

A photograph of a clear glass being filled with milk from a white plastic jug. The milk is captured mid-pour, creating a thick, white stream that splashes slightly into the glass. The background is a soft, out-of-focus grey.

RAPPORT ANNUEL 2023



PLAN STRATÉGIQUE

Être un chef de file et assurer l'excellence en matière de production et de commercialisation du lait au Canada

Une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et florissante

Croissance (quotas, production et transformation)



RENFORCER LE SYSTÈME LAITIER CANADIEN

PRODUCTEURS | TRANSFORMATEURS | CONSOMMATEURS

INTÉGRITÉ | COLLABORATION | RESPONSABILITÉ

INDUSTRIE LAITIÈRE ONTARIENNE : LE PLUS GRAND SECTEUR AGRICOLE DE LA PROVINCE





OUR MISSION

To provide leadership and excellence
in the production and marketing of
Canadian milk.

OUR VISION

A dynamic, profitable, growing
Canadian dairy industry.

TABLE DES MATIÈRES

MOTEUR ÉCONOMIQUE	10
CROISSANCE DYNAMIQUE	23
EFFICACITÉ ORGANISATIONNELLE	36
RAPPORTS FINANCIERS	40



BALAYEZ POUR TÉLÉCHARGER LA VERSION
NUMÉRIQUE DU RAPPORT ANNUEL 2023
(ANGLAIS ET FRANÇAIS)

OU TROUVEZ-LA SUR LE SITE WWW.MILK.ORG
SOUS LA RUBRIQUE « INDUSTRY RESOURCES ».



Dairy Farmers of Ontario est l'organisme de réglementation et l'unique autorité déléguée pour la commercialisation du lait en Ontario. Notre responsabilité envers la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario et le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales de l'Ontario (MAAARO) demeure inébranlable. En tant que secteur le plus important de l'agriculture ontarienne, nous continuons à soutenir une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et en pleine croissance, dans l'intérêt de tous les producteurs de l'Ontario.

Nous sommes inspirés par notre mission, notre vision et le fondement de la gestion de l'offre, ainsi que par les personnes que nous servons - les producteurs, les transformateurs et les consommateurs - et par la façon dont nous les servons - avec intégrité, collaboration et responsabilité.

Les produits laitiers de l'Ontario contribuent à hauteur de plus de 8,1 milliards de dollars au produit intérieur brut de la province et génèrent près de 86 000 emplois. Chaque jour, plus de 10 000 producteurs laitiers de l'Ontario et leurs familles s'engagent à produire du lait de haute qualité dans 3 213 fermes laitières de la province, d'où plus de trois milliards de litres de lait sont livrés aux transformateurs chaque année.

Être un chef de file et assurer l'excellence en matière de production et de commercialisation du lait au Canada...

Nous sommes Dairy Farmers of Ontario.

PURE
NATURAL
WHOLESOME

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



Notre système laitier canadien est unique en ce sens qu'il nous permet de répondre efficacement à la demande et d'offrir des résultats équitables et une stabilité économique à nos producteurs afin qu'ils puissent investir dans leurs fermes et leurs collectivités."

Le monde continue d'être confronté à l'incertitude et aux conflits dans de nombreux endroits. Les guerres en Ukraine et en Israël-Gaza, les troubles politiques dans d'autres régions et la polarisation créent des tensions dans le monde entier. Le changement climatique et notre réaction à ce phénomène préoccupent beaucoup les gouvernements, les organisations et les individus qui tentent de réagir et de planifier l'avenir. L'inflation et les taux d'intérêt élevés posent des problèmes économiques.

Dans ce contexte, les Canadiens ont besoin d'une alimentation stable et abordable chaque jour afin de pouvoir mener une vie normale. Les acteurs de l'industrie laitière canadienne travaillent sans relâche à tous les niveaux pour que le lait et les produits laitiers nutritifs soient mis à disposition jour après jour, peu importe les conditions météorologiques ou le climat politique. Il y a des défis à court terme pour adapter l'offre à la demande, mais aussi des efforts de prévision et de stratégie à plus long terme sur ce qui est nécessaire à l'industrie laitière canadienne pour l'avenir.

Ce sont ces questions à long terme que les dirigeants du pays ont tenté de résoudre au cours des deux dernières années. Le conseil d'administration et les cadres supérieurs de DFO font partie intégrante de ces discussions et travaillent en collaboration avec d'autres conseils provinciaux, les Producteurs laitiers du Canada (PLC), la Commission canadienne du lait (CCL), ainsi qu'avec les transformateurs et les gouvernements.

L'inégalité de la croissance dans toutes les catégories de lait constitue un défi stratégique majeur pour la satisfaction des besoins des consommateurs. La demande de crème, de beurre et de fromage a augmenté de manière considérable au cours des dernières années, mais la transformation et la recherche de marchés pour tous les composants - dans un environnement commercial restreint - ont été considérées par les dirigeants comme un défi à relever.

Les producteurs ont demandé au gouvernement fédéral d'affecter une partie de la compensation des pertes de marché résultant de l'accord Canada-États-Unis-Mexique (CUSMA) à l'encouragement des investissements dans les entreprises de transformation. Le gouvernement fédéral a mis de côté un fonds de 333 millions de dollars et a annoncé l'an dernier les modalités du programme. Parallèlement, les producteurs et la CCL ont œuvré à la création d'un programme de croissance du marché qui incitera les transformateurs à investir dans des usines de transformation des solides non gras. Le programme a été annoncé l'été dernier et nous sommes ravis de voir que les transformateurs ont déjà répondu à l'appel. J'attends avec impatience les résultats de ces initiatives dans les mois et les années à venir.

« Notre système laitier canadien est unique en ce sens qu'il nous permet de répondre efficacement à la demande et d'offrir des résultats équitables et une stabilité économique à nos producteurs afin qu'ils puissent investir dans leurs fermes et leurs collectivités. La protection de la santé, de la vitalité et de la durabilité de notre secteur est importante aujourd'hui et pour la prochaine génération.

Mon mandat de 12 ans au conseil d'administration, dont cinq ans en tant que président, touche à sa fin. Ce mandat m'a donné l'occasion de nouer de nombreuses relations et de travailler en collaboration sur de nombreuses initiatives. Je remercie tout particulièrement notre présidente-directrice générale, Cheryl Smith, d'avoir relevé le défi de diriger DFO pendant une période tumultueuse. Son dévouement à l'industrie laitière a été une passion de toute une vie.

Enfin, je remercie tous les membres du conseil d'administration de DFO qui m'ont beaucoup appris au fil des ans. Nous avons fait de grands progrès pour relever les défis du moment en travaillant ensemble et en réfléchissant à ce qu'il faut faire pour que l'industrie laitière canadienne soit dynamique, rentable et en pleine croissance à l'avenir.

MURRAY SHERK
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE



Notre responsabilité envers la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario et le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales a été maintenue."

Dairy Farmers of Ontario (DFO) a obtenu des résultats remarquables en 2023.

DFO fait preuve de leadership et d'excellence dans la production et la commercialisation du lait canadien d'une année à l'autre, et 2023 n'a pas dérogé à la règle. Le maintien d'un système laitier canadien fort est à la base de notre organisation et de notre personnel.

Notre responsabilité envers la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario et le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales a été maintenue. En outre, des progrès considérables ont été réalisés en faveur d'une industrie laitière canadienne dynamique, rentable et en pleine croissance, dans l'intérêt de tous les producteurs de l'Ontario.

Guidés par notre mission, notre vision, notre objectif et nos priorités fondamentaux à l'appui de notre système, ainsi que par les personnes que nous servons et la manière dont nous les servons, nous avons terminé l'année 2023 en position de force.

Cette année, plus de trois milliards de litres de lait ont été collectés auprès de 3 213 exploitations laitières de la province, en accordant une attention particulière au respect de la réglementation et à l'application des politiques, et des milliards de dollars de transactions ont été gérés, ce qui a permis de renforcer notre système.

L'attention constante que nous portons à la maîtrise des coûts nous a permis de fournir efficacement tous ces services tout en compensant les augmentations inflationnistes plus importantes que prévu et en terminant l'année avec une bonne avance sur tous les budgets. En ce qui concerne la croissance, tous les taux de production et de quota ont été positifs. Si l'on considère les tendances du marché de l'alimentation au détail, la croissance en valeur et en dollar de l'Ontario a été forte et a dépassé celle du reste du Canada. En outre, la croissance du volume/L/kg a terminé l'année dans une position positive, dépassant également le reste du Canada.

De plus, DFO a connu un succès remarquable dans le cadre de plusieurs projets très importants, notamment des initiatives nationales, des innovations en matière de marketing, des systèmes logistiques, des progrès en matière de programmes de qualité et, surtout, des investissements dans le secteur de la transformation.

Le lait et les produits laitiers continuent de dominer la consommation en épicerie. Nos campagnes de marketing se sont adressées directement aux consommateurs avec un contenu gratifiant et captivant qui leur rappelle leur amour pour le lait et son caractère irremplaçable. La campagne globale Everybody Milk, l'exposition inédite Moo'seum of Modern Milk et le fait que DFO soit le premier partenaire à figurer sur le chandail des Maple Leafs avec l'insigne du lait sont autant d'exemples qui contribuent à la capacité de l'organisation à atteindre de nouveaux sommets lorsqu'il s'agit d'établir des liens avec les consommateurs et les publics.

Notre priorité est d'établir des liens avec les collectivités de l'Ontario. Grâce à des initiatives telles que le parrainage d'organisations sportives locales, les campagnes pour les hôpitaux pour enfants et le partenariat de longue date avec Feed Ontario, DFO est un membre actif des collectivités qu'il nourrit fièrement.

Les perspectives d'avenir pour le secteur laitier sont prometteuses. En continuant à mettre l'accent sur la création de valeur grâce à des investissements dans la transformation pour soutenir la croissance de la production laitière, notre industrie laitière atteindra de nouveaux sommets en tant que moteur économique pour l'Ontario et le Canada.

Je suis reconnaissante à l'équipe de DFO, composée de personnes talentueuses, dévouées, engagées et axées sur l'atteinte de résultats chaque jour. Nous sommes inspirés par notre amour des produits laitiers et déterminés à défendre avec force le système laitier canadien. C'est en travaillant ensemble que nous avons accompli tant de choses.

Nous avons la chance d'avoir un conseil d'administration dévoué et de bénéficier du leadership de notre président Murray Sherk. Alors que nous célébrons son départ à la retraite, nous rendons également hommage à la passion et à l'engagement qui ont permis à l'industrie laitière de se développer. Nous sommes reconnaissants à Murray pour ses années de service à DFO et pour toutes ses contributions à l'industrie laitière canadienne, et nous lui souhaitons le meilleur pour l'avenir.

CHERYL SMITH
PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE



MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



RÉGION 10
Roger Boersen

Huron, Perth

PRODUCTION ANNUELLE : **561 800 531 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **1 436 143 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **447**



RÉGION 11
Mark Hamel
(vice-président)

Bruce, Grey

PRODUCTION ANNUELLE : **223 165 079 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **570 483 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **277**



RÉGION 6
George Van Kampen

Dufferin, Peel, Simcoe,
Wellington

PRODUCTION ANNUELLE : **402 688 443 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **1 029 401 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **481**



RÉGION 8
Murray Sherk
(résident)

Oxford & Waterloo

PRODUCTION ANNUELLE : **573 213 488 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **1 465 319 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **532**



RÉGION 9
Vicky Morrison

Elgin, Essex, Kent, Lambton, Middlesex

PRODUCTION ANNUELLE : **300 882 986 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **769 154 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **209**



RÉGION 7
Albert Fledderus

Brant, Haldimand, Halton, Niagara,
Norfolk and Wentworth

PRODUCTION ANNUELLE : **162 084 439 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **414 341 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **169**



RÉGION 12

Steve Runnalls

Districts du nord de l'Ontario,
Haliburton

PRODUCTION ANNUELLE : **80 675 992 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **206 234 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **100**



RÉGION 1

Bart Rijke

Ottawa-Carleton (canton de Cumberland),
Glengarry, Prescott-Russell

PRODUCTION ANNUELLE : **282 835 905 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **723 019 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **262**



RÉGION 2

Brian Burnett

Dundas, Ottawa-Carleton (sauf canton
de Cumberland), Stormont

PRODUCTION ANNUELLE : **212 103 565 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **542 205 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **212**



RÉGION 5

Don Gordon

Ville de Kawartha Lakes, région de
Durham, Peterborough, York

PRODUCTION ANNUELLE : **112 392 130 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **287 311 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **168**



RÉGION 4

Adam Petherick
(2e vice-président)

Hastings, Lennox & Addington,
Northumberland and Prince Edward

PRODUCTION ANNUELLE : **118 927 787 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **304 019 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **154**



RÉGION 3

John Wynands

Frontenac, Grenville, Lanark,
Leeds, Renfrew

PRODUCTION ANNUELLE : **153 258 455 L**
CONTRIBUTION AU PIB : **391 777 000 \$**
NOMBRE DE PRODUCTEURS : **202**

NOTRE ÉQUIPE



Cheryl Smith

Présidente-directrice générale



Rosa Checchia

Directrice générale du marketing
et des communications



Arlene Minott

Directrice des affaires juridiques
et secrétaire générale





Kristin Benke
Directrice des affaires



Patrice Dubé
Directeur en chef de l'économie
et de l'élaboration des politiques



Rey Moisan
Directeur financier



MOTEUR ÉCONOMIQUE



LE SECTEUR LAITIER EST LE SECTEUR LE PLUS IMPORTANT DE L'AGRICULTURE ONTARIENNE, CONTRIBUANT POUR PLUS DE 8,1 MILLIARDS DE DOLLARS AU PIB DE LA PROVINCE.

