecte du lait a été lancé à la fin de 2019. La mise en production progressive des nouveaux ordinateurs de poche a commencé à l'automne 2020 et est en voie d'achèvement.
- Durant les premiers jours de la pandémie en mars 2020, le personnel de DFO a été encouragé à travailler en distanciel lorsque cela était possible afin de se conformer aux exigences de santé publique. Cela a imposé une charge accrue à l'infrastructure de DFO puisque le personnel a dû rapidement passer à des environnements virtuels. DFO était bien placé pour prendre cette mesure nécessaire et la nouvelle orientation a fourni des moyens alternatifs, efficaces et moins coûteux de mener des activités qui se poursuivront probablement au-delà de la pandémie.

Services juridiques & Conseil

- Henry Wydeven, membre du conseil d'administration pour la région 10, prendra sa retraite du conseil d'administration de DFO à compter du 19 janvier 2022. Au nom du personnel et du conseil d'administration de DFO, nous remercions M. Wydeven pour les services qu'il a rendus aux producteurs laitiers de l'Ontario.



ECONOMIE & DÉVELOPPEMENT DES POLITIQUES

L'équipe Économie et élaboration des politiques de DFO fournit un soutien technique et une analyse économique et statistique au processus d'élaboration et de mise en œuvre des politiques au niveau national, au niveau des regroupements, du conseil d'administration de DFO et du personnel. L'équipe chargée de l'élaboration de l'économie et des politiques est également responsable de la supervision du projet de comptabilité des fermes laitières de l'Ontario, qui recueille des données auprès des fermes laitières de l'Ontario pour le calcul du coût de production (CP) national.

ECONOMIE

MARCHÉS

Exigences du marché



Les besoins nationaux totaux ont augmenté de 3,6 pour cent au cours de la période de 12 mois se terminant en octobre 2021. Cela se compare à une augmentation totale de 3,8 p. 100 de la production nationale pour la même période de 12 mois. Les contingents tarifaires d'importation (CT) de tous les accords commerciaux ont été remplis à environ 64 p. 100 sur la base de la matière grasse.

Le quota de lait de consommation P5 a augmenté de 2,6 %, les besoins en lait industriel ont augmenté de 3,2 % et les besoins du PIMPL et du Programme d'innovation en matière de produits laitiers ont augmenté avec l'approbation de quelques nouveaux projets. Les quantités globales du programme restent relativement faibles, à moins de 0,1 pour cent du quota total. Le quota

total du P5 a augmenté de 3,1 % par rapport à l'exercice précédent, selon le calcul du quota total mensuel pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2021.

Le quota total en PLE a augmenté de 3,0 p. 100 pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2021. Cette augmentation est le résultat d'une diminution de 0,4 p. 100 des besoins en matière grasse fluide et d'une augmentation de 4,5 p. 100 des besoins en matière grasse industrielle.

Production

Le P5 a rempli 100,1 % de son quota au cours de l'exercice 2020-21. La production dans le P5 a été très forte ce printemps, et les crédits ont été remboursés par les producteurs de tout le P5. Le quota est déterminé à l'aide d'un calcul mensuel afin de s'assurer qu'il est immédiatement aligné sur les besoins actuels. Selon le calcul mensuel du quota, les pools ne sont pénalisés que si le pool national est supérieur à 1,25 pour cent ou inférieur à moins deux pour cent. Le ou les groupements responsables de la pénalité sont alors déterminés, et la pénalité est basée sur la contribution des groupements au pool national en dehors des tolérances. Si un pool a contribué à ce que le pool national soit hors quota, il a six mois pour rembourser la quantité de surproduction en sous-produisant avant qu'une pénalité financière ne s'applique. La différence cumulative du pool national, ou la position créditrice du pool, était de -1,68 % à la fin du mois d'octobre 2021. Comme le pool P10 était inférieur à -2,0 pour cent en novembre et en janvier, des crédits de production d'environ 1,9 million de kg ont été perdus au niveau du P10 au cours de l'exercice. Les positions de crédit des deux pools ont été ajustées en raison de ces crédits perdus.

Les ventes sur le marché de détail ont commencé à se stabiliser au cours des deux derniers mois par rapport à l'année dernière ; toutefois, ceci est à comparer aux ventes très fortes de l'année dernière et depuis le début du confinement lié à la COVID-19. En volume, le marché du lait de consommation est en baisse de 2,1 %. Cela fait suite à une forte croissance au niveau du détail au cours de l'année précédente. Les ventes de lait de consommation sont en hausse de 4,2 % par rapport aux ventes d'il y a deux ans. Les ventes de crème au détail ont augmenté de 2,1 % au cours de la période la plus récente de 52 semaines. Les ventes de beurre ont diminué de 6,3 pour cent au cours des 52 dernières semaines. Encore une fois, il s'agit d'un produit dont les ventes ont été très fortes au cours de la dernière année. Les ventes de beurre sont toujours en hausse de 12,8 pour cent par rapport aux ventes d'il y a deux ans. Les classes de fromage ont progressé au cours de l'année dernière, l'ensemble de la catégorie ayant



augmenté de 0,6 pour cent. Les ventes de yogourts ont augmenté de 2,0 %. Il est important de garder à l'esprit que le marché de détail n'est qu'une partie du marché qui contribue aux besoins totaux et qu'il y a eu des baisses significatives de la demande des hôtels, restaurants et institutions (HRI) pendant le confinement dû à la COVID-19. Au fur et à mesure de la réouverture de l'économie, on s'attend à une augmentation de la demande de la part des HRI ; cependant, l'augmentation de la demande a été plus graduelle que prévu.

En Ontario, la production a été de 1,4 % supérieure à celle de l'exercice précédent en termes de volume. En Ontario, la production a été très forte au printemps. La situation de crédit en Ontario est passée de -7,7 jours en octobre 2020 à -2,7 jours en octobre 2021, avec plus de 60 % du quota détenu par les producteurs au-dessus de 0 jour. Nous rappelons aux producteurs que le coefficient de crédit sera ajusté à +10/-15 à partir du 1er août 2022, alors qu'il est actuellement de +10/-30.

Stocks de beurre

À la fin d'octobre 2021, les stocks totaux de beurre de l'industrie détenus par les transformateurs et la CCL s'élevaient à 26 929 tonnes. L'objectif du P10 pour les stocks normaux est en train d'être revu par les comités techniques étant donné les changements dans le marché suite à l'augmentation des importations et aux changements dans le marché. Historiquement, des stocks entre 32 000 et 38 000 tonnes pour juillet étaient considérés comme normaux. Les stocks de juillet étaient juste en dessous de ce niveau, à 31 856 tonnes. Ceci malgré les stocks supplémentaires qui ont été acceptés pendant la pandémie de COVID-19 pour aider à l'approvisionnement en lait.

Stocks de fromage



À la fin du mois d'octobre 2021, les stocks totaux de fromage s'élevaient à 102,2 tonnes. Il s'agit d'une augmentation de près de 5 000 tonnes par rapport aux stocks détenus en octobre 2020, soit 97 800 tonnes.

Cette augmentation comprend les achats de stocks de fromage supplémentaires dans le cadre du programme de stocks mis en place pour aider à gérer les excédents de lait résultant de la COVID-19.

Quota des producteurs

Une augmentation de quota de deux pour cent a été émise, à compter du 1er décembre 2020, en réponse à la reprise de la demande. Une augmentation de 1 % a été accordée à compter du 1er avril 2021 et une augmentation supplémentaire de 1,5 % a été accordée le 1er juin 2021. Ces augmentations sont le résultat de la croissance prévue pour l'année à venir ainsi que de l'augmentation des stocks de beurre en vue de l'automne. Un jour d'incitatif a également été émis pour juin et juillet 2021.



On s'attendait à ce que la demande soit forte à l'automne et, avec de nombreux producteurs au sommet de leur solde créditeur quotidien, il était important de maintenir des niveaux de production stables. Des jours incitatifs ont également été émis pour l'automne 2021 - trois jours pour août, septembre et octobre ainsi que deux jours pour novembre 2021. Malheureusement, en raison d'un ralentissement des marchés de détail, d'une reprise plus lente que prévue dans le secteur de la restauration et de diverses contraintes liées à la capacité de transformation, il a fallu ralentir la production. Les incitatifs d'août ont été réduits à un jour, ceux de septembre à deux jours et ceux d'octobre à un jour également. Une pénalité pour dépassement de quota a également été introduite, à compter du 1er août 2021, afin de maintenir la production en conformité avec le quota émis. Le comité des quotas du P5 continue de surveiller la situation de la production et du marché.



Tarification

La CCL a annoncé une augmentation des prix de 2 % qui entrera en vigueur le 1er février 2021, après examen des circonstances exceptionnelles. Cette augmentation est considérée comme une avance sur l'augmentation prévue pour février 2022. On s'attend à ce que la formule habituelle d'établissement des prix, soit une variation de 50 % du CP et de 50 % de l'IPC, s'applique. Cette augmentation se traduit par une hausse d'environ 1,46 \$/hl du prix du mélange du producteur.

Le conseil d'administration de la CCL a examiné la politique sur les circonstances exceptionnelles et a annoncé qu'à compter de l'ajustement des prix du 1er février 2022, tout ajustement pour circonstances exceptionnelles serait permanent ou ne constituerait plus une avance sur les ajustements des années futures. Des circonstances exceptionnelles ont été invoquées et, par conséquent, la CCL a annoncé une augmentation de 8,4 % des prix à compter du 1er février 2022. Cette augmentation est le résultat d'une hausse exceptionnelle des coûts de production due à la pandémie de COVID-19, qui a eu un impact particulier sur les coûts des aliments pour animaux, de l'énergie et des engrais.

Pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2021, les prix des composants intra-quota payés aux producteurs de l'Ontario étaient en moyenne de 10,9395 \$/kg pour la matière grasse butyrique, 8,8612 \$/kg pour les protéines et 1,1839 \$/kg pour les autres solides (80,62 \$/hl selon la composition moyenne de l'Ontario). Le prix du mélange du producteur a augmenté de 1,0 % par rapport à l'année laitière précédente, à composition constante.

Le prix du lait écrémé en poudre a atteint des sommets récents jusqu'en 2021, revenant ainsi aux niveaux d'avant le programme COVID. Un certain nombre de facteurs y ont contribué, notamment des pénuries et des problèmes de logistique, qui ont entraîné des prix plus élevés sur le marché mondial. Ces prix plus élevés ont également un impact positif sur le prix du mélange pour les producteurs canadiens, avec une augmentation de 0,30 \$/hL pour chaque augmentation de 100 \$/tonne du prix du lait écrémé en poudre. Au cours de la dernière année, cela s'est traduit par une augmentation de près de 2,00 \$ du prix du mélange.

Ratio matières sèches dégraissées (MSD) / matières grasses butyriques (MG)

L'Ontario a terminé l'exercice 2020-21 avec un ratio de production des MSD par rapport aux MG de 2,2058, soit 3,4 % de moins que l'objectif provincial de 2,2840.

La nouvelle politique de paiement des MSD à deux niveaux a été mise en œuvre en Ontario en février

2021. Cette politique a été mise en œuvre pour que le paiement des producteurs reflète mieux la valeur des MSD sur le marché. Les MSD supérieures à un rapport MSD/MG de 2,0 et inférieures ou égales à 2,3 sont payées à un prix reflétant le prix des ingrédients laitiers pour le mois. Cette politique a été mise en œuvre dans toutes les provinces du P5 avant le 1er août 2021. Le ratio de marché de 2,0 et le ratio de non-paiement de 2,3 seront revus et mis à jour au besoin pour refléter la demande actuelle du marché.

Politique & Programmes

Ajustements du calcul de la demande totale mensuelle (DTM)

À compter d'août 2021, la CCL a apporté des modifications au calcul de la DTM afin de tenir compte de l'augmentation des importations au Canada en provenance des accords AECG, PTPGP et ACEUM. Sans ces modifications, le résultat du calcul de la DTM (demande estimée) aurait, au fil du temps, été nettement inférieur à la demande réelle. Ces modifications n'ont pas eu d'impact sur le quota global alloué aux provinces.



Extension du programme de la classe 4(m)

Le CCGAL a convenu d'étendre le programme de la classe 4(m) afin de promouvoir la transformation du lait écrémé en aliments pour animaux dans les périodes où le lait écrémé nécessite un traitement spécial. La quantité totale de poudre de lait écrémé disponible dans la classe 4(m) a donc été augmentée de la limite actuelle de 20 000 MT à 29 000 MT par année laitière. L'extension de la classe 4(m) profitera à tous les producteurs laitiers canadiens en améliorant les revenus par rapport à l'alternative du lait écrémé avec traitement spécial, tout en réduisant les coûts associés au lait écrémé avec traitement spécial. L'extension est prévue



pour une période de cinq ans, au-delà de laquelle il est prévu que l'industrie aura identifié des solutions permanentes et à long terme.

Échanger



Panel ACEUM sur les contingents tarifaires pour les produits laitiers

L'audience du panel ACEUM sur le différend relatif aux contingents tarifaires (CT) de produits laitiers soulevé par les États-Unis s'est tenue les 25 et 26 octobre 2021. L'objectif principal des États-Unis reste d'élargir l'attribution des contingents tarifaires aux non-transformateurs, plus particulièrement aux détaillants. Un rapport intérimaire confidentiel est attendu fin novembre. Ce rapport donnera l'occasion aux parties de clarifier les questions factuelles avant le rapport final qui est attendu pour la fin décembre.

Compensation intégrale et équitable pour l'AECG, le PTPGP et l'ACEUM

Le 28 novembre 2020, le gouvernement fédéral a annoncé que le montant restant à verser sur le programme de compensation annoncé de 1,405 milliard de dollars pour atténuer les pertes de marché liées à l'AECG et au PTPGP serait directement versée aux producteurs. De plus, il a été annoncé que la compensation serait distribuée sur une période de quatre ans, plutôt que huit ans, comme cela avait été annoncé précédemment.

Le gouvernement libéral actuel s'est également engagé à offrir une compensation complète et équitable aux agriculteurs pour les impacts de l'AECG. L'annonce de ces mesures d'atténuation, notamment un calendrier des paiements et une enveloppe financière, n'a pas encore été faite. Les discussions avec le gouvernement reprendront avec la réélection du gouvernement libéral. DFO continue de défendre les intérêts des PLC en matière de compensation et d'atténuation des impacts de l'AECG.

PTPGP

En septembre, la Chine et Taïwan ont demandé à adhérer au PTPGP. Pour qu'un pays puisse adhérer au PTPGP, tous les membres du PTPGP doivent approuver à l'unanimité la demande du gouvernement. Jusqu'à présent, seules la Malaisie et Singapour ont exprimé leur soutien à la Chine, tandis que Taïwan a reçu le soutien du Japon uniquement. Aucun autre membre du PTPGP n'a publiquement exprimé son soutien aux deux demandes.

Au début de l'année, le Royaume-Uni a présenté une demande officielle d'adhésion au PTPGP. Aucun calendrier n'a été établi pour la finalisation de ce processus.

R.U. : Brexit

Le 1er avril 2021, l'Accord de continuité du commerce entre le Canada et le Royaume-Uni (ACC Canada-Royaume-Uni) est entré en vigueur. Il s'agit d'un accord provisoire entre les deux pays, qui s'efforcent de négocier un accord de libre-échange complet afin de maintenir des relations commerciales continues avec le Royaume-Uni. Les deux pays sont prêts à entamer des négociations sur un accord commercial bilatéral global dans un avenir proche.

PROGRAMMES POUR LES PRODUCTEURS, ASSURANCE QUALITÉ ET CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE

L'équipe assurance de qualité et conformité réglementaire de DFO est responsable des programmes agricoles, y compris des règlements et des politiques d'assurance de la qualité ainsi que de la recherche laitière.

Programmes pour les producteurs

Producteurs agréés

Pour l'exercice financier se terminant le 31 octobre 2021, on comptait 3 343 fermes laitières en Ontario, ce qui représente une diminution de 1,7 % par rapport aux 3 410 fermes laitières de l'année précédente. Ces fermes laitières autorisées ont continué à soutenir plus de 10 000 agriculteurs ontariens et leurs familles et ont généré des revenus de 2 496 221 339 \$.

NOMBRE DE PRODUCTEURS DE LAIT AUTORISÉS EN ONTARIO & REVENUS À LA FERME

Année	Nombre de producteurs	Revenus
2018-19	3 504	2 347 269 377 \$
2019-20	3 410	2 433 531 764 \$
2020-21	3 343	2 496 223 698 \$



Tendances en matière de transfert de quotas

Le quota peut être transféré sur le marché d'échange de quotas, par le biais d'une vente et d'un achat dans le cadre d'une exploitation continue ou au sein d'une famille, conformément aux sections applicables du Livre des politiques sur le transport du lait et des quotas de DFO.

Le tableau suivant résume les transferts de quota sur le marché d'échange et dans le cadre d'opérations laitières permanentes d'octobre 2020 à septembre 2021, par rapport à la période d'octobre 2019 à septembre 2020.

TRANSFERT DE QUOTA

Type de transfert	Oct. 2020 à sept. 2021	Oct. 2019 à sept. 2020	Pourcentage de changement
Quota vendu sur le marché d'échange (kg)	2 604,48	4393,0	(40,7)
Producteurs vendant un quota total	53	85	(37,6)
Producteurs vendant un quota partiel	142	230	(38,3)
# de transferts d'exploitations en cours	23	22	4,5

En raison des faibles volumes de quota mis en vente, conformément à la politique, l'échange de quotas a été annulé en avril et en septembre 2021. En mai 2021, les quotas mis en vente étaient suffisants pour satisfaire les besoins de la première série d'allocations aux producteurs existants, mais pas pour satisfaire les offres des demandeurs du Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus (PAQNV) ou du Programme des nouveaux producteurs (PNP).

Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus (PAQNV)

Le PAQNV a été introduit en août 2009 pour aider les nouveaux entrants dans l'industrie laitière, la production devant commencer en 2010. De mars 2010 à septembre 2021, 99 producteurs sont entrés dans l'industrie grâce au PAQNV. Le programme continue d'être bien accueilli, avec moins de six pour cent d'abandons. Depuis le 1er octobre 2020, il y a eu un nouvel arrivant dans le secteur biologique et quatre dans le secteur conventionnel.

Un examen en 2019-20 des politiques de quotas harmonisées du P5 a donné lieu à l'approbation par DFO de modifications des politiques de quotas du PAQNV du P5.

À partir de 2021, le programme d'assistance-quota pour nouveaux venus a été révisé pour permettre à chaque candidat retenu d'acquiescer initialement un minimum de 20 kg et un maximum de 30 kg de quota et de

recevoir un prêt de 20 kg de quota. L'année de début du remboursement du prêt demeure la 11e année ; toutefois, le calendrier de remboursement est révisé à 0,1 kg par mois (1,2 kg/an).

Le conseil d'administration de DFO a décidé, en commençant par les candidats retenus pour le PAQNV de 2021, que les producteurs du PAQNV ne sont pas admissibles à un supplément de parent à enfant et que les producteurs actuels du PAQNV bénéficieront d'une clause de droits acquis.

Programme des Nouveaux Producteurs (PNP)



Introduit en août 2009, le PNP permet aux nouveaux producteurs d'entrer dans l'industrie laitière par des moyens autres que l'achat d'une exploitation agricole existante ou le PAQNV. Depuis sa création, 134 producteurs ont utilisé le PNP pour entrer dans l'industrie et 122 expédient actuellement du lait.

Du 31 octobre 2020 au 31 juillet 2021, 28 demandeurs ont été ajoutés à la file d'attente du PNP. À compter du 1er juin 2021, à la suite des annulations d'échanges de quotas en raison du faible volume de quotas mis en vente, le conseil d'administration de DFO a décidé de revoir le PNP.

Le Conseil a temporairement suspendu l'ajout de nouveaux demandeurs dans la file d'attente du PNP et la perception du dépôt préalable de 10 000 \$ auprès des demandeurs du PNP. Les demandeurs qui avaient déjà versé le dépôt de 10 000 \$ ont été autorisés à poursuivre le programme selon le processus précédent. Les délégués à la réunion régionale d'automne (RRA) d'octobre 2021 ont sollicité les commentaires des producteurs afin que le conseil d'administration en tienne compte lorsqu'il décidera des changements éventuels à apporter au PNP.



Qualité du lait cru

Inspections de catégorie A

Au total, 3 331 inspections initiales de catégorie A ont été réalisées au cours de la période de 12 mois se terminant en septembre 2021, ce qui représente une augmentation de 18,3 % par rapport aux 12 mois précédents. Les résultats sont résumés dans le tableau ci-dessous.

INSPECTIONS DE CATÉGORIE A

Classification	Période de 12 mois se terminant en septembre 2021		Période de 12 mois se terminant en septembre 2020	
	#	%	#	%
Catégorie A	2 908	87,3	2 549	90,6
Catégorie A conditionnelle	299	9,0	162	5,8
Autre que catégorie A	121	3,6	100	0,6
Non-conforme à la catégorie A	3	0,1	3	0,1
Total	3 331		2 814	

Jusqu'à la fin du mois de mai 2021, des inspections de routine de catégorie A étaient effectuées au moment du rendez-vous de validation de la proAction. À partir de juin 2021, les inspections de routine ne sont plus programmées. Alors que le pourcentage d'inspections aboutissant à une classification non A est resté le même par rapport à l'année dernière, le pourcentage d'inspections aboutissant à une classification A conditionnelle a augmenté.

Programme de contrôle de la qualité du lait cru

Le tableau ci-dessous indique le nombre de producteurs qui ont reçu un certificat de qualité du lait cru pour le lait expédié au cours des années civiles 2020 et 2021.

PROGRAMME DE CONTRÔLE DE LA QUALITÉ DU LAIT CRU

Certificat de qualité	Certificats de qualité délivrés en 2021 (Pour le lait expédié en 2020)		Certificats de qualité délivrés en 2020 (Pour le lait expédié en 2019)	
	#	%	#	%
Or	557	16,5%	455	13,3%
Général	841	24,9%	1 182	34,6%
Pas de certificat	1 981	58,6%	1 782	52,1%
Total	3 379	100,0%	3 419	100,0%

Le pourcentage de producteurs ayant obtenu un certificat général a diminué de 34,6 % à 24,9 %. Il est important de noter que des critères plus stricts ont été appliqués aux certificats généraux en 2021, comme suit

: l'exigence de la moyenne pondérée du CCS est passée de 225 000 cellules /mL à 200 000 cellules/mL et l'exigence de la moyenne des bactéries est passée de 25 000 CBI/mL à 20 000 cellules/mL. Le pourcentage de producteurs recevant un certificat Or est passé de 13,3 % à 16,5 %, sans modification des critères.

Qualité du lait cru et pénalités

Le compte de cellules somatiques (CCS) est un indicateur important de la qualité du lait et de la santé animale qui a connu une amélioration constante au cours de la période se terminant en septembre 2021. La moyenne pondérée provinciale du CCS est restée inférieure à 200 000 cellules/mL tout au long de l'année. La moyenne pondérée de CCS provinciale la plus basse a été enregistrée en avril, à 160 000 cellules/mL. Le mois de juillet 2021 a connu la moyenne pondérée de CCS la plus élevée, soit 196 000 cellules/mL.

Au cours de la même période, la moyenne provinciale des bactéries a varié de 20 000 CBI/mL en mars 2021 à 26 000 CBI/mL en août 2021.

Comme le montre le tableau ci-dessous, au cours de la période de 12 mois se terminant en septembre 2021, le nombre de pénalités liées au CCS et au point de congélation anormal (PCA) a diminué, tandis que le nombre de pénalités non liées au grade A a augmenté. Le nombre de pénalités liées aux bactéries est resté relativement le même.

QUALITÉ DU LAIT CRU ET PÉNALITÉS

Lait cru Zone Qualité	Nombre de pénalités	
	Période de 12 mois se terminant en septembre 2021	Période de 12 mois se terminant en septembre 2020
CCS	207	262
Bactérie	52	51
AFP	172	197
Non-Grade A	148	113
Inhibiteurs	19	33

Tests sur les échantillons de lait et conformité des échantillons

Un échantillon de lait est prélevé par un préposé au classement du lait de citerne certifié chaque fois que le lait est ramassé à la ferme. Ces échantillons sont envoyés à un laboratoire pour des tests de composition et de qualité et de sécurité du lait. Seuls les échantillons qui répondent à des critères stricts de stockage et de manipulation, y compris la température, sont considérés comme appropriés et utilisés pour les tests.

La conformité des échantillons est largement influencée par le maintien de la chaîne du froid. Au cours de la



période de 12 mois se terminant en septembre 2021, la conformité des échantillons était de 98,3 %, allant de 99,9 % dans le dépôt d'échantillons d'Athens à 89,4 % dans le dépôt d'échantillons de Sunderland. Les causes les plus fréquentes des problèmes d'adéquation au cours de cette période ont été les coupures de courant et, occasionnellement, les pannes de réfrigérateurs et de camions d'échantillonnage dues à des conditions météorologiques extrêmes.

Programme proAction



À compter du 30 septembre 2021, 99 % des producteurs ontariens étaient inscrits au programme proAction. Le 1 % restant comprend trois producteurs qui ont des validations en retard ou qui ont été retirés du programme, ainsi que 41 nouveaux producteurs en attente de validation.

Au total, 26 producteurs se sont vu imposer des pénalités du 1er octobre 2020 au 31 septembre 2021.

Politique de suspension

La politique de suspension de proAction est entrée en vigueur en janvier 2021. À cette date, quatre producteurs étaient en retard de plusieurs années dans leur inscription, malgré l'application de pénalités mensuelles. Grâce à la nouvelle politique de suspension, aucun producteur ne se trouve actuellement dans cette situation.

Validations indépendantes

En janvier 2021, DFO a annoncé avoir signé un contrat avec Lactanet pour fournir des services proAction. À partir du 1er juin 2021, Lactanet a commencé à planifier et à effectuer les validations proAction et à examiner les auto-déclarations au nom de DFO.

Le personnel de Lactanet proAction comprend deux coordinateurs et neuf agents de validation. Pour être certifiés, les agents de validation ont suivi la formation d'agent de validation des PLC, ont passé l'examen et ont effectué plusieurs validations aux côtés d'agents de validation expérimentés : les représentants détachés.

De juin à septembre 2021, Lactanet a effectué toutes les validations et tous les audits d'auto-déclaration requis (590 au total) et a approuvé 544 auto-déclarations.

Le statut de catégorie A reste une condition préalable à l'obtention du statut proAction ; cependant, depuis la mise en œuvre des validations indépendantes, les inspections de catégorie A ne sont plus menées en même temps que les validations proAction.

Déploiement du volet environnement

Les exigences du volet environnement de proAction sont devenues obligatoires en septembre 2021. La liste des exigences est la suivante :

1. Un plan environnemental de la ferme (PEF) valide doit être disponible au moment de la validation;
2. Les eaux usées du centre de traite doivent être gérées par un stockage approprié ou par un système de traitement approuvé par la réglementation;
3. Le stockage du fumier doit être conçu de manière à éviter la contamination des eaux de surface et des eaux souterraines ainsi que l'épandage du fumier sur des sols gelés, enneigés ou saturés;
4. Les éléments nutritifs de l'exploitation doivent être gérés de manière à optimiser l'utilisation du fumier et/ou des engrais sur les terres - une analyse du sol est nécessaire sur les terres qui reçoivent du fumier ou un plan de gestion des éléments nutritifs (PGEN) doit être mis en place; et
5. Le questionnaire en ligne sur l'environnement de l'exploitation est rempli au moment de la validation.

Évaluation des troupeaux

Afin de s'assurer que l'industrie continue de progresser dans l'avancement des soins aux animaux, plusieurs mises à jour de l'exigence d'évaluation des troupeaux proAction sont entrées en vigueur en mars 2021. Comme le souligne l'avis de modification sur le bien-être animal, les producteurs dont les mesures se situent dans les zones rouge et rouge foncé sont tenus d'apporter des améliorations pour conserver leur certification proAction.

Traçabilité des animaux

Le 5 octobre 2020, le portail TracéLaitier a été lancé, remplaçant la base de données de traçabilité de



L'Agence canadienne d'identification du bétail pour les producteurs laitiers. La déclaration des événements de traçabilité à la base de données TracéLaitier est devenue obligatoire à partir du 1er septembre 2021.

Services extérieurs

À compter du 1er juin 2021, le nombre de zones de services extérieurs a été réduit d'une unité, ce qui ramène le leur nombre de 15 à 14.

L'objectif principal des représentants des services extérieurs est l'application du programme provincial de qualité du lait cru, en particulier les inspections de catégorie A, les enquêtes sur la qualité du lait et les dépannages, ainsi que les soins aux animaux. En outre, les représentants du secteur privé continuent d'être le premier point de contact des producteurs pour les questions relatives aux quotas, aux politiques et aux mesures proactives, et ils continuent de s'occuper d'autres questions comme le respect des politiques de DFO, les enquêtes sur l'iode, etc.

Révision du code de pratiques

Le programme de soins aux animaux de proAction est basé sur les exigences actuelles du *Code de pratiques pour les soins et la manipulation des bovins laitiers*, qui a été publié pour la première fois en 2009.

En 2019, le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) a lancé une révision du code de pratiques. Les domaines d'intérêt pour le processus de révision comprennent le logement des bovins, les possibilités d'exercice et les boïteries. Des informations sur la révision du code de pratiques sont disponibles sur le site web du CNSAE à l'adresse www.nfacc.ca.

Le processus de révision comprend une période de commentaires publics de 60 jours qui débutera le 29 novembre 2021. DFO travaille activement avec les producteurs pour assurer l'engagement et la participation à cette importante opportunité de consultation.

LOGISTIQUE

L'équipe logistique de DFO est responsable du transport du lait, de son attribution et du transport des échantillons, ainsi que du comptage et du calibrage.

Transport du lait

Frais de transport pour les producteurs

Du 1er novembre 2020 au 31 octobre 2021, les frais de transport imposés aux producteurs ont augmenté de 0,051 \$/hl par rapport à l'année précédente. Il s'agit du résultat net de l'augmentation des coûts de transport de 0,025 \$/hl et de la diminution des recettes de transport

de 0,028 \$/hl au cours de la même période, comme le montre le tableau ci-dessous (arrondi au dixième de cent le plus proche).



COÛT DU TRANSPORT, REVENUS ET FRAIS POUR LES PRODUCTEURS

coût par hectolitre (tous les chiffres sont arrondis au centime le plus proche)

Fiscal Year-to-Date	Coût de transportation (\$/hL)	Revenu du transport (\$/hL)	Frais pour le producteur	Report*
Novembre 2019 à octobre 2020	2,885 \$	0,112	2,774 \$	0,001 \$
Novembre 2020 à octobre 2021	2,911 \$	0,084 \$	2,825 \$	-0,001 \$
variation du glissement annuel	0,025 \$	-0,028 \$	0,051 \$	-0,002 \$

*Les frais de transport sont payés sur la base d'estimations mensuelles, qui sont ensuite ajustées aux chiffres réels le mois suivant. Il y a donc un « report » de l'ajustement d'une année à l'autre.

L'augmentation de 0,03 \$/hl des coûts de transport est le résultat net des composantes individuelles indiquées ci-dessous, arrondies au cent le plus proche.

RECouvreMENT DES FRAIS DE TRANSPORT (VARIATION DU GLISSEMENT ANNUEL)

Frais de transport	Variation du glissement annuel (\$/hL)	Description
Inflation	0,05	Augmentations de la main-d'œuvre et de l'équipement dans la formule de calcul des taux
Carburant	0,00	Augmentation du prix des carburants
Nouveaux terminaux portables (TC56)	0,01	Coût des nouveaux terminaux portables pour les transporteurs
Opérations	(0,03)	Gains d'efficacité opérationnelle grâce à des chargements plus importants et à une réduction du nombre de kilomètres par voyage
Baisse nette	(0,03)	Variation nette des coûts de transport



La baisse de 0,03 \$/hl des recettes du transport est le résultat direct d'une diminution des transferts de mise en commun du P5 à l'Ontario.

REVENU DU TRANSPORT (VARIATION DU GLISSEMENT ANNUEL)

Recouvrements des frais de transport	Variation du glissement annuel (\$/hL)	Description
Mise en commun du P5	(0,03)	Diminution des transferts de mise en commun du P5 vers l'Ontario

Attribution du lait

Au cours de l'exercice financier se terminant le 31 octobre 2021, les producteurs laitiers de l'Ontario ont expédié 3 118 147 815 litres de lait.

Usines

En date du 1er novembre 2021, DFO a livré du lait à 78 usines, dont une usine au Manitoba et une usine dans le Nord du Québec. Au cours de l'année, trois usines ont cessé leurs activités, dont deux usines à quota d'approvisionnement (UQA) qui ont transféré du quota à d'autres usines. De plus, trois nouvelles usines ont commencé leurs activités au cours de l'exercice 2020-2021.

Écrémage

Une fois que toutes les usines de la province ont reçu les volumes de lait maximums pour une utilisation complète, DFO prend des dispositions pour que les volumes excédentaires soient envoyés aux usines pour être écrémés. La crème est conservée par l'usine pour être transformée tandis que DFO retire le lait écrémé excédentaire pour l'éliminer.

Le tableau suivant résume les volumes d'écrémage au cours des trois dernières années :

VOLUMES D'ÉCRÉMAGE (EN COMPARAISON DU GLISSEMENT ANNUEL)

Période	Volume de lait écrémé éliminé (L)	Équivalent en volume de lait entier (L)	Pourcentage du volume sur 12 mois
1er nov. 20 au 31 oct. 21	70 027 923	74 454 316	2,3 %
1er nov. 19 au 31 oct. 20	37 998 021	42 227 061	1,3 %
1er nov. 18 au 31 oct. 19	44 715 307	49 476 480	1,5 %

COMMUNICATIONS

L'équipe des communications et des relations gouvernementales de DFO est chargée de défendre les intérêts des producteurs et de protéger la réputation de la marque DFO par le biais des relations publiques,

du lobbying et de la défense des intérêts, de la gestion des enjeux et de l'engagement des intervenants. Elle fournit un leadership et un soutien en matière de communications à l'organisation et se consacre à accroître l'influence et la crédibilité de DFO dans le secteur et dans tout le pays.



Au cours du dernier exercice, l'équipe a continué à formaliser les processus qui permettent une planification et un soutien plus efficaces des communications. Un nombre record de plans de communication stratégique a été créé pour des initiatives interdivisionnelles qui nécessitaient l'engagement des producteurs, des comités de producteurs laitiers et des parties prenantes, notamment le lancement du nouveau système de gestion du lait, le lancement du nouveau programme de validation indépendant, les changements apportés aux opportunités de marketing de comités de producteurs laitiers MilkUP, TracéLaitier, et plusieurs demandes de liberté d'information. Cela représente une évolution de la fonction strictement tactique et réactive de l'équipe dans le passé, vers un rôle de soutien plus stratégique visant à atteindre les objectifs commerciaux de l'organisation.

Une demande de proposition pour une agence de communication stratégique partenaire a été lancée au cours de l'année, et Argyle Communications a remporté l'appel d'offres en mai 2021. DFO travaillera en étroite collaboration avec Argyle pour affirmer son discours de base et développer un plan de communication stratégique pluriannuel. Ce plan s'intégrera aux relations gouvernementales et à la stratégie de durabilité de l'organisation, garantissant ainsi une approche globale.