*Membres de l'équipe dirigeante de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) : En haut : Kristin Benke, Catherine Mastropiero, Loraine Baker-Richards, Uma Para En bas : Marissa Gareau, Ann Blom, Carol Mascaro
Absentes : Alicia Rego et Donna Hawryshko*

DFO travaille sans relâche pour le renforcement du secteur laitier. Chaque jour, nos équipes chargées des affaires, de l'économie, des politiques, des relations gouvernementales, de la production et de la logistique s'acquittent directement de notre mandat en tant qu'organisme de réglementation et unique autorité déléguée pour la commercialisation du lait en Ontario.

Nous veillons à équilibrer l'offre de lait de qualité et la demande fluctuante, tout en nous assurant que les producteurs reçoivent une rémunération équitable pour une production efficace. Nous veillons à la mise en œuvre du programme provincial de qualité du lait cru et les représentants des services extérieurs de DFO sont le premier point de contact des producteurs. Le transport et la répartition du lait doivent se faire de façon harmonieuse et efficace pour que les transformateurs reçoivent leur lait à temps et que les consommateurs continuent de profiter des produits laitiers de haute qualité auxquels ils s'attendent chaque jour.

POLITIQUE ET AFFAIRES, ÉCONOMIE

EXIGENCES DU MARCHÉ

Les besoins nationaux totaux ont augmenté de 1,2 % sur la période de 12 mois se terminant en octobre 2023. Cela se compare à une augmentation de 2,2 % de l'offre nationale pour la même période de 12 mois.

Le quota de lait de consommation du P5 a augmenté de 4,3 %, les besoins en lait de transformation ont diminué de 0,4 %, y compris les besoins du programme d'innovation laitière et de l'accès au lait

pour la croissance, qui ont augmenté par rapport à l'année civile précédente. Le quota total a augmenté de 0,8 % par rapport à l'exercice précédent, selon le calcul du quota total mensuel pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2023.

Le quota total dans la mise en commun du lait de l'Ouest (MCLO) a augmenté de 0,5 % pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2023. Il s'agit du résultat d'une augmentation de 2,8 % des besoins en M.G. pour le lait de consommation et d'une diminution de 1,0 % des besoins en lait de transformation.



101,9 %

DU QUOTA ATTEINT EN 2023



Cheryl Smith, présidente-directrice de Dairy Farmers of Ontario



Membres de l'équipe commerciale de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Carol Mascaro et Catherine Mastropiero

Production

Le P5 a rempli 101,9 % de son quota au cours de l'exercice 2022-2023. La production du P5 a été forte tout au long du printemps, le quota du P5 étant rempli et les crédits utilisés. Le quota est déterminé au moyen d'un calcul mensuel afin de s'assurer qu'il correspond immédiatement aux besoins actuels. Selon le calcul mensuel du quota, les regroupements ne sont pénalisés que si le regroupement national est supérieur à 1,25 % ou inférieur à moins 2 %. La différence cumulative du groupe national ou la situation de crédit du groupe était de -0,45 % à la fin d'octobre 2022.

Le groupe du P10 a dépassé son quota de 264 040 kg pour le mois de juillet, le groupe du P5 étant le seul responsable de ce dépassement. Le P5 dispose de six mois pour rembourser (sous produire) les crédits de dépassement de quotas, après quoi une pénalité pour dépassement de quota s'appliquera.

Les ventes sur le marché national de détail ont continué à se stabiliser au cours de la dernière année par rapport à celles de l'année précédente durant la période de la COVID-19. Toutefois, en comparaison, les ventes ont été fortes pendant le confinement de la COVID-19 et la demande a également été influencée par l'évolution des dépenses des consommateurs due à l'inflation. Il est important de garder à l'esprit que le marché de détail n'est qu'une partie du marché qui contribue à l'ensemble des besoins et qu'il y a eu des baisses importantes de la demande des hôtels, des restaurants et des institutions (HRI) pendant le confinement lié à la COVID-19.

En Ontario, la production a été supérieure de 2,9 % à celle de l'exercice financier précédent en volume, ou supérieure de 3,5 % en matière grasse butyrique. La position de crédit en Ontario a légèrement augmenté au cours de l'année laitière, passant de -1,29 jour en novembre 2022 à -0,6 jour en octobre 2023.

Stocks de beurre

En octobre 2023, les stocks de beurre totaux de l'industrie détenus par les transformateurs et la CCL s'élevaient à 26 857 tonnes. Ce chiffre est en hausse de 5 747 par rapport aux niveaux des stocks détenus en octobre 2022. L'objectif du P10 pour les niveaux de stocks normaux de juillet se situe entre 32 000 et 38 000 tonnes. Les stocks prévus actuellement se situent dans les limites normales pour juillet 2024.

Stocks de fromage

À la fin du mois d'octobre 2023, les stocks totaux de fromage s'élevaient à 99 191 tonnes. Il s'agit d'une augmentation de 1 295 tonnes par rapport aux stocks détenus en octobre 2022. Les niveaux de stocks comprennent les achats de stocks de fromage supplémentaires dans le cadre du programme de stocks C mis en place pour aider à gérer les excédents de lait.

Quotas des producteurs

Les quotas ont été augmentés de 2 % à compter du 1er janvier 2023. Ces augmentations ont été décidées en réponse aux niveaux de stocks de beurre relativement faibles et aux prévisions de quotas relativement positives pour l'année à venir. Une journée incitative a été accordée par mois pour la période allant de mai à juillet 2023. Des journées incitatives ont également été annoncées pour l'automne 2023, à raison d'une journée en août et en novembre, et de deux journées en septembre et en octobre. En raison de besoins du marché inférieurs aux prévisions et de niveaux de stocks de beurre suffisants, les journées incitatives de l'automne ont été réduites à une seule pour septembre et une autre pour octobre 2023. Une journée incitative pour novembre 2023 a également été rajoutée pour mieux répondre à la demande en automne. Le comité des quotas du P5 continue de surveiller la situation de la production et du marché.

Établissement des prix

La CCL a annoncé une augmentation des prix de 2,19 % applicable au 1er février 2023. Cette augmentation est basée sur la formule nationale d'établissement des prix,

moins l'avance de 2,5 % à partir de septembre 2022. L'ajustement des prix entraîne une augmentation du prix du lait de ferme de 1,74 \$/hl.

Pour la période de 12 mois se terminant en octobre 2023, le prix des composants dans les limites des quotas qui ont été payés aux producteurs de l'Ontario était en moyenne de 13,2881 \$/kg pour la matière grasse butyrique, le prix moyen des composants dans les limites des quotas et du ratio du marché était de 9,8468 \$/kg pour les protéines et de 1,0062 \$/kg pour les autres solides (93,05 \$/hl selon la composition moyenne de l'Ontario). Le prix du mélange du producteur a augmenté de 3,8 % par rapport à l'année laitière précédente, à composition constante.

Le prix de la plupart des produits laitiers avait atteint des sommets récents presque tout au long de 2022. Plusieurs facteurs, notamment des pénuries et des problèmes de logistique, ont entraîné une hausse des prix sur le marché mondial. Toutefois, en 2023, le prix de la plupart des produits laitiers a diminué en raison d'une baisse de la demande. La baisse des prix mondiaux au cours des 12 derniers mois a un impact sur le prix du mélange pour les producteurs canadiens. À l'échelle nationale, 12 % du marché des matières grasses butyriques sont de classe 5 et fondés sur les prix mondiaux du fromage et du beurre, et 26 % des matières sèches dégraissées sont fondés sur le prix mondial, ou en est influencé. Étant donné l'importance de ces marchés, chaque augmentation du prix du lait écrémé en poudre de 100 \$/tonne entraîne une augmentation de 0,30 \$/hl. Au cours de la dernière année, le prix mondial s'est traduit par une diminution du prix du mélange d'environ 3 \$/hl.



Membres de l'équipe de l'élaboration des politiques et de l'économie de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Patrice Dubé et Constantin Urtilescu



AUGMENTATIONS DE
QUOTAS DE

2 %

TOTAL DE 6

JOURNÉES INCITATIVES EN 2023



Proportion de matière sèche dégraissée (M.S.D.)/matière grasse (M.G.)

L'Ontario a terminé l'exercice 2022-2023 avec un ratio de production des MSD par rapport aux MG de 2,1934, soit 4,0 % de moins que l'objectif provincial de 2,2840 et 0,6 % de moins que le ratio des MSD par rapport aux MG de 2,2058 des années précédentes.

La politique de paiement des MSD à deux niveaux a été mise en œuvre pour que le paiement des producteurs reflète mieux la valeur des MSD sur le marché. Le comité des quotas du P5 a examiné la politique et, en raison du besoin continu de mieux aligner la production de MSD avec la demande de MSD, le ratio de non-paiement a été abaissé de 2,25 à 2,20 à compter du 1er février 2023 en Ontario. Le prix du rapport de marché a également été rajusté pour mieux refléter la valeur du marché des MSD pour les MSD supérieures à 2,0. À compter du 1er août 2023, le prix du rapport de marché a été rajusté à 70 % du prix de la classe 4a pour les protéines, et le prix des autres solides a été fixé à 70 % de 0,90 \$/kg, ou 0,63 \$/kg.

RELATIONS AVEC LE GOUVERNEMENT

COMMERCE

Deuxième groupe d'experts de l'ACEUM sur les contingents tarifaires pour les produits laitiers

Le rapport final a été rendu public le 24 novembre 2023. Les quatre principales catégories d'allégations formulées par les États-Unis ont été rejetées par le groupe d'experts. Par conséquent, la politique actuelle d'administration des contingents tarifaires restera en vigueur au Canada.

Groupe d'experts du PTPGP sur les contingents tarifaires pour les produits laitiers

Le groupe d'experts établi pour entendre la contestation de la Nouvelle-Zélande concernant l'administration des contingents tarifaires pour les produits laitiers par le Canada dans le cadre de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) a publié son rapport final le 5 septembre 2023. Le principal aspect de la gestion des contingents tarifaires du Canada que le groupe d'experts a jugé incompatible avec les obligations du Canada en vertu du PTPGP est l'existence d'une réserve distincte (quota d'importation mis de côté dans un regroupement) à utiliser par des acteurs particuliers de l'industrie (c.-à-d. les

transformateurs), ce qui est une conclusion semblable à celle du premier groupe d'experts en vertu de l'ACEUM.

Processus d'adhésion du R.-U. au PTPGP

Le 16 juillet, les parties au PTPGP ont officiellement accueilli le Royaume-Uni en tant que douzième membre de l'accord. Le Royaume-Uni aura accès aux contingents tarifaires pour les produits laitiers déjà accordés à tous les membres du PTPGP, mais aucun nouvel accès n'a été accordé. Le R.-U. dispose de 18 mois pour ratifier l'accord.

Négociations commerciales entre le Canada et le R.-U.

Au cours de la dernière série de négociations qui s'est tenue la semaine du 11 septembre 2023, le Royaume-Uni a réitéré sa demande d'accès au marché du fromage. Les représentants du Canada ont indiqué au Royaume-Uni que le Canada maintient sa position et n'accordera pas de nouvel accès au marché du fromage.