Parmi les autres projets lancés en 2020-21, on trouve notamment ceux-ci :

- Formation aux médias pour des producteurs laitiers sélectionnés;
- Formation aux relations gouvernementales et développement d'une boîte à outils de sensibilisation;



- Création d'une nouvelle mise à jour mensuelle des marchés pour les producteurs;
- Refonte du site Web industriel de DFO et formation pour les transporteurs et les transformateurs; et
- Respect de la LAPHO sur le site Web public.

Diversité, équité et inclusion

En 2021, DFO a mis sur pied un groupe de travail sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I) afin d'examiner l'élaboration d'une stratégie pour éduquer et adapter la culture de DFO à une culture d'inclusion et de diversité. Grâce aux conseils et au soutien de DFO, les producteurs laitiers du Canada ont retenu les services d'un consultant pour offrir une formation à leur conseil d'administration, à leur direction et à leur personnel, et ont étendu cette formation à tous les partenaires provinciaux du Canada. Le personnel et le conseil d'administration de DFO participeront à une session de formation de 2,5 heures en décembre 2021 ou janvier 2022. Pour l'année prochaine, le groupe de travail poursuivra le travail de développement stratégique en vue de promouvoir la diversité et l'inclusion dans l'industrie.

Milk Producer Magazine

Les revenus publicitaires continuent de refléter l'appréciation que les producteurs laitiers et les partenaires de l'industrie ont pour le magazine *Milk Producer*.

Afin d'améliorer le contenu du magazine, le personnel a continué à chercher des occasions d'introduire de nouveaux sujets et collaborateurs dans la publication. Il a notamment renouvelé son partenariat avec le programme SPARK de l'Université de Guelph pour faire connaître aux producteurs les projets de recherche financés par DFO et les mises à jour. Le magazine a également présenté plusieurs articles de premier plan, dont un article de couverture détaillé sur la santé mentale en juin et sur la prévention des incendies en septembre.

Milk Producer a de nouveau reçu deux prix APEX 2021. APEX est un programme de prix annuel qui reconnaît l'excellence de la conception graphique, du contenu rédactionnel et de la capacité à atteindre l'excellence globale en matière de communication. *Milk Producer* a reçu un prix d'excellence pour les magazines, revues et tabloïdes dans la catégorie des publications produites par une ou deux personnes, ainsi qu'un prix d'excellence pour l'article de couverture d'octobre 2020, intitulé « Shining a spotlight on Canadian veterinarians » (« Coup de projecteur sur les vétérinaires canadiens »), dans la catégorie « Rédaction - Entrevues et profils personnels ».



S'appuyant sur son histoire primée, à l'automne 2021, le personnel du magazine a commencé à travailler avec l'agence de communication stratégique attitrée de DFO pour examiner les moyens de moderniser le magazine. Dans le but d'accroître l'influence et la crédibilité du magazine dans l'ensemble de l'industrie, le magazine remanié offrira une expérience exceptionnelle au lecteur grâce à une conception axée sur l'image et à un contenu pertinent et attrayant. Il offrira des conclusions claires au lecteur et sera un porte-parole fier des producteurs laitiers de l'Ontario.

Relations gouvernementales

Affaires fédérales

En 2020-21, les discussions avec le gouvernement fédéral ont été axées sur le plaidoyer en faveur d'une compensation complète et équitable pour les accords commerciaux AECG, PTPGP et ACEUM, ainsi que sur la contestation des États-Unis concernant les contingents tarifaires pour les produits laitiers, l'application de la loi aux frontières, les impacts de la COVID-19 sur le secteur laitier et la fin des concessions d'accès aux marchés des accords commerciaux existants et futurs. DFO, les producteurs laitiers canadiens et les offices provinciaux de commercialisation du lait ont travaillé ensemble au cours de l'année pour représenter les intérêts des producteurs laitiers du Canada. Dans de nombreux domaines d'intérêt commun, les producteurs ont également collaboré avec l'ATLC et d'autres groupes de producteurs agricoles.

En février 2021, DFO a soutenu la journée de lobbying virtuelle des PLC avec les offices provinciaux du lait de tout le Canada. Les représentants de l'Ontario ont rencontré près de 40 représentants du gouvernement afin de mettre en lumière les questions cruciales



ayant un impact sur le secteur laitier canadien et de défendre les intérêts de l'industrie. Les réunions ont porté sur trois priorités, soit l'atténuation des échanges commerciaux pour l'ACEUM, l'importance de protéger le système laitier canadien et le soutien à l'introduction d'un code de conduite pour les épicerias afin de renforcer la chaîne d'approvisionnement alimentaire du Canada.

Affaires provinciales



DFO continue de travailler en étroite collaboration avec la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario, l'ODC, le MAAARO et d'autres intervenants sur des questions d'intérêt pour l'industrie. En février, DFO a formulé les recommandations suivantes pour le budget de l'Ontario de 2021 :

1. Investissement dans les infrastructures : Inclure des programmes et du financement pour attirer de nouveaux investissements dans la transformation laitière et des investissements dans la transformation de la viande. L'Ontario est mal desservi en ce qui concerne la capacité de transformation des produits laitiers et DFO a recommandé au gouvernement de fournir de l'aide, le cas échéant.
2. Soutien à la Loi sur la sécurité contre les intrusions et la protection de la sécurité alimentaire (SFTPFS) et à la Loi sur les services de provinciaux visant le bien-être des animaux (PAWS) : DFO a demandé au gouvernement de fournir des fonds pour l'application de la loi dans toute la province afin d'appliquer efficacement les lois PAWS et SFTPFS et pour que DFO ait un siège permanent à la table consultative PAWS.
3. Lancer et soutenir des programmes pour les efforts de durabilité à la ferme : S'assurer que le gouvernement crée et finance des programmes visant à reconnaître les efforts de durabilité en action et à investir dans de nouvelles initiatives pour le secteur laitier.

La deuxième journée de lobbying provincial virtuel de DFO a eu lieu le 19 avril, réunissant les membres du conseil d'administration et le personnel de DFO pour des réunions avec plus de 30 représentants du gouvernement, y compris le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales. Parmi les sujets abordés lors de ces rencontres, on note une demande de représentation de DFO à la table consultative sur les animaux PAWS, l'initiative « Open for Business » du gouvernement de l'Ontario, le projet de loi 229 et les décrets de zonage du ministre, ainsi que l'appui à un code de conduites pour les épicerias.

Défense des intérêts

Après un processus complet d'appel d'offres, Wellington Advocacy a été retenu en mai pour s'occuper des relations gouvernementales de DFO. L'agence travaillera en collaboration avec Argyle Communications pour établir l'influence et la crédibilité de DFO dans le secteur, ainsi qu'auprès du gouvernement et du public. Elle travaillera également en étroite collaboration avec DFO pour élaborer une stratégie de relations gouvernementales plus solide et fournir au conseil d'administration et à l'exécutif une formation améliorée en matière de lobbying gouvernemental.

L'un des axes de ce travail est le développement d'une boîte à outils de plaidoyer pour les PLC. Ce programme, ainsi qu'un programme de formation aux médias pour certains PLC, fournira une formation expérimentale pour les opportunités de plaidoyer local et préparera les PLC aux interactions formelles et informelles avec les élus.



La boîte à outils permettra de gagner en influence par le biais de la sensibilisation des gouvernements à la base en :

1. Créant une équipe de défenseurs, de champions et d'influenceurs des PLC afin de repousser efficacement les menaces qui pèsent sur notre industrie en établissant des relations à la base;



2. Préparant les PLC intéressés et engagés à des interactions formelles et informelles avec les élus et les fonctionnaires locaux; et
3. Créant un processus pour les communications de DFO afin de soutenir et de suivre les efforts de plaidoyer au niveau de la base.

Élection fédérale

DFO a joué un rôle actif dans la campagne électorale fédérale de 2021, en appuyant le programme de lobbying des PLC et en veillant à ce que la perspective de l'Ontario sur les questions liées au commerce soit reflétée. Bien que la valeur et l'impact économique de l'industrie laitière en Ontario soient connus de beaucoup, il était essentiel de sensibiliser tous les candidats fédéraux pendant la campagne. L'équipe des relations gouvernementales a cherché activement des occasions de faire valoir les priorités de l'Ontario, a fourni un soutien aux producteurs qui souhaitaient rencontrer les candidats et a partagé avec les producteurs des mises à jour et des analyses régulières par le biais des véhicules de communication de DFO. Après les élections, des lettres de félicitations ont été envoyées à tous les nouveaux élus. À l'avenir, une base de données nouvellement créée permettra de cartographier et de cibler les interactions et de fournir un soutien aux PLC intéressés par la défense des intérêts locaux.

ÉVÉNEMENTS

Impact de la Covid-19 sur les événements de 2021

En 2021, les événements ont continué à être affectés par la pandémie et les restrictions concernant les rassemblements. Certains événements, comme le Championnat international de labour, ont dû être annulés, tandis que d'autres, comme le Canadian Dairy XPO (CDX) et le *Breakfast from the Farm* de Farm and Food Care, ont été remplacés par des événements virtuels ou en voiture. Lorsque la province a progressivement levé les restrictions plus tard dans l'année, nous avons assisté au retour du *Outdoor Farm Show* et au lancement des Dairy Days, un événement en personne qui s'est tenu les 21 et 22 septembre.

Toutes les réunions de DFO en 2021 (Assemblée générale annuelle, Conférence de printemps sur les politiques et Réunion régionale de l'automne) ont été tenues virtuellement en raison des restrictions gouvernementales.

Assemblée générale annuelle (AGA) de 2021

Plus de 600 invités, dont des producteurs et des partenaires agricoles, se sont joints au conseil d'administration et au personnel de DFO le 13 janvier

pour notre première AGA virtuelle. Parmi les moments marquants, mentionnons les salutations du ministre de l'Agriculture et des Affaires rurales, Ernie Hardeman, qui a ouvert la réunion, et le conférencier invité, Evan Fraser, du Arrell Food Institute de l'Université de Guelph, qui a parlé de l'avenir des systèmes alimentaires. Cheryl Smith, directrice générale de DFO, a présenté une mise à jour organisationnelle et ses perspectives pour 2021, tandis que Murray Sherk, président du conseil d'administration de DFO, a parlé des efforts de collaboration de l'industrie malgré les défis rencontrés en 2020.

Conférence de printemps sur les politiques (CPP)

La CPP virtuelle de DFO s'est déroulée sur deux jours en mars. Il a été bien suivi, avec près de 250 participants chaque jour. DFO a accueilli des membres de l'industrie de l'Ontario et de tout le pays, ainsi que des PLC qui ont eu l'occasion de participer aux périodes de questions les deux jours.

Murray Sherk, président du conseil d'administration de DFO, a ouvert le programme par une mise à jour nationale, reconnaissant les défis que la pandémie a présentés à l'industrie au cours de l'année écoulée et la nécessité de s'adapter à un nouvel environnement virtuel. Cheryl Smith, PDG de DFO, a fait le point sur la façon dont l'organisation et l'industrie ont été touchées par la COVID-19 et a reconnu le travail acharné de l'équipe de DFO face à la reprise et à l'évolution rapide de l'économie. Personnalité invitée, Daniel Lefebvre, directeur des opérations de Lactanet, s'est exprimé du point de vue de la science laitière sur l'utilisation de l'huile de palme.

Réunion régionale d'automne (RRA)

La RRA de DFO s'est tenue virtuellement par diffusion en direct depuis le Hilton Meadowvale de Mississauga le 19 octobre. Environ 180 participants des PLC de toute la province se sont joints à l'événement pour des mises à jour sur l'économie et le marché et des discussions sur la formation en matière de relations avec les médias et le gouvernement, un nouveau programme de formation des PLC et le travail de durabilité de DFO à ce jour.

Conférences téléphoniques avec les PLC

Au cours de l'année, DFO a organisé plusieurs rencontres téléphoniques entre le conseil d'administration de DFO, les PLC et le personnel de DFO. Ces conversations ont porté sur les problèmes auxquels l'industrie est confrontée et ont permis aux PLC de poser des questions directes au personnel de DFO et aux membres du conseil d'administration. Ces conférences se poursuivront jusqu'en 2022.



Parrainage

En raison de la COVID-19 et de l'annulation de nombreux événements et activités communautaires, DFO a vu une réduction des contributions de parrainage pour 2021. Des partenariats avec des organisations telles que Farm and Food Care Ontario, AgScape, Junior Farmers Association, et des causes importantes pour les PLC ont été conclus avec succès.

Durabilité



Les efforts de DFO en matière de durabilité ont commencé à se concrétiser au cours de l'exercice 2020-21 avec la formation du sous-comité de durabilité et un nouvel alignement sur les termes de référence. Un processus de demande rigoureux a été lancé pour inviter les producteurs à participer. Korb Whale (Alma, Ont.), Janet Harrop (Fergus, Ont.) et Kevin MacLean (Napane, Ont.) ont été sélectionnés.

Les producteurs laitiers ont toujours eu un intérêt direct dans la durabilité de leurs exploitations, de leurs animaux et de la terre. Faire plus pour réduire notre impact signifie gérer les ressources de manière responsable, réduire les déchets et innover pour améliorer la productivité.

Dans le but de devenir un défenseur reconnu de la durabilité, DFO a effectué une étude de matérialité afin d'identifier et de prioriser les sujets de durabilité qui ont des impacts sociaux, environnementaux et économiques importants et qui comptent le plus pour nos producteurs laitiers et nos intervenants. L'évaluation s'appuie sur les résultats de l'évaluation nationale menée par les Producteurs laitiers du Canada (PLC) et intègre des considérations et des données propres à l'Ontario. Elle permettra d'examiner les domaines dans lesquels l'industrie laitière de l'Ontario a déjà fait des progrès, de tirer parti des efforts déployés dans le secteur et d'identifier de nouveaux domaines d'importance. Les résultats de l'évaluation guideront notre stratégie et les rapports de performance connexes. Il s'agit d'une étape cruciale dans l'établissement de notre propre stratégie de développement durable, propre à l'Ontario.

La durabilité en agriculture - et dans le secteur laitier - est un processus et non une fin en soi. La stratégie de l'Ontario doit répondre aux normes mondiales, s'aligner sur la stratégie nationale et s'appuyer sur les priorités de l'Ontario. Notre stratégie comprendra les éléments suivants :

- Reconnaître les directives établies par diverses normes et orientations, notamment les normes de la Global Reporting Initiative (GRI), le Sustainability Accounting Standards Board (SASB), les objectifs de développement durable des Nations unies (ODD), ainsi que le Dairy Sustainability Framework (DSF);
- Mener une étude de matérialité;
- Identifier et prioriser les enjeux sociaux, environnementaux et économiques qui sont les plus importants pour l'industrie et DFO;
- Développer des objectifs mesurables et des exigences en matière de rapports.

À l'horizon 2022, le sous-comité de durabilité de DFO utilisera les résultats de l'évaluation de la matérialité et les informations sur les plans des PLC pour déterminer la stratégie globale, élaborer des objectifs et créer une feuille de route pluriannuelle avec des objectifs à court, moyen et long terme. Les ressources et les paramètres seront également établis.

Formation et développement

Mis en place pour identifier et créer des opportunités de formation et de développement pour divers groupes de producteurs, le travail du sous-comité de formation et de développement a commencé sérieusement en 2020-21. Quatre producteurs ont été recrutés pour apporter une contribution supplémentaire : Peggy Brekvelde (Murillo, Ont.), Joel Stam (Norwich, Ont.), Steph Towers (Glencoe, Ont.) et Deb Knapton (Almonte, Ont.). Les premiers travaux du sous-comité ont été axés sur la création d'un cadre et d'une stratégie de mise en œuvre - le « quoi » et le « comment » - pour offrir des possibilités de développement aux PLC, aux jeunes producteurs et aux producteurs locaux en général.

Le premier chantier de ce mandat vise à offrir aux PLC un programme de formation pour apprendre et comprendre le travail d'un PLC en tant que leader de l'industrie laitière. La formation sera mise en œuvre dans le cadre d'un programme pilote en décembre 2021, avec une représentation de chaque comté de la province.

En tant que pilier de cette formation, le guide du PLC a été entièrement mis à jour et des modules vidéo d'accompagnement ont été créés pour améliorer l'expérience de formation. Toutes les réactions au projet pilote seront prises en compte et le programme finalisé sera fourni à tous les PLC au printemps 2022.



À l'avenir, le sous-comité portera son attention sur les possibilités de formation et de développement (existantes et nouvelles) pour les jeunes producteurs, les femmes dans le secteur laitier et les producteurs en général.

MARKETING & DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

L'équipe du marketing et du développement des affaires de DFO est responsable du marketing et des promotions au nom des producteurs auprès des consommateurs, à la fois directement et en partenariat avec les transformateurs laitiers et d'autres partenaires de l'industrie.

MARKETING

Stratégie de marque, campagnes et programmes à destination des consommateurs

L'objectif stratégique de DFO pour l'exercice 2021 était de « faire des produits laitiers de l'Ontario le choix alimentaire le plus inspiré ». L'équipe de marketing a travaillé à la réalisation de cet objectif en ancrant les initiatives de marketing dans trois piliers ciblés et définis.

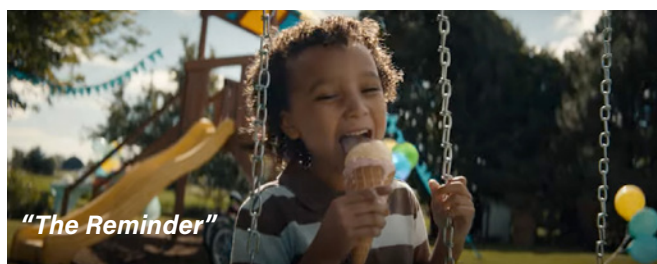
Premier pilier : renforcer l'industrie

Le premier pilier est consacré au « renforcement de l'industrie ». Les études de consommation révèlent que lorsque les consommateurs ressentent de la sympathie pour les personnes qui produisent un produit, ils en consomment davantage.