En plus de l'accès au marché, les représentants ont mentionné que le Royaume-Uni a réitéré sa demande de tenir compte des dispositions sur le bien-être animal dans l'accord. En ce qui concerne le bien-être des animaux, le Royaume-Uni persiste à demander l'intégration de dispositions très similaires à celles de ses accords bilatéraux avec la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Le Canada a maintenu sa position selon laquelle un tel chapitre n'est pas négociable. Les PLC et d'autres groupes agricoles continuent de demander qu'aucun chapitre sur le bien-être des animaux ne soit inclus dans l'accord final.

Relations gouvernementales (enjeux fédéraux)

Les discussions avec le gouvernement fédéral ont porté, entre autres, sur la défense du projet de loi C-282, le renforcement de l'application des lois aux frontières, le financement d'une banque de vaccins contre la fièvre aphteuse, le soutien aux technologies vertes dans les exploitations agricoles, la protection de l'utilisation de la terminologie laitière, l'exemption des produits laitiers nutritifs de l'étiquetage sur le devant des emballages et de la commercialisation auprès des enfants et la création d'un code de conduite pour les épiceries.

Les Producteurs laitiers du Canada (PLC) suivent également de près les négociations de libre-échange entre le Canada et le Royaume-Uni afin de s'assurer qu'aucun accès au marché national n'est accordé et que la souveraineté canadienne est préservée dans

des domaines tels que la durabilité, le bien-être des animaux et l'administration du système de gestion de l'offre. Dans de nombreux domaines d'intérêt commun, les PLC collaborent avec l'Association des transformateurs laitiers du Canada (ATLC), les autres associations de gestion de l'offre et d'autres groupes de produits agricoles.

Les producteurs laitiers du Canada, DFO et les offices provinciaux de commercialisation du lait continuent de collaborer pour représenter les intérêts des producteurs laitiers du Canada. Dans de nombreux domaines d'intérêt commun, les producteurs ont collaboré avec l'ATLC et d'autres groupes de producteurs agricoles.

Fonds d'investissement et d'innovation laitière

Le gouvernement fédéral a lancé le Fonds d'investissement et d'innovation laitière le 29 septembre 2023. Ce fonds fournira 333 millions de dollars pour l'infrastructure du secteur de la transformation. Sur ces 333 millions de dollars, 127 millions sont alloués à l'Ontario. Les demandeurs admissibles sont des organisations à but lucratif, notamment des sociétés, des coopératives et des partenariats qui sont des fabricants canadiens de produits laitiers qui transforment le lait. Seuls les projets concernant le lait de vache sont admissibles.

Un fonds distinct de 105 millions de dollars pour la modernisation du secteur de la transformation a également été annoncé; tous les secteurs soumis à la gestion de l'offre sont admissibles.

Relations gouvernementales (enjeux provinciaux)

DFO continue de travailler en étroite collaboration avec la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario, le Conseil de l'industrie laitière de l'Ontario (ODC), le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales de l'Ontario (MAAARO) et d'autres intervenants nationaux, tels que les PLC, sur des questions d'intérêt pour l'industrie.

DFO a participé aux événements suivants :

- **Journée de lobbying provincial et réception** - DFO a rencontré de nombreux députés lors de sa journée de lobbying provincial. Une réception a été organisée avec des représentants du gouvernement et leur personnel politique à Queen's Park, dans la salle à manger de l'Assemblée législative. L'événement a attiré un grand nombre



127 millions de dollars

ALLOUÉS À L'INFRASTRUCTURE DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION LAITIÈRE DE L'ONTARIO

de participants et a enchaîné de nombreuses discussions sur les efforts de collaboration entre l'industrie laitière de l'Ontario et le gouvernement. Les députés provinciaux ont apporté leur soutien à l'industrie laitière sur les questions abordées.

- **Événement du couronnement à Queen's Park** - une zone Goût de l'Ontario a été créée lors de l'événement pour mettre en valeur les aliments de la province. DFO a tenu un kiosque et, grâce aux dons de Saputo et de Fairlife, du lait blanc et du lait au chocolat ont été distribués aux participants, ainsi que des articles promotionnels offerts par DFO.
- **Concours international de labour** - cet événement a permis au conseil d'administration et au personnel de DFO de tenir des conversations informelles avec des représentants du gouvernement et leur personnel.

Objectifs provinciaux

Voici les quatre principaux objectifs provinciaux sur lesquels DFO s'est penché :

- un soutien pour augmenter la capacité de transformation des produits laitiers en Ontario;
- la création d'un fonds de renouvellement de l'infrastructure pour améliorer et modifier l'équipement et les installations de transformation des produits laitiers existants;
- la modification et la modernisation de la Loi sur le lait de l'Ontario;
- des investissements dans la modernisation des programmes d'éducation et des centres de formation pour répondre aux besoins futurs de l'industrie laitière.

PRODUCTION ET LOGISTIQUE

Assurance de la qualité et conformité réglementaire

L'équipe d'assurance de la qualité et de conformité réglementaire de DFO est responsable des programmes destinés aux fermes, y compris en ce qui a trait à la réglementation et aux politiques en matière d'assurance de la qualité et à la recherche dans le secteur laitier.

Tendances en matière de transfert de quotas

Le quota peut être transféré par l'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,



Membres de l'équipe de production de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Angela Maningas, Alex Hamilton, Robert Matson, Ashley Wannamaker, Jeff Hyndman, Kateryna Dmytrakova, Guy Séguin
Absente : Joanna Yalcinkaya

conformément aux sections applicables du livret Politiques relatives aux quotas et au transport du lait de DFO.

Le tableau suivant résume les transferts de quotas sur le marché d'échange et dans le cadre des activités laitières permanentes de novembre 2022 à octobre 2023, par rapport à la période de novembre 2021 à octobre 2022.

TRANSFERT DE QUOTAS

Type de transfert	Nov. 2022 à oct. 2023	Nov. 2021 à oct. 2022	Pourcentage de variation
Quota vendu à la bourse (kg)	4 844	4 785	1,2
Producteurs vendant le quota total	74	70	5,7
Producteurs vendant un quota partiel	238	175	36,0
Nombre de transferts en cours par des exploitations	17	31	-45,2

En raison des faibles volumes de quotas mis en vente, conformément à la politique, l'échange de quotas a été annulé en août 2023. En janvier 2022, les quotas mis en vente étaient suffisants pour répondre à la première série d'attribution aux producteurs existants et aux demandeurs du Programme d'assistance-quota pour nouveaux venus, mais les quotas étaient insuffisants pour répondre à l'offre des demandeurs du Programme des nouveaux producteurs.

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

Le PAQNV a été lancé en août 2009 pour aider les nouveaux venus dans l'industrie laitière, la production devant commencer en 2010. De mars 2010 à octobre 2023, 116 producteurs sont entrés dans l'industrie grâce au PAQNV. Le succès du programme ne se dément pas, avec environ 8 % d'abandons.

Programme des nouveaux producteurs (PNP)

Lancé 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 son lancement, 148 nouveaux producteurs en ont profité et 134 d'entre eux vendent actuellement leur lait.

VENTES DE QUOTAS 2023 SUR LA BOURSE

2022-2023 **4 844**

2021-2022 **4 785**



*Repr. de serv. ext. de Dairy Farmers of Ontario
(de gauche à droite) Mike Arent, Tony MacDonald,
Wes Emmott*

À compter du 1er juin 2021, le conseil d'administration de DFO a décidé d'examiner le PNP. Au cours du processus d'examen, le conseil a temporairement suspendu l'ajout de nouveaux demandeurs à la file d'attente du PNP et la collecte du dépôt préalable de 10 000 \$ 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.

En mars 2022, le conseil a annoncé qu'à compter de janvier 2024, DFO autorisera un nouveau demandeur à participer à un échange de quotas unique de janvier à avril, pour un total de quatre par année. Par conséquent, étant donné le nombre de demandeurs actuellement dans la file d'attente et la diminution du nombre de places annuelles de douze à quatre, DFO poursuivra la suspension temporaire du PNP et n'acceptera aucune nouvelle demande. La suspension sera examinée chaque année.

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 affiché une amélioration constante au cours de la période se terminant en septembre 2023. La moyenne pondérée provinciale du CCS est restée inférieure à 200 000 cellules/ml tout au long de l'année. La moyenne pondérée provinciale du CCS la plus faible a été enregistrée en février et en mars, à 161 000 cellules/ml. Le mois d'août 2023 a enregistré la moyenne pondérée du CCS la plus élevée, soit 191 000 cellules/ml.

Au cours de la même période, la moyenne provinciale des bactéries a varié de 21 000 CBI/ml en octobre et en novembre 2022 à 29 000 CBI/ml en juillet 2022.

Comme le montre le tableau ci-dessous, au cours de la période de 12 mois se terminant en septembre 2023, le nombre de pénalités liées au CCS, aux bactéries, au point de congélation et aux inhibiteurs a augmenté, tandis que les pénalités liées à la non-conformité au niveau de qualité A ont diminué.

PÉNALITÉS LIÉES AUX PROBLÈMES DE QUALITÉ DU LAIT CRU

Zone de qualité du lait cru	Nombre de pénalités	
	Période de 12 mois se terminant en septembre 2023	Période de 12 mois se terminant en septembre 2022
SCC	231	155
Bactéries	81	62
PCA (point de congélation anormal)	195	159
Non-conformité au niveau de qualité A	63	122
Inhibiteurs	23	18

Inspections de conformité au niveau de qualité A

Comme le montre le tableau ci-dessous, au cours de la période de 12 mois se terminant en septembre 2023, 2 023 inspections initiales de conformité au niveau de qualité A ont été effectuées. Suite à ces inspections, 88,7 % des fermes ont reçu une classification de niveau



de qualité A. Il s'agit d'une augmentation de 4 % par rapport à la même période de l'année dernière. Des niveaux de conformité plus élevés sont un signe positif, en particulier dans un environnement où la majorité des inspections initiales sont inopinées.

INSPECTIONS DE CONFORMITÉ AU NIVEAU DE QUALITÉ A

Classification	Période de 12 mois se terminant en septembre 2023		Période de 12 mois se terminant en septembre 2022	
	#	%	#	%
Conformité au niveau de qualité A	1 794	88,7	2 042	84,7
Conformité conditionnelle au niveau de qualité A	180	8,9	265	11,0
Non-conformité au niveau de qualité A	48	2,4	104	4,3
Non-conformité insalubre au niveau de qualité A	1	0,0	1	0,0
Total	2 023		2 412	

Programme de reconnaissance de la qualité du lait cru

Le tableau ci-dessous indique le nombre de producteurs ayant reçu un certificat de qualité du lait cru pour le lait expédié durant les années civiles 2022 et 2021, respectivement.

CERTIFICATS DE QUALITÉ DU LAIT CRU

Certificat de qualité	Certificats de qualité délivrés en 2023 (pour le lait expédié en 2022)		Certificats de qualité délivrés en 2022 (pour le lait expédié en 2021)	
	#	%	#	%
Or	638	19,4 %	557	18,1 %
Général	841	25,5 %	841	25,1 %
Pas de certificat	1 817	55,1 %	1 981	56,8 %
Total	3 296	100 %	3 343	100 %

Des certificats de qualité du lait cru ont été délivrés à 44,9 % de tous les producteurs de l'Ontario pour le lait expédié en 2022. Il s'agit d'une hausse de 1,7 % par rapport au nombre de certificats émis pour du lait expédié en 2021.



AUGMENTATION DE 4 %

DES CLASSIFICATIONS DE CONFORMITÉ AU NIVEAU DE QUALITÉ A DANS LES FERMES LAITIÈRES DE L'ONTARIO



Repr. de serv. ext. de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Jean-Guy Séguin, Heather McFarlane, Karen Thomson, Wes Emmott



AUGMENTATION DE 1,7 %

DES CERTIFICATS DE QUALITÉ DU LAIT CRU DÉLIVRÉS AUX FERMES LAITIÈRES DE L'ONTARIO

Test sur les échantillons de lait

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

Au cours de la période de 12 mois se terminant en octobre 2023, la conformité des échantillons était de 98,1 %, allant de 99,8 % dans le dépôt d'échantillons de Goderich à 93 % dans le dépôt d'échantillons de Guelph. Les deux principales causes des problèmes de conformité au cours de cette période ont été les pannes de réfrigérateur et les pannes d'électricité dans les dépôts.

Frais de transport aux producteurs - exercice financier en glissement annuel

Les frais de transport aux producteurs de novembre 2022 à octobre 2023 ont augmenté de 0,24 \$/hl par rapport à l'exercice précédent. Il s'agit d'un résultat net d'une augmentation des coûts de transport en glissement annuel de 0,19\$/hl et d'une diminution des revenus de 0,05\$/hl au cours de la même période, comme indiqué dans le tableau ci-dessous, arrondi au cent près.

COÛT, REVENUS ET FRAIS DE TRANSPORT POUR LES PRODUCTEURS

Cumul de l'exercice financier	coût par hectolitre		
	Coûts de transport	Revenus de transport	Frais au producteur
Novembre 2021 à octobre 2022	3,21 \$	(0,05) \$	3,26 \$
Novembre 2022 à octobre 2023	3,40 \$	(0,10) \$	3,50 \$
Variance annuelle	0,19 \$	(0,05) \$	0,24 \$

L'augmentation de 0,19 \$/hl dans les coûts de transport est un résultat net de chacun des éléments indiqués ci-dessous, arrondis au cent près.

FRAIS DE TRANSPORT (VARIANCE ANNUELLE)

Frais de transport	Variance annuelle (\$/hl)	Description
Inflation	0,10 \$	Augmentation des coûts de main-d'œuvre et d'équipement dans la formule de prix
Carburant et entretien	0,05 \$	Augmentation des prix de carburant et des coûts d'entretien
Autre	0,05 \$	Rajustements administratifs
Exploitation	(0,01) \$	Gains d'efficacité dans le réseau (charges plus importantes)
Augmentation nette	0,19	Variation nette dans les coûts de transport



Membres de l'équipe de logistique de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Chris Laskaris, Janet Wallace, Peter Mann, Paul Risebrough, Supreet Kahlon, Gagandeep Khinday, Scott Thompson, Vanessa Beaven
Absents : Andre Martineau, Cecil Avey, Hayley Ehmman, Jack Zakaria, Mark de Hueck, William Law et Greg Gray

La diminution de 0,05 \$/hl dans les revenus de transport est un résultat des éléments suivants, arrondis au cent près :

REVENUS DE TRANSPORT (VARIANCE ANNUELLE)

Revenus de transport	Variance annuelle (\$/hl)	Description
Mise en commun du lait du P5	(0,02) \$	Diminution dans les transferts de mise en commun du lait du P5 vers l'Ontario
Autres revenus	(0,03) \$	Diminution des revenus de transport en raison de corrections effectuées

Programme proAction

Au 30 septembre 2023, 99 % des producteurs ontariens étaient inscrits au programme proAction. Le 1 % restant comprend des producteurs dont les validations sont en retard ou qui ont été retirés du programme, ainsi que de nouveaux producteurs en attente de validation.

Depuis l'entrée en vigueur de la politique de suspension du programme proAction en janvier 2021, le ramassage du lait de quatre producteurs a été suspendu.

Validations indépendantes

En janvier 2021, DFO a annoncé la signature d'un contrat avec Lactanet portant sur la prestation de services proAction.

Le personnel de Lactanet proAction comprend deux coordonnateurs et neuf agents de validation proAction.

Du 1er octobre 2022 au 30 septembre 2023, Lactanet a effectué un total de 1 734 validations complètes et approuvé 1 504 déclarations volontaires.

Services extérieurs

Les représentants des services extérieurs (RSE) continuent de présenter des demandes dans le cadre du programme provincial de qualité du lait cru, y compris pour les inspections de conformité au niveau de qualité A. L'accent est toujours mis sur les enquêtes de qualité et l'équipe reçoit une formation technique supplémentaire tout au long de l'année. Les représentants des services extérieurs demeurent le premier point de contact des producteurs pour les questions relatives aux quotas, à la clarification des politiques et à proAction. En outre, les RSE sont chargés d'enquêter sur les problèmes liés au bien-être des animaux, d'appliquer les politiques de DFO et d'assurer le suivi des évaluations du bétail de Holstein Canada



Membres de l'équipe de logistique de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Mark de Hueck et Paul Risebrough

proAction

AU 30 DÉCEMBRE 2023,

99%

**DES PRODUCTEURS ONTARIENS
ÉTAIENT INSCRITS AU PROGRAMME
PROACTION.**



Camion d'étalonnage de DFO



Les représentants des services extérieurs continuent d'être le premier point de contact des producteurs pour les questions relatives aux quotas, à la clarification des politiques et à proAction.



Le code mis à jour a été rendu public le 31 mars 2023.

dans la zone rouge foncé. Une légère diminution du nombre total d'inspections initiales de conformité au niveau de qualité A était attendue et est le résultat d'un nombre accru d'enquêtes de qualité menées à bien depuis la mise en œuvre du nouveau plan de services extérieurs en 2022.

Examen du code de pratiques

Le programme proAction de soins aux animaux est basé sur les exigences actuelles du Code de pratiques pour les soins et la manipulation des bovins laitiers, 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. Le processus de révision comprenait une période de consultation publique qui a eu lieu à la fin de 2021. Le code mis à jour a été rendu public le 31 mars 2023. Toutes les nouvelles exigences relatives au code entreront en vigueur au moins un an après cette date. Le code révisé a été approuvé par le conseil d'administration des PLC.

Tous les producteurs de l'Ontario ont reçu un exemplaire de la version 2023 et DFO a informé les producteurs des changements apportés au code par divers moyens de communication.

Des renseignements sur la révision du code de pratiques sont présentés sur le site Web du CNSAE à l'adresse www.nfacc.ca.



*Repr. de serv. ext. de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite)**Première rangée:** Jean-Guy Séguin, Betty-Anne Elliott **Deuxième rang:** Dan Biggs, Karen Thomson **Troisième rangée:** Jeff Hyndman, Paul Cornell **Quatrième rangée:** Wes Emmott, Adam Lefebvre, Heather McFarlane, Andrew McDonald, Paul Norris, Mike Arent **Cinquième rangée:** Alex Hamilton, Scott Hartle, Ross Crawford, Jeannette Herrema, Emily McDonald **Devant:** Tony MacDonald*

RECHERCHE

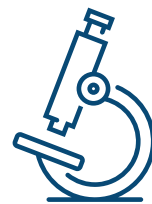
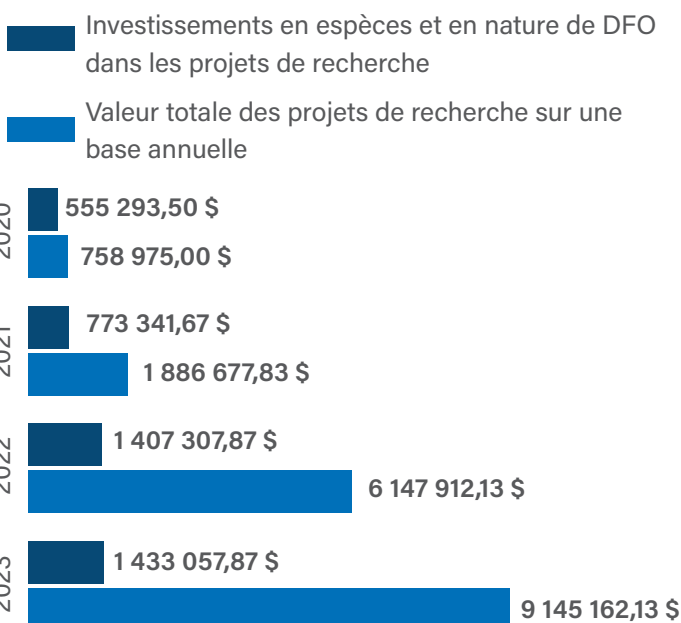
Le tableau ci-dessous résume les activités de DFO en matière de recherche sur la production :

PROJETS ET ACTIVITÉS DE RECHERCHE

PROJETS ET ACTIVITÉS DE RECHERCHE	VALEUR
Contribution de DFO à la recherche	2,2 millions de dollars
Nombre de projets de recherche en cours (Ontario)	> 60
Nombre de projets de recherche en cours (PLC)	45
Nombre d'établissements de recherche (Ontario)	5
Nombre d'établissements de recherche (Canada)	> 30
Nombre d'étudiants de premier cycle	> 25
Nombre d'étudiants de cycles supérieurs et de chercheurs postdoctoraux (Ontario)	> 120
Nombre d'étudiants de cycles supérieurs et de chercheurs postdoctoraux (PLC)	> 160
Nombre de fermes laitières de l'Ontario impliquées	> 3,200
Nombre de fermes laitières canadiennes impliquées (y compris l'Ontario)	> 5,000
Nombre de partenaires impliqués	> 40

En 2023, pour chaque dollar investi par les producteurs, ils recevront 9 dollars en investissement total.

INVESTISSEMENT DE DFO DANS LES PROJETS DE RECHERCHE ACTUELS DE L'ONTARIO (SUR UNE BASE ANNUELLE)



2,2 MILLIONS DE DOLLARS

DE FONDS DE RECHERCHE VERSÉS PAR DAIRY FARMERS OF ONTARIO



EN 2023, POUR CHAQUE DOLLAR INVESTI PAR LES PRODUCTEURS, ILS ONT REÇU 9 DOLLARS EN INVESTISSEMENT TOTAL.

CROISSANCE DYNAMIQUE



GUIDÉE PAR TROIS PILIERS STRATÉGIQUES, L'ÉQUIPE DE MARKETING DE DFO A POUR OBJECTIF DE STIMULER LA CONSOMMATION DE LAIT.

Membres de l'équipe de marketing, d'éducation laitière et de ressources de Dairy Farmers of Ontario Noms (de gauche à droite) : **Première rangée** : Joanne Yeung, Julieta Mandelbaum, Raman Battu **Deuxième rangée** : Kim Romany, Audrie Bouwmeester, Laura Bodini, Lily Bennett, Sandy Hunt, Muriel Silva, Julie Granger **Troisième rangée** : Emma Vickers, Jennifer McCulloch, Julia Kuziw, Alicia Sumar, Rosa Checchia, Dawn Stewart, Thanusha Tharmakulasingam et Bitu Farhang.

Chaque jour, le lait de haute qualité provenant des fermes laitières de l'Ontario est transformé en produits laitiers dont les consommateurs raffolent. Pour DFO, rappeler aux Canadiens leur amour du lait, les informer sur les bienfaits des produits laitiers pour la santé et la nutrition, renforcer des normes de production élevées et raconter nos histoires locales sont autant de priorités importantes.

C'est pourquoi l'équipe de marketing de DFO maintient son objectif de stimuler la consommation de lait et de produits laitiers et s'appuie sur trois piliers stratégiques : accroître la pertinence du lait et des produits laitiers, renforcer les perceptions de l'industrie et redonner au lait et aux produits laitiers leurs lettres de noblesse.

L'équipe de communication veille à ce que toutes les facettes des activités internes et externes s'alignent sur les priorités stratégiques de DFO. L'équipe apporte son soutien à diverses initiatives sur des sujets importants pour les producteurs et les CPL et veille à la cohérence des messages clés, des relations avec les médias et de l'engagement des parties prenantes.

MARKETING

ACCROÎTRE LA PERTINENCE DU LAIT ET DES PRODUITS LAITIERS

DFO a lancé la deuxième vague de la campagne « Everybody Milk », qui s'est déroulée pendant plusieurs semaines entre février et avril, dans le but de maintenir la pertinence auprès des consommateurs et de stimuler la consommation.

L'idée maîtresse de la campagne est que tout le monde aime le lait : 92 % des ménages ontariens

en achètent régulièrement. Cet amour du lait est universel et la campagne célèbre cette passion pour le lait par un contenu amusant, énergique et pertinent. La campagne s'appuie sur le message publicitaire télévisé, qui a été diffusé pour la deuxième fois depuis sa création. Les études menées auprès des consommateurs lors de cette seconde diffusion confirment que les consommateurs qui se souviennent du message télévisé manifestent une augmentation importante de tous les indicateurs de diagnostic de la campagne : augmentation de

la consommation (+14 %), perceptions plus positives (+18 %) et distinction par rapport à d'autres messages publicitaires (+16 %).

Cette campagne s'est distinguée par l'ajout de panneaux d'affichage présentant des messages de médias sociaux de consommateurs partageant leur amour pour les produits laitiers.

Tous les éléments de la campagne ont servi à rappeler aux consommateurs l'importance du lait dans leur vie, en renforçant sa pertinence, sa polyvalence et son caractère irremplaçable. Cette campagne a donné le coup d'envoi de l'année, en posant les bases de « Everybody Milk » comme principale communication avec les consommateurs pour toutes les autres campagnes à venir (de la nutrition à l'équité), en veillant à ce que toutes les campagnes aient un message cohérent et mémorable pour les consommateurs, « Everybody Milk ».