La stratégie de « capital de marque » crée et renforce une image positive de l'industrie laitière de l'Ontario en s'appuyant sur une stratégie de « valeurs des fermiers » pour dissiper les perceptions erronées au sujet de l'industrie. Cette stratégie vise à renforcer la confiance et le soutien à l'égard de l'industrie laitière en racontant l'histoire des producteurs laitiers de l'Ontario, leur passion pour leur travail et leurs solides valeurs personnelles. Les thèmes des familles multigénérationnelles de producteurs laitiers et de la fierté de produire des produits laitiers de haute qualité sont restés dominants dans les publicités de DFO. Pour s'assurer que les producteurs laitiers de l'Ontario restent présents à l'esprit des consommateurs ontariens tout au long de l'année, en mettant l'accent sur le segment cible des « mamans de la génération Y », DFO a diffusé le spot télévisé *The Letter* sur les médias linéaires et numériques au cours de l'hiver 2021 et à nouveau dans le cadre d'une campagne médiatique axée sur le numérique au cours de l'été 2021. D'autres actifs ont été optimisés pour soutenir davantage les messages de « fierté » et de « local ».



En outre, des études de consommation ont permis de définir une nouvelle stratégie de campagne de valorisation de la marque, pertinente et significative, qui s'appuie sur les valeurs des agriculteurs à travers le prisme du « local ». La recherche a révélé que les consommateurs ont renouvelé leur appréciation des valeurs et des comportements locaux et communautaires pendant la pandémie, et la campagne d'équité d'octobre 2021 s'est appuyée sur la fierté locale et la fierté de produire des produits laitiers de haute qualité pour les communautés de la province. La campagne a rappelé aux consommateurs que les producteurs laitiers sont également locaux et qu'ils sont responsables devant les communautés locales de la production de produits laitiers de haute qualité dans leurs exploitations familiales.



La campagne était ancrée dans notre nouveau spot télévisé intitulé *The Reminder* et comprenait une campagne de marketing entièrement intégrée pour le soutenir par le biais de la télévision linéaire et numérique, des réseaux sociaux, de la vidéo en ligne, des panneaux d'affichage numériques, de la radio numérique et de tactiques de relations publiques (RP) telles que des partenariats avec des influenceurs, de l'acquisition de segments de diffusion et la production de contenu social généré par les agriculteurs. Raconté du point de vue d'une jeune productrice laitière, le spot télévisé a touché les consommateurs sur le plan émotionnel et les tests créatifs ont permis d'identifier un fort potentiel de marque, de persuasion, de signification et d'impact à long terme.

Les messages clés diffusés ont été répétés dans d'autres canaux de la campagne et, pour la première fois dans notre création télévisuelle empreinte de valeurs d'équité, l'histoire de l'agriculteur a été accompagnée d'aperçus de moments hors de la ferme montrant des



familles et des amis de l'Ontario dégustant ensemble de délicieux produits laitiers ontariens. Cette approche créative a permis de démontrer avec force que le travail des familles de producteurs laitiers de l'Ontario sur leurs fermes ne se limite pas à elles, mais concerne tout le monde.

Pour tirer parti du soutien des producteurs laitiers de l'Ontario à leur communauté, DFO a continué de s'associer à divers transformateurs laitiers et partenaires détaillants pour lancer la deuxième campagne Milk and Cookies en novembre 2020. Cette campagne a permis de renforcer le capital de marque de DFO et de faire reconnaître le soutien des producteurs laitiers de l'Ontario aux communautés locales. Le spot télévisé et la campagne de marketing entièrement intégrée l'ont démontré en annonçant un don total de 500 000 \$ aux hôpitaux pour enfants de l'Ontario et en invitant les consommateurs, les intervenants et les partenaires à se joindre à DFO pour envoyer des messages de vacances aux enfants et aux jeunes qui passent leurs vacances à l'hôpital.



Le spot télévisé Big Believers de DFO a continué de toucher les consommateurs sur le plan émotionnel, tandis que la campagne entièrement intégrée a tiré parti de l'impact d'un verre de lait géant emblématique pour recueillir des messages virtuels qui ont été partagés sur les canaux de médias sociaux et numériques, y compris l'affichage numérique. Ces efforts ont donné des résultats positifs sur toute la ligne, les consommateurs remplissant notre verre de lait virtuel de messages virtuels positifs et réconfortants pour les enfants des hôpitaux de l'Ontario. L'image du verre de lait virtuel a fourni un visuel distinct et personnalisable pour DFO et sera repris en tant qu'exécution virtuelle à la fin de 2021.

Deuxième pilier : accroître la pertinence du lait

Le deuxième pilier stratégique est axé sur « l'augmentation de la pertinence du lait ». Les recherches de DFO ont montré que, même si la consommation de lait était en baisse avant la pandémie, nous avons depuis constaté un regain d'intérêt pour les produits laitiers, les consommateurs consommant des produits laitiers et cuisinant davantage à la maison. Nous continuerons de tirer parti de ce regain d'intérêt pour le lait et profiterons de cette occasion pour

renforcer l'importance du rôle que joue le lait dans nos vies.

Pour rendre le lait plus pertinent auprès des consommateurs ontariens, DFO a mis à profit une stratégie intitulée « Untold Potential » (Un potentiel insoupçonné). Cette stratégie met en évidence la pertinence du lait en alignant et en renforçant ses avantages dans le contexte des caractéristiques et des exigences de la vie moderne. L'une des façons de concrétiser cette stratégie a été de mettre en valeur la haute valeur nutritive du lait dans les campagnes. DFO a fait évoluer sa plateforme créative *What Can't Milk Do?*, en mettant à jour l'idée originale lancée à l'automne 2019. Cette plateforme créative a été diffusée à deux reprises au cours de cet exercice afin de renforcer le message selon lequel le lait est un aliment à forte densité nutritionnelle.

What Can't Milk Do?

Le message *What Can't Milk Do?* (Le lait peut tout faire!) a été soutenu par une campagne entièrement intégrée qui comprenait des stratégies télévisuelles, sociales, numériques, radiophoniques, d'affichage et d'influence. Pour compléter cette campagne très appréciée, DFO a également fait appel à des influenceurs pour souligner la densité nutritionnelle du lait pendant le petit-déjeuner. Cette campagne de relations publiques a été lancée pendant la période chargée de la rentrée des classes, ce qui était très pertinent pour le message nutritionnel.

Une autre stratégie utilisée pour renforcer la pertinence du lait a consisté à exploiter le segment cible de la génération Z avec des messages socialement convaincants adaptés à cette population. À l'ère du numérique, où sa vie est exposée, le public de la génération Z s'efforce de faire un choix socialement acceptable dans ses décisions de consommation alimentaire. Les alternatives végétales réussissent à séduire cette génération de cette manière, ce qui entraîne une augmentation de la consommation de ces boissons alternatives.

Si les produits laitiers perdent un peu de leur statut d'« aliment de base » auprès de cette population, le public de la génération Z conserve certaines occasions où les produits laitiers sont irremplaçables. Notre objectif est de nous pencher sur ces moments et de donner aux consommateurs les moyens d'agir, en les rassurant et en les encourageant à consommer des produits laitiers.

Pick-Me-Ups de MilkUP

Pour tirer parti de ces moments laitiers, DFO a créé Pick-Me-Ups de MilkUP, la première boutique éphémère à post-paiement de l'Ontario, en collaboration



avec certaines des marques locales préférées de la génération Z. À mi-chemin entre le « ravitaillement » et le « remontant », DFO a travaillé avec des fabricants et des collaborateurs locaux qui ont chacun créé des produits et des œuvres d'art en édition limitée, inspirés du lait, pour célébrer une histoire locale commune d'une manière qui résonne avec les consommateurs de la génération Z de l'Ontario. Cette opération est devenue un succès du jour au lendemain sur TikTok, recueillant plus de 1,1 million de vues organiques du hashtag et 10 millions d'impressions de médias gagnés. DFO a accueilli plus de 5 200 invités sur 12 jours, dont la plupart ont fait la queue pendant plus de trois heures. MilkUP continuera à s'appuyer sur le succès de la campagne Pick-Me-Ups par le biais d'une activation sociale et en direct tout au long de 2022.



En outre, DFO portera l'élan de la marque MilkUP dans ses écosystèmes de partenariat. Dans le cadre de la plateforme MilkUP every moment, Maple Leaf Sports & Entertainment se concentrera sur l'amélioration des expériences et l'autonomisation de la prochaine génération de fans par l'activation sur site et l'engagement à la base. Cela s'étend aux partenariats de sport amateur de DFO avec l'Ontario Minor Hockey Association, l'Ontario Basketball Association, l'Ontario Soccer Association et l'Ontario Hockey Association. Grâce à ces partenariats, DFO soutiendra les jeunes de l'Ontario dans leur cheminement vers la réalisation de leur potentiel inexploité sous la forme de bourses d'études et de récits créatifs par le biais du contenu et de la mise en œuvre.

Troisième pilier : Provoquer des « moments laitiers »

Le troisième pilier de DFO stimule la consommation en « provoquant des moments laitiers ». Ce pilier vise à inspirer des occasions laitières basées sur l'utilisation en amplifiant notre « stratégie de culture alimentaire et culinaire locale ».

Savour Ontario (Savourez l'Ontario)

DFO a tiré parti de sa marque culinaire, Savour Ontario, pour susciter ces moments d'inspiration laitière auprès des consommateurs. Cette marque est particulièrement bien placée pour atteindre un public d'épicuriens qui aiment cuisiner et participer à des expériences culinaires locales. DFO a lancé trois campagnes Savour Ontario et a cultivé de nombreux partenariats pour renforcer ses liens avec ses consommateurs cibles au cours de l'exercice financier.



En avril 2021, au moment où les consommateurs commençaient à retourner dans les restaurants et les magasins de détail après la fermeture due à la pandémie, DFO a lancé la campagne Savour Ontario Milk & Honey qui encourage les consommateurs à soutenir les chefs de l'Ontario en commandant des plats inspirés des produits laitiers dans les restaurants locaux et en recréant ces plats typiques à la maison. Cette campagne a été promue en partenariat avec l'Ontario Wine Marketing Association (OWMA) par le biais de sa marque VQA, ainsi qu'avec la Culinary Tourism Alliance par le biais de son programme Feast On sur les plateformes numériques et sociales de ses partenaires. Axée sur la saison estivale, la campagne d'été baptisée Savour Ontario Outdoors, (Savourez l'Ontario en extérieur) offrait aux consommateurs la possibilité de profiter des expériences de plein air de l'Ontario grâce à des recettes de camping raffinées où les produits laitiers occupent une place de choix. Cette campagne a promu et célébré les produits laitiers en tant qu'ingrédient hyperlocal et de haute qualité par le biais de cette campagne numérique. En septembre 2021, DFO a lancé une série en deux parties, en partenariat avec la LCBO et le vignoble ontarien local, Henry of Pelham. La campagne a fait la promotion des accords entre les fromages artisanaux de l'Ontario et les vins VQA tout au long de l'automne et de l'hiver par le biais



d'une étiquette apposée sur certains vins Henry of Pelham dans les magasins LCBO. Chaque session de la campagne comportait trois étiquettes uniques mettant en valeur des accords de fromage, de vin et de recettes d'inspiration laitière élaborées par des chefs.

Ces campagnes saisonnières ont permis de mettre en valeur les produits laitiers locaux et d'inspirer les consommateurs avec des idées de recettes uniques et délicieuses. Les campagnes ont également contribué à la notoriété de la marque et à l'engagement de Savour Ontario et ont continué à attirer les consommateurs cibles « vers notre contenu de marque ».

Le calendrier du lait 2021



Autre stratégie clé pour encourager la consommation de produits laitiers : le programme du Calendrier du lait. Le Calendrier du lait est une tradition annuelle bien appréciée de nombreuses familles, et l'édition 2021 du calendrier a permis de mettre en valeur les aliments locaux. Il présentait de merveilleuses recettes saisonnières et des ingrédients de tout le Canada, créés par une équipe composée de certains des meilleurs créateurs de recettes du pays.

Le lancement et la distribution du calendrier du lait 2021 ont été un grand succès : près de 100 000 nouveaux abonnés se sont inscrits pour recevoir le calendrier et se sont inscrits dans la base de données de DFO.

DISTRIBUTION DU CALENDRIER DU LAIT 2020-21

Destination	# total d'exemplaires	% du total
Livraison à domicile	146 375	24,2
Cadeau de Noël de la LCBO	237 000	39,1
PLC et transformateurs	18 247	3,0
Métro	195 000	32,2
Milk Producer & MENU Magazine	7 800	1,3
Calendriers restants	953	0,2
	605 375	100,0

La planification et le développement de l'édition 2022 du Calendrier du lait ont débuté au début de l'année 2021, et célébreront une étape majeure avec 45 ans d'inspiration laitière. Ce 45e anniversaire marque une réussite historique dans l'héritage de la cuisine et de la pâtisserie à base de produits laitiers locaux, fabriqués dans des exploitations familiales locales.

Gestion de la relation client (GRC)

Compte tenu du succès des abonnements au Calendrier du lait et des téléchargements numériques, DFO a mis en place un système d'inscription entièrement en ligne qui permet de commander des exemplaires imprimés du calendrier ou de visualiser/télécharger la collection de recettes numériques via le site web.

La popularité du Calendrier du lait amène un grand nombre d'abonnés au programme GRC de DFO par le biais du processus d'inscription. Le programme permet une communication continue avec les consommateurs et continue d'évoluer et de se développer grâce à des bulletins d'information mensuels envoyés à un public d'abonnés très engagés. Au cours de l'année dernière, l'audience de DFO est passée de 100 000 à 250 000 abonnés. Le bulletin d'information informe les consommateurs des dernières initiatives de marketing des différents piliers de DFO, des offres de coupons des transformateurs locaux et des délicieuses recettes à base de produits laitiers de milk.org.

Les coupons à imprimer distribués par le biais du bulletin mensuel sont fournis en partenariat avec les transformateurs et, grâce à cette collaboration, plus de 455 000 \$ d'économies ont été mises à la disposition des consommateurs au cours de la dernière année. Ce programme vise à lutter directement contre la perception du prix élevé des produits laitiers, qui constitue un obstacle majeur à la consommation, comme l'a révélé une récente étude de DFO.

De plus, grâce à ce programme, DFO a fièrement mis en vedette et encouragé 270 000 produits portant le logo de la vache bleue. Les coupons mis en vedette ont eu un rendement de 24 % supérieur à la moyenne de l'industrie alimentaire, ce qui démontre un appétit significatif pour les produits laitiers locaux de la part des consommateurs directs. Le programme de gestion des relations avec la clientèle continue d'être une plateforme efficace pour véhiculer des messages sur le « local », la densité nutritionnelle et les recettes originales.

Réseaux sociaux

Il existe une autre stratégie qui s'applique à tous les piliers et objectifs stratégiques de DFO : les médias sociaux. Comme les publics adoptent de plus en plus les plateformes numériques pour obtenir des nouvelles,

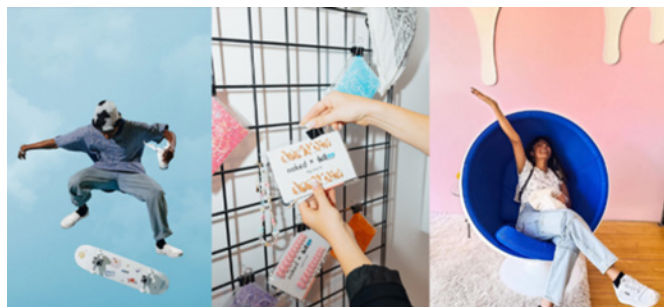


de l'information et pour entrer en contact avec d'autres personnes, il est essentiel que DFO continue d'être omniprésent sur ses canaux sociaux et qu'il tire parti de cette plateforme pour appuyer des campagnes, partager de l'information et interagir avec des publics clés.

Au cours de l'exercice 2021, DFO a continué à créer une communauté en ligne et à susciter la fierté de l'Ontario et des produits laitiers par le biais d'actions majeures et de tactiques stratégiques supplémentaires qui ont créé une voix et une approche qui se poursuivront au cours de l'exercice 2022 :

- **Renforcer l'engagement communautaire :** poursuite de l'entretien des relations existantes et de la création de nouveaux défenseurs des produits laitiers sur tous les canaux de médias sociaux.
- **Affiner les médias payants :** Recentrer les objectifs, tout en éliminant les chevauchements d'audience et en optimisant l'efficacité du budget.
- **Maximiser l'efficacité :** Optimisation des cours de contenu afin d'obtenir le meilleur retour sur l'engagement par le biais des influenceurs, du contenu généré par les utilisateurs et du site web..

L'audience sociale de DFO a augmenté de 23 pour cent au cours de la dernière année et continue d'être active sur Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest et LinkedIn. En complément de ses médias sociaux, DFO a également lancé @ontariodairy sur TikTok et affiné la stratégie Tiktok de @milkupOntario au cours de l'été. Dans son dernier rapport mensuel, @milkupOntario a connu la meilleure croissance de son histoire en termes d'engagement, d'adeptes et d'impressions. La clé de la réussite de ce lancement a été une approche unique consistant à établir des relations avec des créateurs à la mode et à l'aise sur les réseaux sociaux. DFO a renforcé l'importance des produits laitiers et son rôle de soutien local en s'adressant aux passionnés de la génération Z comme la mode, l'art et la musique sur la plateforme sociale qu'ils utilisent le plus : TikTok.