Everybody Milk

Nutrition

Pour rappeler aux consommateurs les bienfaits nutritifs du lait, DFO a lancé plusieurs campagnes sur les avantages nutritionnels d'un verre de lait, prouvant ainsi que le lait est au cœur non seulement des délicieux aliments dont tout le monde raffole, mais aussi de la façon dont sa valeur nutritionnelle contribue à un mode de vie sain. Le message nutritionnel clé « 15 nutriments essentiels dans un verre de lait » a été diffusé par des campagnes numériques sur les réseaux sociaux et par une nouvelle campagne créative intégrée.

Pour la nouvelle année, la nutrition s'est penchée sur la santé et le bien-être et a motivé les Ontariens et les Ontariennes à conserver une habitude nutritionnelle qu'ils connaissaient déjà : boire du lait. La campagne a dépassé de plus de 20 % les objectifs fixés et 77 % des consommateurs ont déclaré qu'ils étaient plus enclins à consommer des produits laitiers après avoir vu les publicités.

Le printemps a été l'occasion de rappeler aux consommateurs le statut de « lait original » des produits laitiers parmi les imitations fréquentes dans le rayon éponyme. C'est ainsi qu'ont été lancés des messages et des contenus d'influenceurs sur les médias sociaux pour démontrer que seul le lait traditionnel est du lait. En quatre semaines, ce coup d'éclat social a permis de recueillir 14 millions d'expositions sur les plateformes sociales.



Membres de l'équipe de marketing de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) : Joanne Yeung, Kim Romany, Lily Bennett et Raman Battu.



15 ESSENTIAL NUTRIENTS TO HELP YOUR BODY THRIVE.
ALL IN ONE GLASS.



5 000

**LES CLINIQUES ET LES CABINETS
MÉDICAUX DE TOUT L'ONTARIO ONT
REÇU DES FICHES D'INFORMATION ET
DES BROCHURES POUR AIDER À ÉDUIQUER
LEURS PATIENTS SUR L'IMPORTANCE
NUTRITIONNELLE DU LAIT**

À l'automne, une nouvelle campagne créative intégrée a été lancée pour rappeler aux Ontariens et Ontariennes à quel point le lait est nutritif, avec une campagne intitulée « Milk Glass », qui porte sur le message nutritionnel des « 15 nutriments essentiels dans un seul verre », tout en rappelant aux consommateurs que le lait est pour tout le monde.

Programme destiné aux professionnels de la santé

Le programme destiné aux professionnels de la santé a continué, par une approche ciblée, à renforcer l'affinité et la crédibilité du lait auprès des professionnels de la santé en démontrant ses bienfaits nutritionnels reconnus. Tout au long de l'année, les médecins, les diététiciens et les pharmaciens ont été sensibilisés à l'importance du lait (et des produits laitiers) en tant que solution nutritionnelle simple et accessible.

Un autre programme destiné aux professionnels de la santé a associé les avantages nutritionnels du lait et le rôle qu'il joue dans le traitement des maladies ou des problèmes de santé fréquemment rencontrés par les professionnels de la santé parmi leurs patients. Nous avons établi une présence dans les cliniques en distribuant des fiches d'information et des brochures à 5 000 cliniques et cabinets médicaux dans toute la province, pour expliquer l'importance du lait sur le plan nutritionnel. Des publicités numériques complémentaires ont été diffusées dans les cliniques et ont généré plus de 15 millions d'expositions.

Un partenariat avec Hospital News a permis à DFO de publier deux publiereportages axés sur la nutrition, donnant un aperçu de la recherche qui sous-tend le mélange unique de nutriments du lait. Environ 120 000 exemplaires de publiereportage ont été distribués aux hôpitaux et aux établissements de soins de santé de l'Ontario, 42 000 autres ont été envoyés aux abonnés numériques et 200 000 ont été consultés sur le site Web. En outre, des publicités en baladodiffusion avec le Journal de l'Association médicale canadienne (JAMC) ont été utilisées pour transmettre des messages nutritionnels clés à 65 000 médecins de l'Ontario.

Cette année, DFO a lancé un nouveau partenariat avec l'Ontario Pharmacists Association, qui consiste en un contenu éditorial rédigé par un pharmacien et un outil de conseil pour aider à dissiper les idées fausses sur le lait et les produits laitiers en ce qui concerne les interactions avec les médicaments prescrits. Ce

contenu a été diffusé à plus de 8 500 pharmaciens et pharmaciennes toutes les deux semaines entre juillet et octobre.

Calendrier du lait

Le calendrier du lait 2023 a continué à susciter l'engagement des consommateurs, ce qui s'est traduit par une augmentation de 10 % de la liste des abonnés à la marque DFO.

Programme culinaire

Cette année, le programme culinaire s'est appuyé sur des influenceurs et partenaires-chefs locaux de l'Ontario pour mettre en valeur le caractère irremplaçable du lait dans des moments importants de l'alimentation. Cette approche a été appliquée aux tactiques culinaires toujours actives sur les médias sociaux, ce qui a donné lieu à 15 millions d'expositions tout au long de l'année.

La campagne « L'été est fait avec du lait » a rappelé aux consommateurs que les moments préférés à savourer en été ne sont possibles qu'avec du lait. Cette campagne a généré plus de 50 millions d'expositions grâce aux tactiques d'activation des médias sociaux, de l'affichage extérieur et des relations publiques.

Au début de l'automne, DFO a lancé une minisérie intitulée Milk Masters qui mettait en vedette six chefs bien connus de l'Ontario participant à un concours de cuisine dans le cadre duquel ils ont créé de délicieuses recettes inspirées du lait à l'intention de trois juges renommés. Le vainqueur a reçu un don qui a été versé à un organisme d'aide alimentaire local de son choix. Cette série a été diffusée pour la première fois sur CTV.ca au début du mois de novembre.

Start-up/Scale-up Innovation Program (programme d'innovation pour entreprises en démarrage ou en développement)

L'innovation fait partie intégrante de la croissance de l'industrie laitière. DFO soutient les entrepreneurs et s'engage à leurs côtés en leur offrant des conseils, du mentorat et des subventions, tant aux transformateurs à la ferme qu'aux nouveaux arrivants qui innovent dans une catégorie complexe. L'Ontario compte aujourd'hui 24 transformateurs à la ferme et plusieurs autres en phase initiale ou de développement qui, ensemble, mettent au point de nouveaux produits qui mettent en valeur les produits laitiers locaux. En 2023, 13 subventions ont été accordées, les participants au



24

TRANSFORMATEURS À LA FERME EN ONTARIO

13

SUBVENTIONS DANS LE CADRE DU PROGRAMME D'INNOVATION POUR ENTREPRISES EN DÉMARRAGE OU EN DÉVELOPPEMENT ACCORDÉES PAR DFO EN 2023



7 MILLIONS
DE TÉLÉCHARGEMENTS
DAIRYCRAFT SUR LA
PLATEFORME ÉDUCATIVE
MINECRAFT DEPUIS SA
CRÉATION



180 000

**LES ÉTUDIANTS ONT INTERAGI AVEC
DES ÉDUCATEURS LAITIERS PAR LE
BIAIS DE PRÉSENTATIONS EN DIRECT
ET DANS LE CADRE DU PROGRAMME DE
CORRESPONDANCE SUR LES PRODUITS
LAITIERS EN PLEINE CROISSANCE**

1,8 MILLION D'ÉLÈVES



**ONT REÇU PRÈS DE 4 MILLIONS
DE PORTIONS DE LAIT DANS
LE CADRE DU PROGRAMME DE
DISTRIBUTION DE LAIT DANS LES
ÉCOLES ÉLÉMENTAIRES ET DES
PROGRAMMES DE RABAIS POUR
LES DÉJEUNERS DE DFO**

programme ayant réussi à passer à la production et à la distribution de leurs innovations.

Programmes scolaires

Les 46 éducateurs de l'équipe du programme de formation sur les produits laitiers étaient présents dans chaque comté et le nombre de visites en personne a presque atteint le niveau d'avant la pandémie. DFO a continué à innover et à fournir aux éducateurs de nouvelles ressources et du matériel axé sur les bienfaits du lait.

Les ressources numériques dans edu.milk.org et edulait.milk.org ont continué à répondre aux besoins des élèves et des classes qui ne pouvaient pas recevoir la visite d'un éducateur, alors que l'ajout de vidéos sur YouTube a fourni une autre ressource correspondant au programme d'études du système scolaire de l'Ontario.

Le canal YouTube a également permis aux enseignants d'accéder à davantage d'informations sur l'élevage laitier et de les utiliser en classe, et aux enfants de les explorer seuls, à l'école ou à la maison.

Dairycraft a été téléchargé plus de sept millions de fois depuis sa création et reste un outil fascinant pour partager la réalité du monde de la production laitière.

Le programme de distribution de lait dans les écoles élémentaires et le programme de rabais sur les déjeuners ont permis à 1,8 million d'élèves de consommer près de quatre millions de portions de lait dans les écoles de l'Ontario.

Plus de 8 000 membres du Club du lait ont accumulé 5 433 heures d'engagement envers le lait.



Membres de l'équipe du programme de formation sur les produits laitiers de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) : Sandy Hunt, Dawn Stewart et Audrie Bouwmeester

Éducation des consommateurs

En 2022, la Foire royale d'hiver de l'agriculture a célébré son 100e anniversaire. DFO était l'un des commanditaires principaux et près de 300 000 visiteurs sont venus découvrir la nouvelle disposition et le nouvel emplacement de l'exposition.

La CNE de 2023 a accueilli plus de 1,6 million de visiteurs. Les produits laitiers ont été les produits les plus exposés dans le bâtiment de l'agriculture. DFO a également commandité le concours de l'ambassadeur de la foire.

RENFORCER LES PERCEPTIONS DE L'INDUSTRIE

L'équité envers les agriculteurs

Les campagnes de printemps et d'automne sur l'équité envers les agriculteurs visent à instaurer un climat de confiance et un lien émotionnel avec les producteurs laitiers de l'Ontario grâce à des valeurs communes, le renforcement de l'image positive de l'industrie et l'augmentation de la consommation.

La campagne de printemps s'est appuyée sur « The Reminder », une publicité télévisée et une nouvelle vidéo sociale mettant en scène des familles de producteurs laitiers, tout en établissant un lien entre les producteurs laitiers et les consommateurs ontariens.

La campagne a atteint un large public en Ontario, avec plus de 70 millions d'expositions. Après avoir regardé l'annonce, on a constaté une hausse de 16 % du nombre de personnes qui s'en sont souvenues et qui ont déclaré avoir augmenté leur consommation de lait.

La campagne d'automne a permis d'établir un lien émotionnel fort entre les Ontariens et les producteurs laitiers, en montrant que le lait qu'ils consomment tous les jours est produit par des familles de producteurs laitiers locaux passionnés par leur travail et soucieux de produire un lait de grande qualité. Ce message a été largement amplifié et a donné lieu à plus de 80 millions d'expositions au cours d'une saison de consommation clé.

Milk and Cookies

Le rituel consistant à laisser du lait et des biscuits au père Noël est synonyme d'espoir, d'excitation et, surtout, de magie. La campagne Milk and Cookies de cette année a mis l'accent sur l'importance du lait dans ce rituel, tout en démontrant l'engagement continu des



Membres de l'équipe de marketing de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Emma Vickers, Alicia Sumar et Julie Granger



Plus de 16 %

DES PERSONNES RAPPELÉES ONT DÉCLARÉ AVOIR CONSOMMÉ PLUS DE PRODUITS LAITIERS APRÈS AVOIR REGARDÉ LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE « THE REMINDER »





PLUS DE 36 %

ENGAGEMENT MOYEN PAR MESSAGE

PLUS DE 11,6 %

TAUX D'ENGAGEMENT MOYEN
(PAR RAPPORT À LA MOYENNE DU
SECTEUR DE 0,6 %)

PLUS DE 62 %

EXPOSITIONS ANNUELLES SUR LES
MÉDIAS SOCIAUX

producteurs laitiers de l'Ontario à soutenir les patients et les familles pendant les fêtes de fin d'année grâce à un don de 500 000 \$ à l'hôpital pour enfants malades (SickKids) et à d'autres hôpitaux pour enfants de l'Ontario à Hamilton (McMaster Children's Hospitals), London (Children's Hospital) et Ottawa (CHEO).