Les chiffres ci-dessous montrent l'augmentation du nombre d'adeptes des pages de médias sociaux de DFO entre février 2021 et la fin de l'exercice financier.

CROISSANCE DU NOMBRE D'ABONNÉS (FÉVRIER 2021 - OCTOBRE 2021)

Nombre de visiteurs en plus	↗ 23,3 %
f Mentions « j'aime » en plus	↗ 6,7 %
@ Abonnés gagnés	↗ 32,7 %
in Abonnés gagnés	↗ 45,6 %
🐦 Abonnés gagnés	↗ 60,9 %

Plateformes numériques

D'autres améliorations numériques ont été apportées, notamment la mise à jour du site web milk.org. Les mises à jour de milk.org se sont concentrées sur le contenu destiné aux acteurs de l'industrie et ont été lancées conjointement avec le système de gestion du lait (SGL) au début de l'année 2021.

La dernière mise à jour du site Web destiné aux consommateurs (www.milk.org) a été effectuée en avril 2021 et comprenait des changements de conception et de contenu fondés sur les commentaires des consommateurs et les vérifications de données. DFO a amélioré l'information mise à la disposition des consommateurs qui cherchent à en savoir plus sur l'industrie laitière de l'Ontario et s'est assuré que tout le contenu est entièrement accessible et facile à consulter. Des mises à jour mineures ont également été apportées à la section culinaire du site Web afin de faciliter la navigation dans la section des recettes.

Programme éducatif sur les produits laitiers

Le programme d'éducation de DFO, qui s'appuie sur les divers piliers de la commercialisation, a également fait l'objet d'une attention particulière. L'apprentissage virtuel devenant la « nouvelle norme », l'équipe d'éducation laitière s'est adaptée au monde numérique de l'enseignement et a commencé à donner des présentations virtuelles et à élaborer un nouveau programme, Growing Up Dairy (GUD), qui met l'accent sur la croissance des veaux et les activités quotidiennes de la vie à la ferme au moyen de courriels envoyés toutes les deux semaines aux classes de l'Ontario. Les éducateurs laitiers ont pu se connecter à 509 écoles par le biais de 1 334 présentations virtuelles, établissant 467 connexions avec des classes GUD et touchant 33 853 élèves. Les 35 leçons du système de gestion de l'apprentissage du programme, www.edu.milk.org, ont été consultées 58 882 fois et constituent une excellente ressource pour les enseignants de l'Ontario, qu'ils offrent un apprentissage en classe ou à distance.

L'équipe chargée de la pédagogie a également lancé officiellement Dairycraft, une expérience éducative hautement immersive qui permet aux élèves d'explorer



le monde de l'élevage laitier avec Minecraft : Education Edition. Les plans de cours incitent les élèves à faire preuve de créativité et à collaborer pour mener à bien des tâches liées à trois piliers d'apprentissage fondamentaux : la production locale, la polyvalence et la nutrition. Dairycraft reste la ressource la plus populaire du programme, avec près de 3,8 millions de téléchargements en octobre 2021.



Cette année scolaire (2021-2022), le Programme éducatif sur les produits laitiers a concentré ses efforts pédagogiques sur la mise à profit des présentations en direct, en classe, lorsque cela est possible, et sur l'élargissement de sa capacité à atteindre les étudiants par le biais de présentations virtuelles et de Growing Up Daily. DFO continuera de surveiller et de respecter les règlements des conseils scolaires et des écoles en ce qui concerne les visiteurs, tout en cherchant des occasions d'accroître la portée du programme.

Programme du Lait des Écoles Élémentaires (PLEE)

Le PLEE est passé à une nouvelle plateforme numérique avec le programme School Cash Online (SCO) qui a considérablement réduit la charge des bénévoles dans les écoles et fournira à DFO des données fiables sur la consommation. Actuellement, l'équipe du programme a accès au plus grand nombre d'écoles possible ; toutefois, des restrictions sur les portions de lait demeurent en place dans divers conseils scolaires et écoles de l'Ontario. L'équipe a commencé à développer un nouveau programme de récompenses pour inciter à la consommation de lait à l'école et à la maison : Milk Club, dont le lancement est prévu en mars 2022. De plus, le programme Nutrition des élèves de l'Ontario et le programme de remise de DFO ont permis de fournir 848 402 portions de lait à 274 971 élèves durant l'année scolaire 2020-21.

Événements

Bien que cette année ait été une autre année difficile en raison de la pandémie, les événements demeurent une pierre angulaire des efforts de DFO pour éduquer le public et établir des liens avec les intervenants. La Royal Agricultural Winter Fair (RAWF) a annulé son événement en direct et est devenue virtuelle (du 10 au 14 novembre 2020), et DFO a eu la fierté de figurer parmi les commanditaires de la Royal Agricultural Virtual Experience (RAVE). Ce parrainage a fourni une occasion unique de marketing pour atteindre un public national de consommateurs et de partager les efforts de marketing du programme Dairy Done Right de DFO qui met en valeur les récits de fierté, de proximité et de confiance. L'événement RAVE a été populaire auprès des étudiants, avec plus de 42 000 visiteurs dans la zone agricole et plus de 14 000 personnes qui ont utilisé le matériel.



DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Le développement commercial est une autre composante intégrale des activités de DFO qui soutient l'objectif global de marketing. Au cours de l'année écoulée, l'appui des consommateurs aux produits laitiers s'est traduit par des volumes de ventes constants dans le secteur de la vente au détail, tandis que DFO a continué de voir des volumes moins qu'optimaux dans les secteurs de la restauration et de l'hôtellerie en raison des restrictions imposées par le gouvernement fédéral. À l'approche de l'automne 2021, DFO a commencé à voir des signaux plus forts de reprise dans le secteur des services alimentaires. Bien que le chemin vers la reprise soit long, DFO continuera à soutenir ces efforts.

Les efforts de partenariat se sont poursuivis tout au long de l'année avec des partenaires clés comme Metro, Longo's, Eataly, Fortinos, Restaurants Canada, Tim Hortons et Pizza Pizza, ainsi qu'avec plusieurs transformateurs. Comme toujours, l'objectif de ces partenariats est de tirer parti de la force et de la portée des consommateurs qu'offre chaque partenaire pour favoriser la sensibilisation et la consommation de produits laitiers, le cas échéant. La publicité en magasin, les médias sociaux, la publicité imprimée et numérique



ont tous été utilisés pour exécuter les programmes de partenariat afin de mobiliser les consommateurs ontariens en mettant l'accent sur les produits laitiers locaux de l'Ontario. Ces stratégies ont permis à notre industrie de se faire entendre, ce qui n'aurait pas été possible sans ces partenariats. Dans la mesure du possible, DFO a également utilisé le logo de la vache bleue pour transmettre aux consommateurs un message cohérent sur les produits laitiers 100 % canadiens.

Programme d'innovation Start-Up/Scale-Up

Les programmes d'innovation Start-Up/Scale-Up de DFO aident les nouveaux entrepreneurs laitiers à entrer dans l'industrie de la transformation laitière par le biais de mentorat, de soutien spécialisé et de financement (si admissible). Au cours de l'année, DFO a continué de constater une croissance dans son programme d'innovation. De nombreux nouveaux participants ont entamé un dialogue avec l'équipe pour explorer le démarrage d'une entreprise de transformation laitière, tandis que d'autres participants ont pu développer leurs entreprises existantes et se qualifier, grâce au

programme, pour des subventions de contrepartie de DFO. Au cours de l'année écoulée, DFO a accordé un total de 16 subventions à des participants qualifiés du programme Scale-Up, dont un mélange de nouveaux demandeurs et de demandeurs réguliers. Deux nouveaux transformateurs à la ferme ont ouvert des usines de production et ont commencé la transformation au cours de l'été, ce qui porte à 17 le nombre total de transformateurs à la ferme en Ontario, dont plusieurs ont participé au programme d'innovation de DFO.

Avec l'aide d'une subvention du Partenariat canadien pour l'agriculture par l'entremise du MAAARO, DFO a entrepris de développer ce programme et de le rendre plus efficace pour l'avenir, grâce à de meilleurs outils et renseignements en ligne ainsi qu'à des webinaires visant à éduquer les participants sur divers sujets afin de les aider dans leur cheminement. DFO croit que l'innovation est un élément clé de la réussite de l'industrie laitière provinciale et continuera à évoluer et à soutenir la croissance avec divers partenaires du programme.

RECHERCHE SUR LES PRODUITS LAITIERS

Projets et activités de recherche

Les activités de recherche sur la production de DFO sont réparties en trois domaines :

1. Efficacité et durabilité des exploitations laitières
2. Santé et bien-être animal
3. Composition, qualité et salubrité du lait

PROJET/DOMAINE

RÉSUMÉ

EFFICACITÉ ET DURABILITÉ DES EXPLOITATIONS LAITIÈRES

Priorités de recherche sur les exploitations laitières biologiques

Une enquête menée auprès des producteurs et des groupes de discussion ont permis d'identifier les priorités suivantes : gestion des pâturages et des herbages, gestion agricole et économie de la production, marchés de niche, efficacité et durabilité des exploitations, services de vulgarisation biologique, santé des sols et qualité du lait.

Centre de recherche biologique Alfred

Alfred College, ou la Ferme d'éducation et de recherche du campus d'Alfred (FERCA), a construit une nouvelle étable avec 104 stalles de traite. Pour établir et exécuter des plans de communication efficaces, le conseil d'administration de DFO verse des fonds à la FERCA pour assurer la liaison. À la demande de DFO, la FERCA cherche à établir des partenariats avec plusieurs institutions de recherche et universités afin d'assurer le bon niveau d'expertise scientifique.

Effet du comportement au pâturage et de la gestion des pâturages sur la santé et la production des vaches laitières

La recherche doctorale de trois ans portera sur la productivité et la santé des vaches dans un système plus extensif basé sur les pâturages, qui nécessiterait une utilisation efficace des ressources fourragères grâce à une meilleure connaissance du comportement alimentaire et des choix diététiques.

Silos à lait ou réservoirs verticaux à la ferme

À la suite d'une recherche à la ferme visant à obtenir des données concernant l'échantillonnage et le classement, DFO collabore avec le MAAARO pour obtenir des modifications réglementaires afin de permettre la mesure, la collecte et l'échantillonnage du lait dans les silos à lait.

Emballage et couverture d'ensilage à base de biomatériaux

L'objectif de la recherche est de produire un emballage de balles et une couverture d'ensilage qui répondent aux besoins des agriculteurs et qui sont biodégradables après utilisation afin de réduire l'accumulation de plastique.

Recherche sur la santé mentale : bourse de recherche postdoctorale

DFO contribue à un programme de bourses de recherche de deux ans visant à développer la base de connaissances canadienne sur la santé mentale et l'agriculture. Les résultats de ces études pourraient mener à un meilleur accès aux services de santé mentale et à de meilleurs résultats en matière de santé mentale pour les agriculteurs canadiens, ce qui pourrait contribuer à améliorer la durabilité de l'agriculture canadienne.



PROJET/DOMAINE

RÉSUMÉ

Bourse d'assistance à la recherche doctorale de DFO

La bourse d'assistance à la recherche doctorale de DFO est décernée chaque année à un étudiant exemplaire entrant dans un programme de doctorat à l'Université de Guelph. La bourse est accordée pour trois ans d'études de doctorat à temps plein dans un domaine de recherche qui intéresse DFO.

Exceptionnellement cette année, deux bourses de doctorat à temps plein ont été attribuées. DFO et l'Université de Guelph soutiennent financièrement Catalina Wagemann Fluxa pour son projet d'étude sur l'effet des facteurs de stress liés au logement et à la gestion en fin de gestation et en début de lactation sur la santé, le bien-être et la performance des bovins laitiers dans les troupeaux de l'Ontario, ainsi que Colin Lynch pour son projet d'étude sur le développement d'un indice canadien de santé des veaux pour améliorer la résilience des vaches laitières.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE ANIMAL

Euthanasie et vaches couchées dans les exploitations laitières

En collaboration avec Les Producteurs de lait du Québec (PLQ) et les PLC, DFO a approuvé une étude visant à comprendre les perceptions, les obstacles, les contraintes et les aspects psychologiques entourant la gestion et l'euthanasie des vaches couchées.

Chaire de recherche sur la santé des bovins laitiers

Les activités de la chaire mettent à profit les possibilités qui permettront à l'Ontario de rester à l'avant-garde de la production laitière au Canada et dans le monde grâce à la recherche, à l'enseignement, au mentorat et aux services dans le domaine de la santé, du bien-être et de la biosécurité des bovins laitiers. Les recherches de la chaire portent sur des aspects importants de la santé, du bien-être et de la biosécurité des bovins laitiers, notamment les maladies infectieuses (paratuberculose, diarrhée virale bovine et leucose), la mammite et la qualité du lait à la ferme, l'utilisation et la résistance aux antimicrobiens (UAM et RAM), la biosécurité (ciblée sur les maladies importantes), la locomotion (avec un accent sur le bien-être et l'amélioration génétique), les maladies métaboliques (cétose) et la santé et l'efficacité de la reproduction.

Description et caractérisation de la mortalité néonatale des veaux dans les fermes laitières de l'Ontario

L'objectif est de déterminer le niveau actuel d'occurrence de la mortalité périnatale et les facteurs de risque importants qui pourraient être traités pour réduire la mortalité.

Programme de surveillance des maladies du lait de citerne

DFO et le MAAARO financent un projet de deux ans visant à effectuer une surveillance des maladies infectieuses par le biais d'analyses d'échantillons de lait prélevé dans des citernes.

Les résultats, qui seront partagés avec les producteurs individuels, fourniront des renseignements sur l'état de santé de chaque troupeau de l'Ontario et la possibilité d'améliorer les plans de biosécurité au besoin.

Projet d'application et de transfert de connaissances (ATC) pour aider les producteurs laitiers à améliorer le bien-être des bovins laitiers

En utilisant les données annuelles de proAction pour chaque ferme, synthétisées avec les dernières recherches sur ce sujet, ce projet permettra de développer et de diffuser des ressources scientifiquement prouvées qui mettent en avant de véritables histoires de réussite de producteurs laitiers et les dernières recherches sur la manière de prévenir, de contrôler et d'améliorer les mesures d'origine animale chez les bovins laitiers.

COMPOSITION, QUALITÉ ET SALUBRITÉ DU LAIT

Solutions de gestion des antimicrobiens pour une industrie laitière durable

Le Fonds pour la recherche en Ontario - Excellence en recherche (ORF-RE) a approuvé la proposition du Dr David Kelton sur les solutions de gestion des antimicrobiens pour une industrie laitière durable.

Les objectifs de la proposition du Dr Kelton sont d'aider à développer de nouvelles pratiques de gestion des antimicrobiens et d'explorer des stratégies pratiques pour les producteurs laitiers de l'Ontario afin de réduire prudemment l'utilisation des antimicrobiens sans compromettre la santé des animaux.

Taux élevé d'acides gras libres dans le lait de citerne en vrac de l'Ontario

En mai 2017, l'Ontario a commencé à tester tous les échantillons d'expédition de réservoirs en vrac de chaque exploitation pour déterminer la présence d'acides gras libres (AGL). D'après une évaluation initiale de la première année de tests, le Dr Kelton et son équipe ont constaté qu'environ 10 % des échantillons de réservoirs en vrac de l'Ontario dépassaient le seuil communément utilisé de 1,5 millimole par 100 grammes de matières grasses. Les niveaux d'AGL étaient plus faibles dans les troupeaux de vaches traitées dans une salle de traite par rapport à celles traitées dans une étable à stabulation entravée ou robotisée. De même, les niveaux d'AGL étaient plus faibles dans les troupeaux biologiques que dans les troupeaux non biologiques. Un étudiant en doctorat a été engagé pour diriger ce projet. Les résultats sur les AGL seront mis à la disposition des producteurs dans le tableau de bord des producteurs, protégé par un mot de passe, sur le site Web de DFO.

Profil d'acides gras des cuves à lait pour améliorer les exploitations laitières

Le suivi des profils d'acides gras (AG) à partir d'échantillons de lait de cuve en offre une nouvelle possibilité de mieux évaluer et comprendre la fonction ruminale, la santé de la panse et la mobilisation des réserves corporelles - trois aspects interdépendants qui permettent aux chercheurs d'optimiser la réponse des vaches aux stratégies alimentaires et d'améliorer les performances et la rentabilité du troupeau.

En collaboration avec Lactanet et Les Producteurs de lait du Québec, DFO participe au financement d'un programme national d'analyse du profil des AG du lait pour améliorer le rendement des fermes laitières. Les activités financées comprendront la circulation de l'information entre les agriculteurs et les chercheurs, l'infrastructure pour le traitement des données et la production de rapports, ainsi que le transfert de connaissances pour conseiller sur les activités future



PROJET/DOMAINE**RÉSUMÉ**

Chaire de recherche industrielle CRSNG-DFO en microbiologie Dr. Gisèle LaPointe, Département des sciences alimentaires, Université de Guelph

Les fonds versés par DFO sont égalés par le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) - Subventions de chaires de recherche industrielle.

Le programme de recherche de la Chaire de recherche industrielle CRSNG-DFO en microbiologie laitière vise à assurer la qualité et la fonctionnalité des produits laitiers par un meilleur contrôle des écosystèmes microbiens. L'approche de la chaire CRSNG-DFO consiste à intégrer les connaissances tout au long de la chaîne de valeur, du producteur et de la transformation à la santé du consommateur.

Étude de la déplétion à la dexaméthasone chez les bovins : étude du lait et des tissus comestibles

L'utilisation de la dexaméthasone est approuvée au Canada chez les bovins laitiers en lactation pour le traitement de la cétose bovine et de l'œdème de la glande mammaire de la parturiente, ainsi qu'en tant qu'agent anti-inflammatoire. Actuellement, il n'y a pas de limite maximale de résidus autorisée pour la dexaméthasone chez les bovins au Canada. Les résultats de ces études fourniront aux principaux intervenants des renseignements essentiels sur le retrait des médicaments.