La campagne de cinq semaines a généré plus de 116 millions d'expositions au cours d'une période de fêtes concurrentielle où de nombreuses marques rivalisent pour faire une impression durable sur les consommateurs. Les résultats du suivi de la marque indiquent que les personnes qui se souviennent de la campagne publicitaire perçoivent positivement les produits laitiers (63 %) et sont plus susceptibles de consommer davantage de produits laitiers après l'avoir vue (45 %).

Médias sociaux Masterbrand permanents

Alors que DFO continue de s'adapter et de suivre les tendances et les pratiques exemplaires en matière de médias sociaux, 2023 a marqué le lancement d'une stratégie de médias sociaux évoluée qui a contribué à maintenir les produits laitiers au premier plan des préoccupations des consommateurs sur Facebook, Instagram et TikTok.

Le nombre moyen d'engagements par message a augmenté de 36 %, le contenu des agriculteurs devenant l'un des plus performants de DFO pour l'année. Le nombre d'expositions a également grimpé de 62 % au cours de l'année, grâce à une augmentation efficace des dépenses consacrées aux messages.

La gestion de la communauté veille à ce que, dans la mesure du possible, le canal @ontariodairy offre des possibilités de formation et établisse des relations avec les adeptes et les principaux influenceurs. Une rotation régulière d'influenceurs fait connaître les produits laitiers de manière sincère à un public plus large.

Grâce à 21 influenceurs et 72 éléments de contenu cette année, le taux d'engagement moyen était de 11,6 % contre 0,6 % pour la moyenne de l'industrie.

Dans un paysage de médias sociaux de plus en plus concurrentiel, DFO a dépassé la moyenne de l'industrie en termes de croissance du nombre d'adeptes et d'engagement d'une année à l'autre, ce qui signifie que le contenu trouve un écho auprès d'un plus grand nombre de personnes et que les adeptes manifestent un intérêt continu en rejoignant la communauté d'amateurs de produits laitiers de DFO.

Programme de marketing par courriel

Le programme de marketing par courriel de DFO continue de gagner en popularité en maintenant l'intérêt du public chaque mois avec de délicieuses recettes à base de produits laitiers, des offres exclusives de coupons de l'Ontario, des concours et bien plus encore. Dans le cadre des améliorations continues, une nouvelle plateforme de courriel a été lancée au cours du quatrième trimestre, ce qui a permis d'offrir davantage de contenu personnalisé des abonnés à la base de consommateurs solide.

Site Web

Au cours de sa deuxième année de marketing des moteurs de recherche (SEM), DFO a dépassé tous les objectifs fixés la première année. Cela s'est traduit par une augmentation des clics vers le site Web de DFO, qui ont augmenté de 231 % par rapport à l'année précédente alors que le coût de chaque clic a diminué de 36 % par rapport à cette même période, ce qui démontre l'efficacité et la rentabilité des optimisations.

Développement commercial

DFO continue de travailler avec les détaillants, le secteur des services alimentaires et les transformateurs dans le cadre d'initiatives de marketing en partenariat avec leurs clients afin d'encourager la consommation de produits laitiers en Ontario.

DFO a lancé de nouveaux supports de marketing en magasin dans 1 000 grandes épicereries. Des tactiques en magasin et de la publicité en ligne ont été mises en place pour promouvoir les produits laitiers auprès des consommateurs fidèles des détaillants, afin de s'assurer que le lait reste une priorité au moment de l'achat.

D'autres partenariats ont permis de promouvoir les nouvelles crèmes aromatisées de Tim Hortons, leurs boissons chaudes de spécialité à base de lait de l'Ontario et les biscuits Tim Hortons Holiday Dream, servis avec du lait.

RENOUER AVEC LE LAIT ET LES PRODUITS LAITIERS

La stratégie de MilkUP en 2023 était d'élargir la communauté et d'aider la génération Z de l'Ontario à reconnaître le rôle polyvalent que le lait peut jouer dans leur vie quotidienne.

Le lancement du Club des déjeuners a offert aux membres de la génération Z et de la génération Y un déjeuner sain à base de produits laitiers, adapté



Plus de 300 000

CONSUMMATEURS TOUCHÉS
PAR LE PROGRAMME DE
MARKETING PAR COURRIEL



AUGMENTATION DE 231 %

DU NOMBRE DE CLICS SUR LE SITE
WEB, AVEC UNE DIMINUTION DE 36 %
DU COÛT PAR CLIC



1 000

ÉPICERIES ONT DISTRIBUÉ
DU MATÉRIEL DE MARKETING
SUR LES PRODUITS LAITIERS
DE L'ONTARIO EN MAGASIN



PLUS DE 14 000

PARTICIPANTS À L'EXPOSITION MOO'SEUM OF
MODERN MILK ONT ENREGISTRÉ 65,3 MILLIONS
DE VUES PAR MOT-CLIC SUR TIKTOK ET
35 MILLIONS D'EXPOSITIONS SUR INSTAGRAM



PLUS DE 50 %

**AUGMENTATION DU NOMBRE
D'EXPOSITIONS À CE JOUR SUR LES PAGES
DE MÉDIAS SOCIAUX DE MILKUP**



11,1 MILLIARDS

**IMPRESSIONS DE L'ÉCUSSON DE
CHANDAIL DES MAPLE LEAFS DE
TORONTO (VALEUR MÉDIATIQUE DE
11 MILLIONS DE DOLLARS)**



Membres de l'équipe MilkUP de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Julieta Mandelbaum, Jennifer McCulloch, Laura Bodini, Thanusha Tharmakulasingam Absente : Julia Kuziw

à leurs besoins individuels. Cela a ouvert la voie à la première expérience du genre - Moo'seum of Modern Milk, une expérience immersive et mémorable qui a fait écho aux points de passion de la communauté (la nourriture et l'art). Le succès de la campagne a donné lieu à l'ouverture d'un kiosque à Ottawa. Ce fut le lancement le plus visité de l'histoire de DFO avec plus de 14 000 participants dans les deux lieux combinés, qui ont recueilli près de 35 millions d'expositions sur Instagram et 65,3 millions de vues par mot-clic sur TikTok. Les files d'attente pour accéder au site d'Ottawa ont duré 2,5 heures.

Médias sociaux MilkUP

La stratégie de MilkUP en matière de médias sociaux trouve un écho auprès de la génération Z tout en portant sur des moments culturels pertinents. Cette approche a permis à DFO de participer aux tendances et de publier le plus grand volume de contenu sur les médias sociaux (+69 % par rapport à 2022), avec une augmentation de 50 % du nombre d'expositions à ce jour.

Partenariats MilkUP avec le monde du sport et du style de vie

Les Maple Leafs de Toronto continuent de susciter l'intérêt grâce à l'écusson de leur chandail, avec 11,1 milliards d'expositions pour une valeur médiatique de 11 millions de dollars pour la saison 2022-2023, et de nombreux moments de consommation sur place.

Le partenariat avec les Sénateurs d'Ottawa s'est élargi pour inclure des messages sur place, un nouveau comptoir de crème glacée et la Milk Zone, l'une des zones les plus excitantes et les plus abordables du Centre Canadian Tire, afin de rendre le hockey plus accessible.

Le partenariat avec la National Basketball Association (NBA) a permis de restaurer un terrain de basket-ball qui est le premier terrain officiel de la Women's National Basketball Association (WNBA) au Canada. Le design du terrain reprend les logos emblématiques de la WNBA et de MilkUP, la marque de mode de vie pour les jeunes de DFO.

Cet été, avec Live Nation, MilkUP s'est présenté avec un tout nouveau lancement - une cabine photographique numérique - reliant la génération Z à la communauté en ligne de DFO. DFO a fait son apparition sur la scène Budweiser lors de 25 spectacles centrés sur la

génération Z, où les invités ont pris des photos sur fond de projections de lait.

Partenariats avec des équipes sportives pour les jeunes

Les partenariats avec la Ligue de hockey de l'Ontario (LHO), l'Ontario Minor Hockey Association (OMHA), l'Ontario Hockey Association (OHA), l'Ontario Soccer Association (OSA) et l'Ontario Basketball Association (OBA) continuent d'évoluer. Cette année, pour soutenir tous les comités des producteurs laitiers (CPL), la commandite de l'OHL comprend désormais un partenariat à l'échelle de la ligue qui s'étend à l'ensemble des 17 marchés pour la saison. Cela permet à DFO de créer des messages cohérents pour MilkUP dans toute la province.

Partenariats MilkUP avec les CPL

Le programme des CPL continue de croître avec un nombre record de 44 groupes de CPL actifs tout au long de l'année. Les CPL ont fait la promotion de la consommation dans leurs communautés locales par des activités sportives et ont soutenu plus de 80 patinoires MilkUP dans l'ensemble de l'Ontario. Les trousse de lancement améliorées et très prisées ont été utilisées lors de plus de 50 événements cette année.

Grâce aux partenariats avec les jeunes et à la participation des CPL, les messages sur le lait atteignent maintenant plus d'un million d'enfants et de jeunes dans les provinces et plus de 10 000 enfants arborent l'écusson du lait.

COMMUNICATIONS

Au cours de l'exercice écoulé, l'équipe chargée de la communication a continué à formaliser les processus permettant une planification et un soutien plus efficaces de la communication et a fourni des conseils stratégiques en matière de communication à d'autres services. Des plans de communication ont été élaborés pour des initiatives transversales nécessitant l'engagement des producteurs, des CPL et des parties prenantes, notamment la deuxième phase du projet de surveillance des maladies, le lancement de l'analyse des acides gras libres, la révision du calculateur de quotas, les mises à jour de proAction, le lancement de la version actualisée du Code de pratiques des producteurs laitiers pour le soin et la manipulation des bovins laitiers, ainsi que les activités et les investissements dans la recherche.



PLUS DE 1 MILLION

ENFANTS ET JEUNES DE L'ONTARIO TOUCHÉS GRÂCE À DES PARTENARIATS AVEC DES JEUNES ET À UN ENGAGEMENT RECORD DE

44

GROUPES CPL ACTIVANT AVEC MILKUP

NOMBRE D'ADEPTES

(EN DÉCEMBRE 2023)

ONTARIO DAIRY

@ONTARIODAIRY

TIKTOK

4 K

INSTAGRAM

20,8 K



MILKUP

@MILKUPONTARIO

TIKTOK

17,8 K

INSTAGRAM

19,5 K



Membres de l'équipe chargée de la communication de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Pat Logan et Theresa Rogers



Les outils de communication comprennent :

- L'infolettre numérique hebdomadaire
- Le tableau de bord des producteurs, accessible en privé
- Les pages Facebook des CPL et des producteurs
- Le service téléphonique automatisé Milkline
- L'infolettre mensuelle Dairy Farmer Update envoyée par la poste
- Les nouvelles de l'industrie sur milk.org
- Le rapport annuel
- Le résumé du conseil d'administration

Ces ressources sont utilisées pour diffuser de l'information aux producteurs et aux CPL au moment et de la façon dont ils en ont le plus besoin. Elles sont continuellement améliorées pour s'assurer que DFO continue de répondre aux besoins des producteurs à mesure que les pratiques de communication évoluent.

Magazine *Milk Producer*

Le magazine *Milk Producer* a continué d'évoluer en 2023, dans l'esprit de servir les producteurs avec le meilleur contenu et la meilleure conception de l'industrie. Le magazine a repris un rythme de publication mensuel et inclut désormais le rapport mensuel sur le marché Dairynomics dans l'édition imprimée, en plus d'être disponible sur milkproducer.ca.

En plus d'un plus grand nombre d'articles sur la recherche et la gestion agricole, d'autres contenus ont mis l'accent sur les petits producteurs ruraux, la gestion quotidienne de la ferme et des animaux, ainsi que sur les nouvelles pertinentes en matière de réglementation et d'industrie.



Membres de l'équipe chargée de la communication de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Charzie Abendano, Pat Logan, Sharon Laidlaw, Theresa Rogers et Chantel Crockett

La nouveauté de cette année a été le lancement du site Web, qui comprend des possibilités de publicité et une option texte-voix pour certains articles. Le site a ouvert de nouvelles sources de revenus et a fourni aux producteurs d'autres moyens de collaborer au magazine.

Relations publiques et gestion des problèmes

Le rôle de la communication externe est de soutenir les équipes interfonctionnelles pour toutes les communications destinées au public, tout en gérant tous les aspects des relations avec les médias au nom de l'organisation.

Cette fonction fournit une expertise et des conseils sur tous les documents et messages destinés au public, notamment les consommateurs, les parties prenantes, les partenaires et les médias. Les relations publiques soutiennent les priorités stratégiques en matière de communication, ainsi que les campagnes et initiatives de marketing.

Cette année, une feuille de route pour la gestion des problèmes a été élaborée pour guider l'organisation lorsqu'elle est confrontée à des défis internes et externes. Cette feuille de route permet d'évaluer les risques tout en protégeant l'image de marque de l'organisation en cas de problèmes critiques et de gestion de crise.

Engagement des parties prenantes

Au cours de l'année écoulée, DFO a commandité 18 événements grâce à son fonds de commandite d'entreprise et 33 événements organisés par les producteurs. En outre, DFO soutient chaque année les organisations suivantes par le biais du Toronto Stockyards Land Development Fund (Fonds d'aménagement des terrains des parcs à bestiaux de Toronto) : 4-H Ontario – Leadership Programs and Dairy Sen\$e, Advanced Agricultural Leadership Program (AALP), AgScape Ontario, Farm & Food Care Ontario, Joint Dairy Breeds Committee, Junior Farmers Association et Ontario Agricultural Hall of Fame.

Sous-comité, formation et développement

Dans le cadre d'un investissement continu dans l'excellence des compétences et du leadership et dans le perfectionnement professionnel continu, DFO a prévu 50 000 \$ pour les producteurs qui souhaitent s'inscrire à un cours ou à un programme qui profite à l'organisation ou à la communauté des producteurs laitiers. Les



18

**ÉVÉNEMENTS COMMANDITÉS
PAR DFO GRÂCE À SON FONDS DE
COMMANDITE D'ENTREPRISES**

33

**ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR
LES PRODUCTEURS AU COURS DE
L'ANNÉE ÉCOULÉE**



Membre de l'équipe de recherche de Dairy Farmers of Ontario Bita Farhang

demandeurs approuvés se verront rembourser 25 % des frais de cours ou de programme admissibles, jusqu'à concurrence de 1 500 \$ par demandeur et par année. Tous les producteurs laitiers de l'Ontario ou les personnes qui participent activement à une entreprise de production laitière dans la province sont admissibles.

ÉVÉNEMENTS ET RÉUNIONS

Assemblée générale annuelle

Du 17 au 19 janvier 2023

L'assemblée générale annuelle 2023 de DFO a accueilli près de 700 invités pendant trois jours. La réunion a débuté par une réception avec vins et fromages le mardi soir, suivie d'une journée complète de programmation le mercredi, d'un dîner de reconnaissance et de remise de prix le soir même et d'une séance réservée aux CPL le jeudi matin. Parmi les sujets abordés figuraient le rapport financier de DFO, le bilan de l'année et les perspectives d'avenir, l'aperçu de l'industrie agricole et le développement durable. Pour la première fois, cinq prix de qualité ont été décernés à Citi Limits Farms Inc, Elliottdale Holsteins Ltd, Ottawa Farms Inc, Slits Dairy Farms Limited No. 2 et Zethill Farms Ltd. DFO a également décerné un prix pour l'ensemble de ses réalisations à Glen McNeil.

Conférence d'orientation du printemps

Du 3 au 5 avril 2023

La conférence d'orientation du printemps 2023 s'est tenue au début du mois d'avril, en raison de conflits d'horaire en mars. Plus de 130 membres des CPL ont participé à cet événement de trois jours au Nottawasaga Resort à Alliston, en Ontario. L'ordre du jour comprenait des sujets sur le nouveau code de pratiques laitières, les investissements dans la

transformation, la politique, la qualité, les budgets opérationnels des CPL, ainsi que des mises à jour sur les divisions de DFO.

Événements de l'industrie

Salon des producteurs laitiers canadiens (CDX)

Du 5 au 6 avril 2023

DFO et le magazine Milk Producer ont tenu un kiosque d'information au CDX et le logo de DFO figurait sur les T-shirts du personnel et des bénévoles.

Canada's Outdoor Farm Show (salon de l'agriculture en plein air du Canada)

Du 13 au 15 septembre 2023

Les membres du conseil d'administration, les représentants des services extérieurs et d'autres membres du personnel ont tenu le kiosque d'information de DFO dans le pavillon des producteurs laitiers de la Banque TD pendant toute la durée du salon. Il restait quelques cadeaux après de très longues files d'attente à la nouvelle roue des prix de DFO.

Déjeuner à la ferme de Farm & Food Care Ontario

Le 17 juin à la ferme laitière Grazing Meadows Wagyu Hallahan à Blyth

Le 26 août à la ferme laitière Ripplebrook à Napanee

Le 21 octobre à Laprise Farms à Chatham-Kent

Concours international de labour, comté de Dufferin

Du 19 au 23 septembre 2023

Le concours international de labour 2023 s'est déroulé à Bowling Green, dans le comté de Dufferin, sur quelques fermes, dont deux, Sevenhills Holsteins, appartenant à la famille Overgauw, et Gilt Edge Farm, appartenant à la famille Illick. Plus de 70 000 personnes ont participé à cet événement de cinq jours pour célébrer la vie rurale, en faire l'expérience et en apprendre davantage sur elle, en plus des concours de labour. Le premier ministre de l'Ontario, Doug Ford, et des membres de l'Assemblée législative de l'Ontario, ainsi que le conseil d'administration et l'équipe de direction de DFO, étaient présents le jour de l'ouverture. La tente de DFO, hébergée par le CPL de Dufferin et Kawartha Dairy, a été très fréquentée. En plus de vendre de la crème glacée, le CPL de Dufferin a distribué une boule gratuite à tous les élèves du primaire présents, ce qui a permis de servir 3 259 cornets gratuits et un total de 284 bacs de crème glacée.



Championnat international de labour 2023

EFFICACITÉ ORGANISATIONNELLE



**OFFRIR UNE ORIENTATION ET L'EXCELLENCE
EN MATIÈRE DE PRODUCTION ET DE
COMMERCIALISATION DU LAIT AU CANADA**

La présidente-directrice générale et les membres de l'équipe des services juridiques de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Shilpa Mukund, Arlene Minott, Cheryl Smith, Chelsea Mehrotra

DFO s'est engagé à se développer et à s'améliorer en permanence, tout en optimisant le rendement et l'efficacité dans tout ce qu'il entreprend.

Qu'il s'agisse d'apporter des améliorations à un programme, d'intégrer de nouvelles politiques à une plateforme, d'entretenir l'immeuble de bureaux ou de veiller à ce que le conseil d'administration dispose de ce dont il a besoin pour prendre des décisions efficaces, les équipes des services au conseil d'administration, des finances, de la division des services d'information et des ressources humaines de DFO s'engagent à maintenir en place des systèmes essentiels pour soutenir le mandat de DFO en tant qu'organisme de réglementation assurant la direction et l'excellence dans la production et la commercialisation du lait en Ontario.

SERVICE JURIDIQUE ET CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'équipe des services juridiques veille à ce que l'autorité, les décisions et les politiques de DFO soient maintenues devant le Tribunal du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales de l'Ontario (MAAARO) et le système judiciaire canadien. L'équipe est également responsable des questions relatives au conseil d'administration, y compris l'examen de l'élaboration des politiques.

Résultats des élections de 2022 au conseil de DFO

Lors de la réunion du conseil d'administration de DFO tenue le 27 septembre 2022, conformément

au règlement de l'Ontario 760, tel que modifié, en vertu de la Loi sur le lait, L.R.O. 1990, le conseil a approuvé l'élection de John Wynand par acclamation, à titre de membre du conseil d'administration de la région 3. Il s'agit de son deuxième mandat au conseil. Le conseil a approuvé l'élection d'Albert Fledderus par acclamation, à titre de membre du conseil d'administration de la région 7. Il s'agit de son troisième mandat au conseil. Le conseil a approuvé l'élection de Mark Hamel par acclamation, à titre de membre du conseil d'administration de la région 11. Il s'agit de son deuxième mandat au conseil.

Le mandat de quatre ans des membres élus par acclamation au conseil d'administration a commencé immédiatement après l'ajournement de l'assemblée générale annuelle (AGA) de DFO le 19 janvier 2023.

Lors de la réunion du conseil d'administration de DFO tenue le 7 mars 2023, conformément au règlement de l'Ontario 760, tel que modifié, en vertu de la Loi sur le lait, L.R.O. 1990, le conseil a approuvé l'élection de Brian Burnett par acclamation, à titre de membre du conseil d'administration de la région 2, pour le reste du mandat de quatre ans commençant le 28 mars 2023.

Élection de l'exécutif

Lors d'une réunion spéciale du conseil d'administration tenue le 18 janvier 2023, à la suite de l'AGA de DFO de 2023, le conseil de DFO a élu son exécutif pour 2023. Murray Sherk, membre du conseil d'administration de la région 8, a été réélu président, Mark Hamel, membre du conseil de la région 11, a été élu vice-président, et Adam Petherick, membre du conseil de la région 4, a été réélu deuxième vice-président. Arlene Minott a été reconduite dans ses fonctions de secrétaire générale du conseil. Rey Moisan a été reconduit dans ses fonctions de trésorier du conseil.

Réunions du Conseil d'administration

Les réunions du conseil d'administration de DFO sont de nouveau tenues entièrement en personne, mais la technologie des réunions virtuelles est toujours utilisée pour accroître l'efficacité des réunions spéciales et de celles des comités du conseil d'administration.

Le conseil d'administration se réunit chaque mois pour sa réunion ordinaire de deux jours, soit 12 réunions régulières par an (24 jours). Le conseil tient également des réunions spéciales pour mener des affaires urgentes ou traiter des questions urgentes. En 2022-2023, le conseil a tenu 11 réunions spéciales.

FINANCES

Mise à jour du programme de crédit

DFO a continué de suivre la stabilité financière de ses clients, par l'intermédiaire d'une tierce partie, afin de protéger les intérêts financiers des producteurs laitiers ontariens. Du point de vue du risque, quatre transformateurs représentent environ 84 % des ventes totales de lait tout en affichant une très solide stabilité financière. Le Fonds de protection des comptes débiteurs s'élevait à 5,2 millions de dollars à la fin d'octobre 2023.

Services de vérification de l'utilisation du lait

KPMG continue de proposer des services de vérification de l'utilisation du lait. Actuellement, l'audit porte sur 87 usines approvisionnées par DFO et 10 usines non approvisionnées par DFO.

Système de vérification d'utilisation du lait (MUV)

Le système MUV est une application électronique en ligne qui permet aux transformateurs de déclarer l'utilisation du lait qu'ils reçoivent de leurs offices de commercialisation à des fins de facturation et de vérification. Lorsque le système MUV a été concédé sous licence à d'autres provinces, DFO et ODC ont convenu de constituer une société pour exploiter le système en tant qu'entité indépendante. MUV est désormais géré par un conseil distinct composé de représentants de l'ODC et de DFO. Les mises à jour du logiciel et des systèmes MUV continuent d'être apportées pour ajouter des fonctionnalités aux transformateurs et refléter les changements de politique.

Systèmes comptables

DFO continue à faire évoluer son système comptable. En 2023, le logiciel de comptabilité a été mis à niveau pour tenir compte de l'évolution des exigences en matière de sécurité.

Dans un souci d'amélioration continue, le personnel a poursuivi l'automatisation de divers processus en 2023. Ces automatisations favoriseront l'utilisation du partage électronique de documents et des processus d'approbation électronique, ce qui permettra de travailler davantage à distance sans impact notable sur les opérations quotidiennes. Cela augmentera la résilience de l'organisation et permettra un accès plus efficace à l'information.



Membres de l'équipe informatique de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Joel Blass, Aamer Mirza, Len Wilson, Jagrut Lad, Haileab Teklemichael, Vinayak Shanbhag, Umesh Patel, John Wilkinson, Bill Connolly et Jay Ahmed
Absent : Amarjeet Singh

DIVISION DES SERVICES DE L'INFORMATION

Milk Management System (MMS - Système de gestion du lait)

Les améliorations apportées au système de gestion du lait se poursuivent et sont programmées et déployées au cours des cycles d'entretien mensuels réguliers. Un nouveau calculateur de quotas a été lancé en juin et, une fois qu'il sera entièrement intégré, il fonctionnera bien sur les ordinateurs et les appareils mobiles.

Le développement du MMS continue de porter sur la mise au point finale et les tests des systèmes de facturation et de paiement, ainsi que sur l'intégration dans la plateforme comptable.

En outre, une nouvelle plateforme pour les évaluations des exploitations est en cours de développement, ainsi qu'un projet visant à améliorer ou à remplacer le système d'allocation du lait.