Subventions en aide à l'Université de Guelph

Chaque année, le MPO accorde des subventions pour des projets au sein de départements universitaires engagés dans la recherche laitière.

Les projets menés au cours de l'été 2021 à l'aide du programme de subventions comprenaient :

#	TITRE DU PROJET	DÉPARTEMENT
1	Effet de la personnalité sur l'adaptation des vaches laitières à la traite automatisée au vêlage	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
2	Évaluation de l'efficacité d'une thérapie non antimicrobienne, le colostrum comme thérapie pour les veaux laitiers nouveau-nés	Médecine de population – Ontario Veterinary College
3	Trouver des innovations pour améliorer la santé gastro-intestinale des veaux et réduire l'utilisation des antimicrobiens	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
4	Développement d'un indice canadien de santé des veaux pour améliorer la résilience globale des vaches laitières	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
5	Comportement alimentaire des vaches laitières en pâturage	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
6	Dynamique insuline/glucose chez les vaches laitières	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
7	Analyse comparative des influences génétiques sur la capacité de survie aux maladies et la qualité du colostrum chez les veaux laitiers	Pathobiologie – Ontario Veterinary College
8	Mise en œuvre et évaluation d'un programme de surveillance du lait de citerne pour les maladies infectieuses et émergentes	Médecine de population – Ontario Veterinary College
9	Évaluation de la résilience au stress chez les bovins laitiers	Sciences biologiques animales – Ontario Agricultural College
10	Évaluation du contrôle topique de la douleur en cas de boiterie chez les bovins laitiers	Médecine de population – Ontario Veterinary College
11	Auteur SPARK pour Dairy at Guelph	Dairy at Guelph & SPARK
12	L'économie du bien-être animal - système de logement et productivité et rentabilité du lait	Économie de l'alimentation, de l'agriculture et des ressources Ontario Agricultural College
13	Évaluation des fermes laitières biologiques de l'Ontario et corrélation entre les pratiques agricoles et la qualité du lait	FERCA (Alfred)
14	Suivi de la température du rumen, de la consommation de matière sèche, de la consommation d'eau et de la production laitière de vaches laitières consommant un additif au charbon actif	Ridgetown College
15	Enquête sur les bactéries sporulées dans le lait et l'ensilage dans les fermes de l'Ontario	Science des aliments – Ontario Agricultural College
16	Utilisation de protéines laitières pour améliorer la texture de la viande de volaille de qualité médiocre	Science des aliments – Ontario Agricultural College



RESSOURCES HUMAINES

L'équipe des ressources humaines est responsable des ressources humaines, de la paie, de la gestion des installations et des services administratifs.

Ressources humaines

L'équipe des ressources humaines a continué à soutenir les activités de DFO tout au long de la pandémie, en se tenant au courant des conseils actuels du gouvernement et des directives de Santé publique Ontario. La santé et la sécurité de nos employés, de nos producteurs et de nos intervenants sont demeurées notre priorité absolue et étaient essentielles à la livraison de l'approvisionnement alimentaire de l'Ontario.

Le siège social de DFO à Mississauga, en Ontario, est resté ouvert pendant toute la durée de la pandémie, mais les employés qui pouvaient effectivement travailler à domicile ont été invités à le faire pour respecter les règles de santé publique. Bien que le travail à domicile soit nouveau pour de nombreux employés, il était important que l'équipe des ressources humaines partage les informations sur les services et les ressources disponibles pour maintenir le bien-être des employés. En septembre 2021, un plus grand nombre d'employés ont combiné le travail au bureau et à domicile, et le personnel de terrain a maintenu sa présence à la ferme et dans les usines, en suivant les protocoles appropriés. DFO prévoit reprendre le travail et les réunions en personne lorsqu'il sera jugé sécuritaire de le faire.



L'un des objectifs des RH est la planification de la relève. Afin d'assurer la continuité des connaissances spécialisées dans tous les services, les points de dépendance uniques ont été identifiés et des plans sont en place pour former d'autres experts en la matière. Les employés sont formés pour poursuivre le travail, et nous prévoyons des redondances pour nous préparer aux futurs départs à la retraite.

En outre, nous examinons les structures des

départements afin d'optimiser la fonctionnalité et de garantir une responsabilité claire et unique. Les experts en la matière sont habilités dans leur domaine de spécialisation et tenus responsables de la réalisation des priorités.

Bâtiments et installations

La maintenance et l'entretien réguliers sont primordiaux pour maintenir le bon état du bâtiment et du terrain de l'entreprise. En plus de la mise en place complète du département Marketing cette année, nous avons entrepris quelques projets de rénovation mineurs dans les bureaux afin d'offrir plus d'espace ouvert et moins de points de contact pour améliorer la sécurité physique. À l'extérieur, le stationnement a été entièrement repavé. En travaillant en étroite collaboration avec nos prestataires de services et nos vendeurs, nous avons pu maintenir l'équilibre des coûts.

FINANCE

L'équipe des finances de DFO est responsable de la budgétisation et des services financiers et comptables, y compris la facturation des transformateurs et le paiement des producteurs et des transporteurs, la comptabilité des regroupements, le calcul des prix des mélanges et l'administration des quotas.

Mise à jour du programme de crédit

DFO continue de surveiller la stabilité financière de ses clients par l'intermédiaire d'une tierce partie afin de protéger les intérêts financiers des producteurs laitiers de l'Ontario. Du point de vue du risque, quatre transformateurs représentent environ 87 % des ventes totales de lait ; toutefois, leur stabilité financière est très solide. Le fonds de protection des comptes débiteurs totalisait 5,01 millions de dollars à la fin d'octobre 2021.

Services de vérification de l'utilisation du lait

KPMG continues to provide milk utilization audit services as per the five-year term contract that began in 2016. There are currently 77 plants and 10 ice cream plants included in the audit scope.

Système MUV

DFO et l'ODC sont conjointement propriétaires du système MUV, le système de facturation et de vérification en ligne utilisé par les transformateurs pour déclarer l'utilisation du lait qu'ils reçoivent de leurs offices de commercialisation. Les mises à jour du MUV continuent d'être mises en œuvre pour ajouter des fonctionnalités aux processeurs et refléter les changements de politique. Des modifications ont été apportées au système afin d'intégrer les changements requis par l'ACEUM.



Systèmes comptables

DFO continue de faire évoluer son système comptable. À l'été 2019, le logiciel de comptabilité a été mis à niveau pour permettre des rapports plus flexibles et augmenter le nombre de points de données examinés.

Ces améliorations se sont poursuivies en 2021 avec l'automatisation de divers processus. L'automatisation du traitement et du suivi des factures des fournisseurs a été un élément important de ces améliorations. L'utilisation accrue du partage et de la signature électroniques des documents permet de mener davantage d'activités à distance sans impact significatif sur les opérations quotidiennes, en plus de l'augmentation générale de l'efficacité.

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

L'équipe des TI est responsable des services de technologies de l'information, y compris la programmation et la maintenance des systèmes de technologie de l'information et du centre de données de DFO, ainsi que des réseaux d'infrastructure et du soutien au service à la clientèle TI.

Système de gestion du lait (système MMS)

La mise en œuvre progressive du MMS a commencé au début de 2019 et s'est poursuivie jusqu'en 2021. Les intégrations avec des services externes, tels que les tests de laboratoire, la gestion de contenu et autres, ont été construites, testées et mises en œuvre en 2020.

En février 2021, nous avons lancé la deuxième phase de la refonte de notre site Web - un site Web de l'industrie mis à jour, qui comprend une nouvelle interface MMS pour les producteurs, leurs vendeurs tiers, les transformateurs et les transporteurs. Grâce à cette nouvelle mise à jour, les producteurs ont pu accéder au nouveau système d'échange de quotas. En mars, les producteurs ont reçu leur premier relevé incorporant le nouveau prix de la MSD pour leur lait de février.

Nous sommes maintenant passés à la phase d'amélioration et de maintenance continues du site web, où de nouvelles fonctions sont programmées et déployées régulièrement, ainsi qu'à une maintenance et un soutien continus de la plateforme. Nous apportons constamment des améliorations au système en fonction des commentaires du personnel et des parties prenantes.

La phase actuelle de développement du MMS est axée sur les systèmes de facturation intégrés, les fonctions de paiement et les systèmes de soutien au personnel de terrain. Ces systèmes continueront d'être testés et déployés au cours des prochains mois.

Ordinateurs de poche pour la collecte du lait

Un projet visant à remplacer les ordinateurs de poche de collecte du lait a été lancé fin 2019. Le déploiement progressif de la production des nouveaux ordinateurs de poche a commencé à l'automne 2020 et est en voie d'achèvement.

Infrastructure et sécurité

Des rénovations ont été entreprises au siège de DFO, ce qui a nécessité d'importants changements dans les réseaux câblés et sans fil. Ces travaux ont été achevés au printemps 2021. Alors que nous travaillons à la mise en place d'un nouveau système téléphonique au siège social, une révision complète de nos outils et infrastructures de communication est en cours. Cet examen est presque terminé et la mise à niveau du système téléphonique devrait être achevée en 2022.

Dans le cadre d'un effort continu visant à renforcer la sécurité de notre centre de données, des changements ont été apportés aux flux de travail technologiques pour les services, tels que le VPN et la messagerie web. Ces modifications comprennent l'ajout de nouvelles fonctionnalités, telles que l'authentification à facteurs multiples (AFM) pour le personnel, l'identification unique (IU) pour les parties prenantes, l'identification de l'usurpation d'adresse électronique pour le personnel et les membres du conseil d'administration, ainsi que des améliorations de nos systèmes de détection et de prévention des menaces sur le réseau.

Un audit de l'infrastructure a été réalisé avec succès au cours de l'été 2021 et d'autres changements sont en cours afin de garantir que la sécurité est continuellement améliorée pour faire face à l'évolution constante des cybermenaces.

Productivité et technologie pendant la pandémie de COVID-19

Pendant les premiers jours de la pandémie en mars 2020, comme beaucoup d'autres organisations, le personnel de DFO a été encouragé à travailler à distance lorsque cela était possible afin de limiter les contacts et les risques d'infection. Cela a augmenté la charge sur l'infrastructure de DFO puisque le personnel a dû rapidement passer à des environnements virtuels. DFO was well positioned to take that necessary step having recently implemented a new virtual meeting and communication platform in Cisco WebEx. WebEx s'est avéré un outil efficace pour les conférences à distance sécurisées et l'hébergement d'événements, tels que les réunions du conseil d'administration, les réunions régionales d'automne et les projets du personnel. Indépendamment de la pandémie de COVID-19, DFO a procédé à un rafraîchissement de l'équipement en 2020.



Cet exercice de rafraîchissement a permis d'équiper tout le personnel d'ordinateurs portables de travail, ce qui est nécessaire pour l'environnement temporaire de travail à domicile. Afin de s'adapter pleinement à ce nouvel environnement, des décisions stratégiques visant à accroître l'utilisation du partage et de la signature électroniques des documents ont permis de mener une grande partie des activités à distance sans impact significatif sur les opérations quotidiennes. DFO continue d'ajouter des fonctionnalités à mesure que le personnel s'oriente vers l'automatisation des factures et les dépôts de documents électroniques pour les finances. La nouvelle orientation de DFO a fourni d'autres façons de mener les affaires qui se poursuivront probablement bien après la fin de la pandémie, car elle permet d'accroître l'efficacité et de réduire les coûts dans de nombreuses circonstances.

SERVICES JURIDIQUES ET CONSEIL

L'équipe des Services juridiques est responsable des services juridiques, notamment de la conformité aux lois et aux règlements, de l'examen et de la négociation des contrats, des litiges, du soutien et des conseils juridiques ; des questions relatives au Conseil, notamment la gouvernance du Conseil ; de l'examen de l'élaboration des politiques ; des contrôles internes et des mesures de responsabilisation ; et elle occupe les postes de secrétaire général et d'agent de protection de la vie privée. Les Services juridiques veillent également à ce que les décisions et les politiques de DFO soient maintenues devant le Tribunal de l'agriculture, de l'alimentation et des affaires rurales.

Retraites du conseil d'administration

Henry Wydeven, membre du conseil d'administration pour la région 10, s'est retiré du conseil d'administration de DFO à compter du 19 janvier 2022. M. Wydeven a siégé au conseil d'administration pendant deux (2) mandats. Au nom du personnel et du conseil d'administration de DFO, nous tenons à remercier M. Wydeven pour les services qu'il a rendus aux producteurs laitiers de l'Ontario.

Élections au Conseil

Bart Rijke a été élu par acclamation pour représenter les producteurs de la région 1 pour son deuxième mandat au conseil d'administration.

Don Gordon a été élu par acclamation pour représenter les producteurs de la région 5 pour son premier mandat complet au conseil d'administration.

Vicky Morrison a été élue par acclamation pour représenter les producteurs de la région 9 pour son premier mandat complet au conseil.

Immédiatement après l'ajournement de l'assemblée générale annuelle (AGA) de DFO, le 14 janvier 2021, le mandat de quatre ans des membres élus du conseil d'administration a débuté.



Conseil d'administration

Lors d'une réunion spéciale du conseil d'administration tenue le 14 janvier 2021, le conseil de DFO a élu son exécutif pour 2021. Murray Sherk, membre du conseil d'administration de la région 8, a été réélu au poste de président. Nick Thurler, membre du conseil d'administration de la région 2, a été élu vice-président. Steve Runnalls, membre du conseil d'administration de la région 12, a été élu 2e vice-président. Arlene Minott a été reconduite dans ses fonctions de secrétaire générale de la Commission. Rey Moisan a été reconduit dans ses fonctions de trésorier du conseil d'administration.

Réunions du Conseil pendant la pandémie de COVID-19

Pendant la crise de la COVID-19, toutes les affaires courantes du Conseil ont été traitées et les besoins courants ont été satisfaits.

Le Conseil a utilisé une combinaison de technologies de réunion en personne et virtuelle pour s'assurer que les protocoles sanitaires relatifs à la COVID-19 étaient respectés et que le travail du Conseil était effectué de manière efficace.

RÉUNIONS ORDINAIRES ET EXTRAORDINAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Année	Nombre de réunions
2016-2017	29
2017-2018	27
2018-2019	33
2019-2020	54
2020-2021	24



Liste des acronymes

Le rapport annuel 2018-19 Les producteurs laitiers de l'Ontario (PLO) comporte plusieurs acronymes. Pour aider les lecteurs et éviter les répétitions, en voici une liste que vous pourrez consulter facilement.

ACEUM : Accord Canada-États-Unis-Mexique

ACIA : Agence canadienne d'inspection des aliments

ADA : Activiste(s) pour la défense des animaux

AECG : Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne

AG : Assemblée générale annuelle

AGL : Acide gras libre

ALENA : Accord de libre-échange nord-américain

CCGAL : Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait

CCL : Commission canadienne du lait

CCS : Compte des cellules somatiques

CDP : Coût de production

COP : Conférence d'orientation du printemps

CPL : Comité des producteurs laitiers

CT : Contingent tarifaire

DF : Député fédéral

DP : Député provincial

FES : Système d'évaluation des fermes

FIP : Fonds d'investissement partagé

GTGE : Groupe de travail sur la gestion des enjeux

hl : Hectolitre

kg : Kilogramme

LCQ : Lait canadien de qualité

LDC : Lait disponible pour la croissance

LEP : Lait écrémé en poudre

MAAARO : Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario

M.G. : Matière grasse

MMO : Obligation en matière de déplacement du lait

M.S.D. : Matière sèche dégraissée

MUV : Système de vérification d'utilisation du lait

ODC : Conseil de l'industrie laitière de l'Ontario

P5 : Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse et Île-du-Prince-Édouard

PAQNV : Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus

PCA : Point de congélation anormal

PEG : Pratique exemplaire de gestion

PEL : programme d'exportation laitière

PHAL : Politique harmonisée d'allocation du lait du P5

PIL : Programme d'innovation laitière

PIMPL : Programme d'innovation en matière de produits laitiers

PN : Procédure normalisée

PNP : Programme des nouveaux producteurs

PTP : Partenariat transpacifique

PTPGP : Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste

QAO : Quota d'approvisionnement des usines

SIT : Stimuler l'investissement en transformation

SML : Système de marketing du lait

SPAO : Société de protection des animaux de l'Ontario

TI : Technologie de l'information





RAPPORTS FINANCIERS

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS INDÉPENDANTS

AUX MEMBRES DE DAIRY FARMERS OF ONTARIO

Opinion

Nous avons vérifié les états financiers de Dairy Farmers of Ontario (l'entité), qui comprennent les éléments suivants :

- l'état de la situation financière au 31 octobre 2021
- l'état des opérations et de l'évolution du solde des fonds - fonds non affectés, fonds d'échange de quotas, fonds de recherche, fonds de protection financière des comptes clients, fonds de marketing et de développement des affaires pour l'exercice terminé à cette date
- le tableau des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date et les notes annexes aux états financiers, y compris un résumé des principales méthodes comptables (ci-après dénommés « états financiers »).

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'Entité au 31 octobre 2021, ainsi que de ses résultats d'exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Base de l'opinion

Nous avons effectué notre vérification conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont décrites plus en détail dans la section **Auditors' Responsibilities for the Audit of the Financial Statements (Responsabilités des auditeurs pour l'audit des états financiers)** de notre rapport des auditeurs.

Nous sommes indépendants de l'Entité conformément aux règles d'éthique applicables à l'audit des états financiers au Canada et nous avons rempli nos autres responsabilités éthiques conformément à ces règles.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Informations supplémentaires

La direction est responsable des autres informations.

Les autres informations comprennent :

- les informations, autres que les états financiers et le rapport des commissaires aux comptes correspondant, incluses dans le rapport annuel.

Notre opinion sur les états financiers ne couvre pas les autres informations et nous n'exprimons et n'exprimerons aucune forme de conclusion assurée à leur sujet.

Dans le cadre de notre vérification des états financiers, notre responsabilité est de lire les autres informations identifiées ci-dessus et, ce faisant, d'examiner si ces autres informations sont matériellement incompatibles avec les états financiers ou avec les connaissances acquises dans le cadre de la vérification et de rester attentifs aux indications selon lesquelles les autres informations semblent être matériellement erronées.

Nous avons obtenu les informations, autres que les états financiers et le rapport des commissaires aux comptes correspondant, incluses dans le rapport annuel à la date du présent rapport des commissaires aux comptes. Si, sur la base des travaux que nous avons effectués sur ces autres informations, nous concluons à l'existence d'une anomalie significative dans ces autres informations, nous sommes tenus de le signaler dans le rapport des commissaires aux comptes.

Nous n'avons rien à signaler à cet égard.

Responsabilités de la direction et des personnes chargées de la gouvernance concernant les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle juge nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, la direction est responsable de l'évaluation de la capacité de l'entité à poursuivre son activité, de la communication,



le cas échéant, des questions relatives à la continuité d'exploitation et de l'utilisation de la méthode comptable de la continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'entité ou de cesser ses activités, ou si elle n'a pas d'autre solution réaliste que de le faire.

Les personnes constituant la gouvernance sont chargées de superviser le processus d'information financière de l'entité.

Responsabilités des vérificateurs pour la vérification des états financiers

Notre objectif est d'obtenir une assurance raisonnable que les états financiers dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, qu'elles soient dues à une fraude ou à une erreur, et d'émettre un rapport d'audit incluant notre opinion.

L'assurance raisonnable est un niveau d'assurance élevé, mais elle ne garantit pas qu'une vérification effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter une inexactitude importante lorsqu'elle existera.

Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et sont considérées comme significatives si, individuellement ou dans leur ensemble, on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles influencent les décisions économiques des utilisateurs prises sur la base des états financiers.

Dans le cadre d'une vérification conforme aux normes de vérification généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et maintenons un scepticisme professionnel tout au long de la vérification.

Nous faisons également en sorte de :

- Identifier et évaluer les risques d'anomalies significatives dans les états financiers, qu'elles soient dues à une fraude ou à une erreur, concevoir et mettre en œuvre des procédures d'audit adaptées à ces risques et recueillir des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Le risque de ne pas détecter une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une erreur, car la fraude peut impliquer une collusion, une falsification, des omissions intentionnelles, de fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne.

- Obtenir une compréhension du contrôle interne pertinent pour la vérification afin de concevoir des procédures de vérification appropriées dans les circonstances, mais pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité.
- Évaluer le caractère approprié des méthodes comptables utilisées et le caractère raisonnable des estimations comptables et des informations connexes fournies par la direction.
- Conclure sur le caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe de continuité d'exploitation et, sur la base des éléments probants recueillis, sur l'existence d'une incertitude significative liée à des événements ou à des conditions susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'entité à poursuivre son activité. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention, dans notre rapport d'audit, sur les informations correspondantes fournies dans les états financiers ou, si ces informations sont inadéquates, de modifier notre opinion. Nos conclusions sont basées sur les preuves d'audit obtenues jusqu'à la date de notre rapport d'audit. Toutefois, des événements ou des conditions futurs peuvent amener l'Entité à cesser de poursuivre son activité.
- Évaluer la présentation générale, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations à fournir, et déterminer si les états financiers représentent les transactions et les événements sous-jacents d'une manière qui donne une image fidèle.
- Communiquer avec les personnes chargées de la gouvernance concernant, entre autres, la portée et le calendrier prévus de la vérification et les conclusions importantes de la vérification, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous identifions au cours de notre vérification.

KPMG LLP

Experts-comptables agréés,
Comptables publics agréés

Vaughan, Canada
20 décembre 2021



État de la situation financière

31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

Actifs	2021	2020
Actifs actuels		
Liquidités	57 393 671 \$	51 279 011
Comptes débiteurs (notes 2 et 19)	215 992 715	224 187 030
Inventaire des quotas (note 3)	-	284 400
Frais prépayés	2 291 231	2 472 212
	275 677 617	278 222 653
Investissements (note 4)	5 041 484	5 041 484
Actifs immobilisés (note 5)	2 349 879	2 399 663
Actifs incorporels (note 6)	4 823 758	5 469 567
	287 892 738 \$	291 133 367 \$

Passif et solde des fonds

Passifs courants		
Comptes créditeurs et charges à payer (notes 6 & 7)	233 022 678 \$	239 287 908 \$
Apports de capitaux différés (note 9)		
	804 059	888 697
Soldes des fonds		
Non affectés	16 026 611	14 415 098
Échange de quotas	952 695	952 695
Recherche (note 17)	2 560 091	2 360 360
Comptes clients Protection financière	5 008 822	5 013 354
Marketing et développement des affaires (note 13)	29 517 782	28 215 255
	54 066 001	50 956 762
Engagements (note 17)		
Imprévus (note 21)		
	287 892 738 \$	291 133 367 \$

Voir les notes annexes aux états financiers.

Au nom du conseil d'administration

Président



1er Vice-Président



2ème Vice-président



État des opérations et des variations du solde du fonds - non affecté

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

	2021		2020	
Revenu				
Droits de licence administratifs (note 11)	19 474 948	\$	19 204 328	\$
Programme de contrôle de la qualité du lait cru	1 046 961		1 229 793	
Magazine Milk Producer	585 096		536 926	
Revenu des investissements (note 4)	159 783		211 459	
Programme ProAction/QLC	80 209		197 235	
Frais administratifs liés à l'échange de quotas	71 308		76 169	
Gain sur la cession d'immobilisations	18 780		30 404	
Frais administratifs de cession	14 410		10 510	
Autre revenu (note 12)	373 563		248 027	
	21 825 058		21 744 851	
Dépenses				
Développement administratif et stratégique (note 14)	13 794 597		13 941 056	
Paiements aux affiliés (note 16)	1 149 999		1 150 000	
Programme de contrôle de la qualité du lait cru	2 015 661		1 705 656	
Programme ProAction/QLC	86 785		15 539	
Tests sur le lait laboratoire central	964 482		967 733	
Audit de l'utilisation des processeurs	241 667		271 241	
Magazine Milk Producer	457 827		409 384	
Comités de producteurs laitiers	364 442		767 596	
Assemblée annuelle	7 974		238 625	
Amortissement	1 130 111		846 424	
	20 213 545		20 313 254	
Excédent des recettes sur les dépenses	1 611 513		1 431 597	
Fonds non affectés au début de l'exercice	14 415 098		12 983 501	
Fonds non affectés à la fin de l'exercice	16 026 611	\$	14 415 098	\$

Voir les notes annexes aux états financiers.



État des opérations et des variations du solde du fonds - Échange de quotas

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

	2021		2020	
Ventes	63 551 040	\$	97 368 960	\$
Coût des ventes				
Inventaire début de l'année	284 400		212 160	
Achats	62 781 120		97 441 200	
	63 065 520		97 653 360	
Inventaire fin de l'année (note 3)	485 520		(284 400)	
	63 551 040		97 368 960	
Excédent des ventes par rapport au coût des ventes	-		-	
Solde du fonds début de l'exercice	952 695		952 695	
Solde du fonds fin de l'exercice	952 695	\$	952 695	\$

Voir les notes annexes aux états financiers

État des opérations et des variations du solde du fonds - Recherche

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

	2021		2020	
Revenu				
Frais de recherche (note 17)	1 557 303	\$	1 535 669	\$
Aménagement du terrain de la gare maritime de Toronto (note 17)	157 893		152 992	
Revenu d'investissement (note 4)	23 409		29 503	
	1 738 605		1 718 164	
Disbursements				
Projets de recherche (note 16)	749 231		535 869	
Chaire de recherche en sciences laitières	200 000		200 000	
Chaire de recherche sur la santé des bovins laitiers	100 000		-	
Bourses d'études et subventions	226 000		210 000	
Projet de comptabilité des entreprises laitières de l'Ontario	134 093		121 570	
Aménagement du terrain de la gare maritime de Toronto (note 17)	129 550		132 100	
	1 538 874		1 199 539	
Excédent des recettes sur les décaissements (décaissements sur les recettes)	199 731		518 625	
Solde du fonds début de l'exercice	2 360 360		1 841 735	
Solde du fonds à la fin de l'exercice	2 560 091	\$	2 360 360	\$

Voir les notes annexes aux états financiers.



État des opérations et des variations du solde du fonds - Comptes débiteurs Protection financière

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

	2021		2020	
Revenus				
Revenus de placements (note 4)	44 386	\$	72 320	\$
Décaissements				
Assistance administrative	48 918		58 761	
	48 918		58 761	
Excédent des recettes sur les décaissements (décaissements sur les recettes)	(4 532)		13 559	
Solde du fonds, début de l'exercice	5 013 354		4 999 795	
Solde du fonds, fin de l'exercice	5 008 822	\$	5 013 354	\$

Voir les notes annexes aux états financiers.

État des opérations et des variations du solde du fonds - Marketing et développement des affaires

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec informations comparatives pour 2020

	2021		2020	
Revenu				
Perception des droits d'expansion du marché (note 13)	43 606 115	\$	46 074 518	\$
Revenu des investissements (note 4)	278 475		516 287	
	43 884 590		46 590 805	
Dépenses des programmes				
Publicité de marque et médias de masse	15 551 276		20 445 320	
Marketing grand public	8 015 115		11 270 915	
Programmes communautaires	2 969 014		3 233 917	
Programmes de développement des affaires	5 765 836		5 357 524	
Projets nationaux (note 16)	6 152 500		5 855 000	
	38 453 741		46 162 676	
Frais de soutien (note 15)	3 790 544		5 049 194	
Amortissement	337 778		12 428	
	42 582 063		51 224 298	
Excédent des recettes par rapport aux dépenses (dépenses par rapport aux recettes)	1 302 527		(4 633 493)	
Solde du fonds, début de l'année	28 215 255		36 534 015	
Moins : Congé pour frais d'expansion du marché - avril 2020	-		(3 685 267)	
Solde du fonds, fin de l'exercice	29 517 782	\$	28 215 255	\$

Voir les notes annexes aux états financiers.



État des flux de trésorerie

Exercice clos le 31 octobre 2021 avec chiffres comparatifs pour 2020

	2021		2020	
Liquidités fournies par (utilisées pour)				
Activités opérationnelles				
Excédent des produits par rapport aux charges (charges par rapport aux produits)				
Fonds non affectés	1 611 513	\$	1 431 597	\$
Fonds de recherche	199 731		518 625	
Comptes débiteurs Fonds de protection financière	(4 532)		13 559	
Fonds de marketing et de développement des affaires	1 302 527		(8 318 760)	
Éléments n'impliquant pas de liquidités				
Amortissement	1 467 889		858 852	
Gain sur la cession d'immobilisations	(18 780)		(30 404)	
Amortissement des apports en capital différés	(84 638)		-	
Variation du fonds de roulement hors trésorerie				
Comptes débiteurs	8 194 315		(2 741 940)	
Inventaire des quotas	284 400		(72 240)	
Frais prépayés	180 981		(1 539 959)	
Comptes créditeurs et charges à payer	(6 265 230)		3 838 974	
	6 868 176		(6 041 696)	
Activités d'investissement				
Achat d'actifs immobilisés	(772 296)		(1 626 081)	
Produit de la cession des actifs immobilisés	18 780		36 500	
	(753 516)		(1 589 581)	
Diminution des liquidités	6 114 660		(7 631 277)	
Liquidités, début de l'exercice	51 279 011		58 910 288	
Liquidités, fin de l'exercice	57 393 671	\$	51 279 011	\$

Voir les notes annexes aux états financiers.



NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 octobre 2021

Dairy Farmers of Ontario (DFO) est un office de commercialisation constitué en vertu de la Loi sur le lait en tant qu'organisme à but non lucratif. Formé en 1965 sous le nom de « Ontario Milk Marketing Board » (Commission de commercialisation du lait de l'Ontario), il a été reconstitué sous le nom de « Dairy Farmers of Ontario » en 1995 à la suite de la fusion de la Commission de commercialisation du lait de l'Ontario et de la Commission de commercialisation des producteurs de crème de l'Ontario. DFO est exonéré d'impôt sur le revenu en vertu de l'article 149.1 (I) de la Loi de l'impôt sur le revenu (Canada).

1. Principales méthodes comptables :

Les états financiers ont été préparés par la direction conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes à but non lucratif de la Partie III du Manuel des comptables professionnels agréés du Canada.

(a) Comptabilité des fonds :

Le Fonds non affecté comprend les recettes et les dépenses qui représentent la surveillance et la gestion de la distribution du lait par DFO, l'élaboration de politiques économiques, le soutien aux producteurs et les coûts administratifs à l'appui de ces activités.

Le Fonds d'échange de quotas rend compte de la valeur monétaire des échanges de quotas effectués par DFO.

Le Fonds de recherche rend compte des frais de recherche perçus auprès des producteurs et des déboursés pour les programmes de recherche et d'éducation.

Le Fonds de protection financière des comptes débiteurs fait état des fonds disponibles pour indemniser les producteurs laitiers de l'Ontario de tout défaut de paiement à l'égard du lait vendu par DFO. Les comptes débiteurs du Fonds de protection financière comprennent le revenu de placement gagné sur les ressources du fonds et les dépenses liées à l'administration du fonds.

Le Fonds de marketing et de développement des affaires fait état des droits de promotion perçus auprès des producteurs et des déboursés pour les programmes de marketing et de développement des affaires, ainsi que de tous les coûts liés à ces programmes.

(b) Reconnaissance du revenu :

DFO applique la méthode du Fonds affecté pour comptabiliser le revenu.

Les contributions non affectées sont comptabilisées à titre de revenu du Fonds non affecté dans l'année où elles sont reçues ou à recevoir si le montant à recevoir peut-être raisonnablement estimé et que sa perception est raisonnablement assurée. Les contributions désignées liées à l'exploitation sont comptabilisées à titre de produits dans la période au cours de laquelle les dépenses connexes sont engagées. Tous les autres apports affectés sont comptabilisés comme des revenus du Fonds affecté approprié.

Les contributions affectées à l'achat de sécurités sont reportées et amorties dans les revenus selon la méthode linéaire, à un taux correspondant au taux d'amortissement des actifs correspondants.

Les revenus d'investissement, qui sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice, comprennent les revenus d'intérêts, les gains (pertes) nets sur la vente d'investissements et la variation des gains (pertes) nets non réalisés.

(c) Investissement dans une coentreprise :

DFO comptabilise son investissement dans « Milk Utilization Verification » (MUV) Inc, un organisme à but non lucratif contrôlé conjointement, selon la méthode de la mise en équivalence. L'investissement est comptabilisé au coût et ajusté pour tout apport ou retrait et sa part de l'excédent des revenus sur les dépenses.

(d) Instruments financiers :

Les instruments financiers sont enregistrés à leur valeur de marché lors de leur comptabilisation initiale. Tous les instruments financiers sont ensuite évalués au coût ou au coût amorti, et la direction n'a pas choisi de comptabiliser ces instruments financiers à leur valeur de marché.

Les actifs financiers sont soumis à un test de dépréciation sur une base annuelle à la fin de l'exercice financier s'il existe des indicateurs de dépréciation. S'il y a un indicateur de dépréciation, DFO détermine s'il y a un



changement défavorable important dans le montant ou le calendrier prévu des flux de trésorerie futurs de l'actif financier. S'il y a un changement défavorable important dans les flux de trésorerie prévus, la valeur comptable de l'actif financier est réduite au plus élevé des montants suivants : la valeur actuelle des flux de trésorerie prévus, le montant qui pourrait être réalisé par la vente de l'actif financier ou le montant que DFO prévoit réaliser en exerçant son droit à toute garantie. Si les événements et les circonstances se renversent dans une période future, une perte de valeur sera reprise dans la mesure de l'amélioration, sans dépasser la valeur comptable initiale.

Les investissements doivent être conformes aux exigences prescrites dans les règlements d'investissement de la Loi sur le lait.

Les revenus de placement gagnés sont répartis entre les fonds en fonction de leur solde et comptabilisés en tant que revenus dans chaque fonds.

(e) Actifs :

Les investissements réalisés sont comptabilisés au coût. Les coûts de réparation et d'entretien sont imputés aux dépenses. Les améliorations qui prolongent la durée de vie estimée d'un actif sont capitalisées. Les actifs sont soumis à l'amortissement et font l'objet d'un examen de dépréciation lorsque des événements ou des changements de circonstances indiquent que la valeur comptable de l'actif pourrait ne pas être recouvrable. Lorsqu'une sécurité ne contribue plus à la capacité de DFO de fournir des services, sa valeur comptable est ramenée à sa valeur résiduelle.

Les actifs sont amortis selon la méthode linéaire sur leur durée de vie utile estimée, comme suit :

Bâtiments et améliorations des bâtiments	5 à 20 ans
Mobilier et installations de bureau	5 à 10 ans
Logiciels et matériel informatique	3 à 5 ans
Véhicules	3 à 12 ans

Les actifs en cours de construction sont amortis une fois que les actifs sont achevés et disponibles pour l'utilisation.

Les actifs achetés à l'appui des activités du fonds de marketing sont regroupés séparément et amortis dans le fonds de marketing et de développement commercial.

(f) Actifs incorporels :

Les actifs incorporels sont composés d'actifs qui ont une durée de vie définie. Les actifs incorporels sont amortis et font l'objet d'un test de dépréciation lorsque des événements ou des changements de circonstances indiquent que la valeur comptable de l'actif pourrait ne pas être recouvrable.

Les actifs incorporels sont amortis de manière linéaire sur leur durée de vie utile estimée comme suit :

Computer software and website	3 à 7 ans
-------------------------------	-----------

Les actifs incorporels en cours de construction sont amortis une fois que les actifs sont achevés et disponibles pour l'utilisation.

Les actifs incorporels achetés à l'appui des activités du fonds de marketing sont regroupés séparément et amortis dans le fonds de marketing et de développement commercial.

(g) Répartition des coûts indirects :

DFO utilise la comptabilité par fonds et répartit certaines de ses dépenses de soutien général du Fonds non affecté au Fonds de marketing et de développement des affaires en identifiant la base appropriée de répartition de chaque dépense. Les salaires et les frais administratifs généraux sont répartis en fonction de l'utilisation, et les frais d'occupation sont répartis en fonction de la superficie utilisée.



(h) Utilisation d'estimations :

La préparation des rapports financiers exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui affectent les montants déclarés de l'actif et du coût et la divulgation des actifs et coûts éventuels à la date des rapports financiers, ainsi que les montants déclarés des revenus, des dépenses et des variations des soldes de fonds au cours de l'année. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

2. Comptes débiteurs :

Les comptes débiteurs consistent principalement en des montants à recevoir des transformateurs pour la valeur des livraisons de lait d'octobre de DFO. Ces montants sont à recevoir le premier et le quinzième jour de chaque mois suivant le mois de l'expédition.

3. Inventaire des quotas :

Les stocks de quota représentent le quota restant dans la banque de DFO à la suite des activités d'échange de quota d'équilibrage évaluées au prix d'échange d'octobre. Les déficits d'inventaire sont regroupés dans les comptes créditeurs et les charges à payer.

4. Investissements

(a) Les investissements consistent en :

	2021		2020	
Sécurités à revenu fixe	5 000 000	\$	5 000 000	\$
Parts de la coopérative de producteurs	131		131	
Investissement dans la coentreprise	41 353		41 353	
	5 041 484	\$	5 041 484	\$

Les titres à revenu fixe sont composés de deux billets de dépôt en capital à faible volatilité, portant un intérêt de 0,5 %, et dont les dates d'échéance sont le 2 décembre 2022 et le 2 décembre 2023.

(b) Revenu des investissements :

Le revenu des investissements dans l'état des opérations - non affecté est composé de :

	2021		2020	
Intérêts	506 053	\$	829 569	\$
Allocation au Fonds de recherche	(23 409)		(29 503)	
Allocation au Fonds de protection financière des comptes débiteurs	(44 386)		(72 320)	
Allocation au Fonds de marketing et de développement commercial	(278 475)		(516 287)	
	159 78	\$	211 459	\$

(c) Gestion du risque :

La gestion du risque consiste à comprendre et à gérer activement les risques associés à tous les domaines de l'activité et à l'environnement opérationnel correspondant. Les placements sont principalement exposés au risque de taux d'intérêt et au risque de marché. DFO dispose de politiques et de procédures officielles qui établissent la composition cible de l'actif. Les politiques de DFO limitent les placements aux obligations garanties par le gouvernement du Canada et aux autres placements prévus dans les règlements sur les placements de la Loi sur le lait. L'exposition au risque n'a pas été modifiée depuis 2020.



Le risque de taux d'intérêt découle de la possibilité que les variations des taux d'intérêt aient une incidence sur la valeur des titres à revenu fixe détenus par DFO.

Le risque de marché découle de la négociation de titres à revenu fixe. Les fluctuations du marché exposent DFO à un risque de perte. DFO atténue ce risque par des contrôles visant à surveiller et à limiter les niveaux de concentration.

Le risque de crédit fait référence au risque que la contrepartie ne respecte pas ses obligations contractuelles. Ce risque est atténué par le Fonds de protection des comptes débiteurs.

5. Actifs :

			2021		2020	
	Coût		Cumulé Amortissement	Bilan net valeur		Bilan net valeur
Terrain	506 203	\$	—	506 203	\$	506 203
Bâtiments et améliorations des bâtiments	3 540 140		2 601 647	938 493		646 772
Mobilier et installations de bureau	832 601		517 989	314 612		313 169
Matériel informatique	2 358 495		2 158 226	200 269		385 539
Véhicules	1 004 657		614 355	390 302		547 980
	8 242 096	\$	5 892 217	\$	2 349 879	\$

Les actifs sont détenus dans le fonds non affecté, à l'exception des éléments suivants, qui sont détenus dans le fonds de marketing et de développement des affaires : Mobilier et installations de bureau de 51 699 \$ (2020 - 36 985 \$), Matériel informatique de 31 135 \$ (2020 - 36 193 \$) et Améliorations des bâtiments de 129 396 \$ (2020 - néant).

6. Actifs incorporels :

			2021		2020	
	Coût		Cumulé Amortissement	Bilan net valeur		Bilan net valeur
Logiciels informatiques	4 893 633	\$	1 026 408	\$	3 867 225	\$
Site internet	1 268 078		311 545	956 533		1 016 574
	6 161 711	\$	1 337 953	\$	4 823 758	\$

Les actifs incorporels sont détenus dans le fonds non affecté, à l'exception des éléments suivants, qui sont détenus dans le fonds de marketing et de développement des affaires : Des sites Web d'une valeur de 956 533 \$ (2020 - 1 016 574 \$).

Les logiciels informatiques comprennent des actifs en cours de construction totalisant 718 411 \$ (2020 - 1 197 352 \$) liés aux composantes du nouveau logiciel d'entreprise. Également en 2020, les coûts associés aux actifs en construction pour le développement du site Web de DFO totalisent 1 016 574 \$ (2021 - néant).

7. Comptes créditeurs et charges à payer :

Les comptes créditeurs et les charges à payer comprennent les montants à payer aux producteurs et aux transporteurs pour la valeur des expéditions de lait d'octobre à DFO. Les paiements aux producteurs sont effectués le premier et le quinzième jour de chaque mois suivant le mois de l'expédition.



8. Exploitation des groupements de lait et de transport :

Le montant net à recouvrer auprès des producteurs au titre des opérations de mise en commun est inclus dans les comptes créditeurs et les charges à payer

	2021		2020	
Valeur du lait				
Ventes	2 496 201 412	\$	2 433 658 190	\$
Achats	2 496 223 698		2 433 531 764	
	(22 286)		126 426	
Recouvrable auprès des producteurs, au début de l'année	(14 111)		(140 537)	
	(36 397)		(14 111)	
Transport				
Recouvré auprès des producteurs	90 621 876		88 642 418	
Charges	90 656 707		88 621 241	
	(34 831)		21 177	
Recouvrable auprès des producteurs, au début de l'année	(38 623)		(59 800)	
	(73 454)		(38 623)	
Total recouvrable auprès des producteurs à la fin de l'année	(109 851)	\$	(52 734)	\$

9. Contributions en capital différées :

	2021		2020	
Solde au début de l'année	888 697	\$	888 697	\$
Amortissement des contributions en capital différés	84 638		—	
	804 059	\$	888 697	\$

Ces contributions concernent les fonds reçus dans le cadre de l'accord TFI « Traceability Foundations Initiative » (Initiative sur les fondements de la traçabilité). En vertu de cet accord, DFO s'est associé à un transformateur laitier et à un autre transformateur pour mettre au point un système électronique qui permet la traçabilité en et en aval. L'accord a fourni à DFO un montant de 1 422 501 \$, dont 1 237 500 \$ de contributions liées au capital. Ces montants sont comptabilisés comme des apports en capital reportés et sont amortis et comptabilisés dans les revenus sur une période de 5 à 7 ans pour correspondre à la durée de vie utile des appareils portatifs de transport et du nouveau logiciel d'entreprise. La composante liée au nouveau logiciel d'entreprise a été mise en service avec le lancement du site Web des parties prenantes en février 2021. L'amortissement comptabilisé dans l'année en cours. Le composant lié aux appareils portatifs du transporteur a été mis en service en 2014 et a été entièrement amorti à compter de 2019.

10. Gestion du capital :

DFO définit son capital comme étant les montants inclus dans ses soldes de fonds. L'objectif de DFO dans la gestion de son capital est de préserver sa capacité à poursuivre son exploitation afin de pouvoir continuer à fournir le niveau approprié d'avantages et de services aux producteurs.

Une partie du capital de DFO est restreint du fait que DFO doit répondre à certaines exigences afin d'utiliser ses fonds restreints externes, comme décrit dans la note 1. DFO a respecté ces restrictions tout au long de l'année. DFO fixe le montant des fonds grevés d'affectations d'origine interne en fonction du risque, gère la structure de l'actif net et y apporte des ajustements en fonction de l'évolution de la conjoncture économique et des caractéristiques de risque des actifs sous-jacents.



11. Droits de licence administratifs :

Droits de licence sont restés à 0,625 \$ par hectolitre à des fins administratives.

12. Autres revenus :

Les autres revenus comprennent les revenus de location des biens, les frais de services administratifs facturés à d'autres tiers et l'amortissement des apports en capital différés.

13. Marketing et développement commercial :

Les frais d'expansion du marché ont été réduits à 1,40 \$ (2020 - 1,50 \$) par hectolitre pour l'expansion du marché et les activités promotionnelles à compter du 1er novembre 2020.

14. Dépenses administratives et d'élaboration des politiques :

Les dépenses administratives et d'élaboration des politiques se détaillent comme suit :

	2021		2020	
Salaires et avantages du personnel (i)	9 519 674	\$	8 950 282	\$
Frais professionnels	846 987		871 159	
Indemnités, frais de voyage des membres du Conseil, élections (ii)	680 090		819 801	
Assistance des contractants et soutien du personnel (iii)	479 513		739 587	
Bureau (iv)	497 032		573 387	
Programmes et activités de communication (v)	344 767		423 451	
Frais d'embauche et de déplacement du personnel et frais de réunions	292 019		413 635	
Assurance	379 448		393 996	
Location et entretien des équipements	379 028		380 253	
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	231 765		252 370	
Opérations du camion de calibration	144 274		123 135	
	13 794 597	\$	13 941 056	\$

- (i) DFO est doté un régime de retraite à cotisations déterminées. Les actifs du régime sont détenus séparément de ceux de DFO dans un fonds administré de façon indépendante. La charge de retraite est égale à la cotisation versée par DFO. Les cotisations versées et passées en charges par DFO au cours de cette année se sont élevées à 470 390 \$ (2020 - 458 824 \$).
- (ii) Les indemnités journalières, les allocations et les frais de déplacement des membres du Conseil comprennent des honoraires annuels pour le président de 65 517 \$ (2020 - 64 390 \$), le vice-président de 33 413 \$ (2020 - 32 838 \$), le 2e vice-président de 22 276 \$ (2020 - 21 892 \$) et les autres membres du Conseil de 13 601 \$ (2020 - 13 367 \$). Les membres du Conseil ont reçu des indemnités journalières de 312 \$ (306 \$ en 2020) et un taux de demi-journée de 156 \$ (153 \$ en 2020). Les déplacements des membres du Conseil comprennent une indemnité de déplacement de 1 680 \$.
- (iii) L'aide des entrepreneurs et du personnel comprend les coûts de consultation, le soutien administratif, les coûts de traduction et les coûts de formation. L'exercice en cours comprend des coûts de consultation en technologie de l'information de 143 760 \$ (2020 - 102 940 \$) pour le développement du nouveau logiciel d'affaires et des coûts de formation du personnel de 61 277 \$ (2020 - 90 110 \$).
- (iv) Les frais de bureau comprennent les montants pour la papeterie, les fournitures, les abonnements, les frais postaux, les frais de messagerie et les dépenses similaires. Cela comprend les coûts de matériel et de



distribution pour les documents envoyés aux producteurs par les différentes fonctions incluses dans le fonds non affecté.

- (v) Les programmes et activités de communication comprennent les coûts des communications avec les producteurs et le gouvernement, les brochures d'information et le rapport annuel.

15. Répartition des coûts indirects :

Les coûts indirects des services et des salaires pour soutenir les activités du Fonds de marketing et de développement des affaires ont été alloués à partir du Fonds non affecté comme suit :

	2021		2020	
Salaires et avantages du personnel	963 989	\$	791 663	\$
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	77 255		83 457	
Frais de bureau	40 452		52 035	
	1 081 696	\$	927 155	\$

16. Paiements aux affiliés :

Les paiements aux affiliés consistent en des paiements aux Producteurs laitiers du Canada (PLC). PLC est une association nationale qui défend les intérêts des producteurs laitiers canadiens. DFO est représenté au sein de son conseil d'administration et contribue à soutenir leurs activités. Pour l'exercice en cours, les contributions de DFO ont été comptabilisées comme suit : 1 149 999 \$ (2020 - 1 150 000 \$) dans l'activité du Fonds non affecté, 260 001 \$ (2020 - 260 000 \$) dans l'activité du Fonds de recherche et 6 152 500 \$ (2020 - 5 855 000 \$) dans l'activité du Fonds de marketing et de développement des affaires.

17. Fonds de recherche :

- (a) Les frais de recherche sont restés à 0,05 \$ par hectolitre sur le lait commercialisé par DFO.
- (b) Le solde du fonds de recherche à la fin de l'exercice comprend une affectation non dépensée de 113 726 \$ (2020 - 85 383 \$) provenant du fonds de développement des terrains de la cour des valeurs mobilières de Toronto. Les dépenses de ces fonds sont affectées à des fins de recherche et d'éducation.

18. Engagements :

Au cours de l'année, DFO a conclu des contrats et des engagements à long terme à l'appui des activités de son Fonds de marketing et de développement des affaires et de son Fonds de recherche. Ces contrats ont donné lieu à des engagements qui se prolongent au-delà de l'année en cours, comme suit :

	2022	2023	2024	2025	2026
Contrats de marketing	3 423 153 \$	1 900 606 \$	\$	\$	\$
Engagements de recherche	678 095 \$	343 625 \$	334 000 \$	255 000 \$	\$
	4 102 248 \$	2 244 231 \$	334 000 \$	255 000 \$	\$

19. Transactions entre entités affiliées :

DFO a investi dans Milk Utilization Verification (MUV) Inc, un organisme à but non lucratif contrôlé conjointement. DFO et le Conseil laitier de l'Ontario ont conjointement contribué leur part du système MUV, qui est l'application numérique sur Internet utilisée par les transformateurs pour déclarer comment le lait qu'ils reçoivent de leurs conseils de marketing est utilisé aux fins de facturation et de vérification. La contribution initiale a été comptabilisée à la valeur comptable nette le 1er novembre 2017, soit 45 948\$. Au cours de l'exercice, des coûts nets de 56 232 \$



(2020 - 85 802 \$) ont été passés en charges dans le fonds non affecté, et inclus dans les comptes débiteurs à la fin de l'exercice sont 345 844 \$ (2020 - 552 483 \$) dus par MUV Inc.

20. Facilité de crédit :

La facilité de crédit de DFO reste à 35 millions de dollars à un taux préférentiel moins 0,8 % (2020 - préférentiel moins 0,8 %). DFO a prélevé zéro (2020 néants) sur la facilité de crédit au 31 octobre 2021 et 2020.

21. Imprévus :

DFO est impliqué de temps à autre dans des litiges, qui surviennent dans le cours normal des activités. Les charges relatives à tout litige sont comptabilisées dans les états financiers lorsque le résultat devient raisonnablement déterminable.

22. Informations comparatives :

Certains chiffres comparatifs ont été reclassés par rapport à ceux présentés précédemment afin de se conformer à la présentation des états financiers adoptée pour l'année en cours.





OBJECTIFS ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES POUR 2022

Assurer le leadership et l'excellence dans la production et la commercialisation du lait canadien.

Contribuer à une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et en pleine croissance.

Augmenter l'allocation des quotas au P5 d'un minimum de 2,5 % par an.

RÉPONDRE À LA DEMANDE

Adapter l'offre de production à la demande

Mise en place de politiques de quotas pour améliorer la gestion de la production

Augmentation de l'efficacité du système d'allocation du lait

Élaboration de modèles d'allocation des quotas à l'échelle nationale

Réserve de croissance de l'Ontario

Amélioration de la politique du P5

Allocation Ontario Québec.

UNE TARIFICATION ÉQUITABLE

Garantir un rendement équitable aux producteurs efficaces

Optimiser la structure des prix

Moderniser la tarification des classes spéciales

Améliorer le marché du lait de consommation

Étudier les marchés de niche

CROISSANCE DYNAMIQUE

Investir pour développer le marché intérieur

Investir de manière agressive pour stimuler la consommation

Promouvoir l'innovation sur le marché laitier

Maintenir la qualité supérieure du lait et la cohérence entre les exploitations

Obtenir le soutien du gouvernement par le biais de partenaires stratégiques

Renforcer la gestion des frontières

DIRECTION

Nourrir et renforcer les communautés

Sensibiliser les consommateurs à la nutrition laitière

Renforcer la confiance des consommateurs envers les producteurs et les pratiques agricoles

Promouvoir la diversité et l'inclusion dans l'industrie

Devenir un garant reconnu de la durabilité

EFFICACITÉ ORGANISATIONNELLE

Optimiser les performances et l'efficacité

Accroître l'influence au niveau national

Former des chefs de file du secteur

Instaurer une culture de la responsabilité et du service à la clientèle

Adopter une stratégie de relève

Favoriser la gouvernance interne

Adopter une technologie pour accroître la productivité et l'efficacité

Renforcer le système laitier canadien

Producteurs | Transformateurs | Consommateurs

Intégrité | Collaboration | Responsabilité



6780 Campobello Road
Mississauga, Ontario L5N 2L8

t: 905.821.8970 e: questions@milk.org

www.milk.org