Un nouveau module de contact d'urgence pour les producteurs a été lancé en décembre 2023. Ce nouveau module permet à DFO d'entrer en contact avec les producteurs par SMS en cas de crise ou d'urgence concernant leur exploitation, leur région, la province ou l'industrie.

Infrastructure

Le nouveau système téléphonique au siège social a été mis en place au début de 2023. Le nouveau système apporte des améliorations importantes en termes de flexibilité, de fiabilité, de facilité d'entretien et d'économies pour DFO.

En outre, plusieurs améliorations des technologies des salles de réunion ont été achevées en 2023. Ces mises à jour ont permis d'améliorer l'expérience globale des réunions et de faciliter la tenue de réunions en personne et de réunions hybrides.

Sécurité

La sécurité de l'infrastructure de la technologie de l'information continue d'être une priorité et est continuellement améliorée. L'objectif est de s'assurer que les systèmes de DFO sont protégés contre les menaces et que la sécurité est testée régulièrement. Un objectif de sécurité secondaire est de veiller à ce que les systèmes puissent être entièrement et efficacement rétablis en cas de catastrophe. En ce sens, un projet de mise à jour de la solution de rétablissement en cas de catastrophe de DFO est en cours.



Membres de l'équipe des finances de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) Rey Moisan, Lena Kolyesnikova, Jorge Puertas et Bhagyesh Patel



DFO a mis en place **un nouveau système téléphonique** au siège social afin d'améliorer la flexibilité, la fiabilité et la facilité d'entretien tout en réduisant les coûts.



Membres de l'équipe informatique de Dairy Farmers of Ontario (de gauche à droite) : Len Wilson, John Wilkinson, Jay Ahmed et Aamer Mirza



Membres de l'équipe des ressources humaines de Dairy Farmers of Ontario De gauche à droite (en haut) Jacob Biesiadecki, Carole Lewis, Frank Brasil, Dianne Champion (en bas) Eva Lehman, Kiran Pal, Varsha Williams



RESSOURCES HUMAINES

Le travail effectué par chaque employé de DFO est apprécié à sa juste valeur et contribue à notre réussite. Nous nous efforçons de favoriser une culture d'inclusion, de responsabilité, d'amélioration continue et de service à la clientèle, en veillant à ce que DFO reste un employeur de choix et réussisse à attirer les meilleurs talents.

Plusieurs événements ont eu lieu au bureau tout au long de l'année pour que tout le monde puisse y participer. Le comité de la diversité, de l'équité et de l'inclusion (DE&I) et le comité social de DFO ont organisé et dirigé une séance DE&I, un barbecue de la Journée du multiculturalisme/de la fête du Canada, la troisième Journée nationale de la vérité et de la réconciliation et un certain nombre d'activités amusantes à l'heure du dîner.

Outre le renforcement de l'esprit d'équipe, la santé des employés est restée une priorité absolue. Chaque année, nous réexaminons l'expérience et les avantages offerts afin de garantir une couverture appropriée. Plusieurs changements ont été négociés l'année dernière afin d'améliorer les services de santé mentale et d'offrir un meilleur programme d'aide aux employés. Il est essentiel d'offrir de solides avantages sociaux pour attirer les talents et maintenir la réputation de DFO en tant qu'employeur privilégié.

Enfin, la planification de la relève continue d'être une priorité absolue pour les RH et les efforts de planification et de préparation des promotions et des départs à la retraite sont essentiels. Compte tenu de la spécialisation des postes, les possibilités de formation polyvalente des employés et de développement des compétences sont continuellement explorées en partenariat avec chaque service.

Gestion des installations

Le bâtiment et les terrains qu'occupe le siège social de DFO sont bien entretenus afin d'en préserver l'état et l'apparence. Un calendrier d'entretien régulier et les services nécessaires sont mis en place pour répondre à nos exigences légales et assurer la santé, la sécurité et le confort des employés et des invités de DFO.

RAPPORTS FINANCIERS

AUX MEMBRES DE DAIRY FARMERS OF ONTARIO

Opinion

Nous avons effectué la vérification des états financiers de Dairy Farmers of Ontario (l'entité), qui comprennent ce qui suit :

- l'état de la situation financière au 31 octobre 2023
- les états des résultats et de l'évolution des soldes de fonds non affectés, de fonds de marketing et de développement commercial, de fonds de recherche, de fonds de protection financière des créances, de fonds d'échange de quotas
- l'état des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date
- les notes afférentes aux états financiers comprenant un résumé des principales conventions comptables (ci-après dénommés les « états financiers »).

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'entité au 31 octobre 2023, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de notre opinion

Nous avons effectué notre vérification conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Les responsabilités nous incombant en vertu de ces normes sont décrites plus amplement dans la section « Responsabilités des vérificateurs relativement à l'audit des états financiers » de notre rapport des vérificateurs.

Nous sommes indépendants de l'entité, conformément aux exigences éthiques se rapportant à notre vérification des états financiers au Canada, et nous nous sommes acquittés de nos autres responsabilités éthiques au titre de ces exigences.

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

Autres renseignements

La direction est responsable des autres renseignements, dont ceux-ci :

- Les renseignements, autres que les états financiers et le rapport des vérificateurs sur ceux-ci, incluent dans le rapport annuel.

Notre opinion sur les états financiers ne porte pas sur les autres renseignements, et nous n'exprimons et n'exprimerons aucune forme d'assurance sur ceux-ci.

Dans le cadre de notre vérification des états financiers, notre responsabilité consiste à lire les autres renseignements susmentionnés et, ce faisant, déterminer si ceux-ci sont substantiellement incompatibles avec les états financiers ou les connaissances que nous avons acquises à l'occasion de la vérification et demeurer à l'affût d'indications voulant que ces autres renseignements soient substantiellement inexacts.

Nous avons obtenu les renseignements, autres que les états financiers et le rapport des vérificateurs sur ceux-ci, en date du présent rapport des vérificateurs. Dans l'éventualité où, selon le travail que nous avons accompli relativement à ces autres renseignements, nous venons à la conclusion qu'il y a une inexactitude importante concernant ces renseignements, nous sommes tenus de déclarer ce fait dans le rapport des vérificateurs.

Nous n'avons rien à déclarer à cet égard.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance concernant les états financiers

La préparation et la présentation fidèle de ces états financiers, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, incombent à la direction qui assure également le contrôle interne jugé nécessaire pour la préparation d'états financiers ne comportant aucune inexactitude importante, qu'elles soient en raison de fraudes ou d'erreurs.

Dans le cadre de la préparation des états financiers, la direction est responsable d'évaluer la capacité de l'entité de poursuivre ses activités, en divulguant selon

le cas, les questions relatives à la poursuite de ses activités et en employant des principes comptables fondés selon l'hypothèse de la continuité, à moins que la direction ait l'intention, ou n'ait pas d'autre solution réaliste, que de liquider l'Entité ou de cesser ses activités.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de superviser les processus comptables de l'entité.

Responsabilités des vérificateurs concernant la vérification des états financiers

Nous avons comme objectifs d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers, dans leur ensemble, ne comportent pas d'inexactitudes importantes, qu'elles soient en raison de fraudes ou d'erreurs, et de produire un rapport des vérificateurs qui comprend notre opinion.

Une « assurance raisonnable » est un niveau élevé d'assurance, mais il n'est pas garanti qu'une vérification réalisée conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada détectera en tout temps l'existence d'une inexactitude importante.

Les inexactitudes peuvent provenir de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme étant importantes si, que ce soit de manière individuelle ou agrégée, elles peuvent raisonnablement exercer une influence sur les décisions économiques prises par les utilisateurs sur la base des états financiers.

Dans le cadre d'une vérification conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et nous faisons preuve d'esprit critique tout au long de la vérification.

Également, nous :

- Recensons et évaluons les risques d'inexactitudes importantes dans les états financiers, qu'elles proviennent d'une fraude ou d'une erreur, concevons et mettons en œuvre des procédures de vérification répondant à ces risques, et obtenons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Le risque de ne pas détecter une inexactitude importante provenant d'une fraude est plus élevé que d'une résultant d'une erreur, considérant que la fraude peut impliquer la collusion, le faux, les omissions intentionnels, de fausses représentations ou le contournement des contrôles internes.

- Obtenons une compréhension des contrôles internes pertinents pour la vérification afin de concevoir des procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité.
- Apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables et des informations connexes fournies par la direction.
- Tirons une conclusion sur le caractère approprié de l'utilisation par la direction de l'hypothèse de la continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, déterminons s'il existe une incertitude importante concernant les événements ou les conditions pouvant jeter un doute important sur la capacité de l'entité de poursuivre ses activités. Si nous concluons qu'il existe une incertitude importante, nous sommes tenus d'attirer l'attention dans notre rapport des vérificateurs sur les informations fournies connexes ou, si de telles informations sont inadéquates, nous devons modifier notre opinion. Nos conclusions sont basées sur les preuves obtenues à la date du rapport des vérificateurs. Toutefois, des événements ou conditions ultérieurs peuvent faire que l'entité cesse la poursuite de ses activités.
- Évaluons la présentation, la structure et le contenu dans l'ensemble des états financiers, y compris les informations fournies, et déterminons si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière qui présente une image fidèle.
- Communiquons avec les responsables de la gouvernance concernant notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et des constatations importantes découlant des travaux d'audit, y compris toutes lacunes importantes dans les contrôles internes que nous relevons lors de notre vérification.



Comptables professionnels agréés,
Experts-comptables autorisés

Vaughan, Canada
Le 20 décembre 2023

État de la situation financière

31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

Actifs	2023	2022
Actif à court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	65 054 556 \$	57 692 787 \$
Débiteurs (notes 2 & 18)	255 993 700	252 869 837
Frais payés d'avance	855 241	2 445 369
	321 903 497	313 007 993
Placements (note 4)	41 484	3 041 484
Immobilisations (note 5)	2 638 404	2 353 533
Actifs incorporels (note 6)	2 803 484	3 807 756
	327 386 869 \$	322 210 766 \$

Passif et soldes des fonds

Passif à court terme		
Comptes créditeurs et charges à payer (notes 3, 7 et 8)	281 912 441 \$	273 885 196 \$
Apports reportés (note 9)	550 146	677 103
Soldes des fonds		
Non affectés	20 363 081	15 938 828
Marketing et développement commercial	15 765 867	23 235 512
Recherche	2 590 501	2 471 888
Protection financière des créances	5 252 138	5 049 544
Échange de quotas	952 695	952 695
	44 924 282	47 648 467
Engagements (note 17)		
Dépenses imprévues (note 20)		
	327 386 869 \$	322 210 766 \$

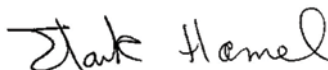
Voir les notes afférentes aux états financiers.

Au nom du conseil d'administration,

Président



Président du comité d'audit, 1er vice-président



État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - non affectés

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

	2023	2022
Recettes		
Droits d'acquisition de permis (note 11)	21 492 228 \$	19 327 088 \$
Revenu de placements (note 4)	1 996 819	470 114
Qualité du lait cru et programmes ProAction	1 107 318	935 618
Frais administratifs d'échange de quotas	79 407	90 251
Gain sur la vente d'immobilisations	42 500	-
Magazine <i>Milk Producer</i>	-	412 487
Produits divers	2 707 392	464 006
	27 425 664	21 699 564
Dépenses		
Administratives et de développement de politiques (note 13)	15 540 940	14 686 743
Administratives et de développement de politiques (note 13)	2 827 740	2 737 911
Versements aux organismes affiliés (note 15)	1 144 001	1 146 998
Analyses de qualité du lait, laboratoire central	1 112 767	1 020 913
Comités des producteurs laitiers	827 542	478 643
Assemblée générale annuelle	331 973	4 852
Audit de l'utilisation des transformateurs	222 625	241 858
Magazine <i>Milk Producer</i>	-	428 592
Dépréciation	993 823	1 040 837
	23 001 411	21 787 347
Excédent des recettes sur les dépenses (dépenses sur recettes)	4 424 253	(87 783)
Fonds non affectés, début d'exercice	15 938 828	16 026 611
Fonds non affectés, fin d'exercice	20 363 081 \$	15 938 828 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - marketing et développement commercial

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

	2023		2022
Recettes			
Frais perçus pour le développement de marché (note 12)	44 559 489	\$	43 274 325
Revenu de placements (note 4)	1 211 826		614 281
Magazine <i>Milk Producer</i>	327 610		-
	46 098 925		43 888 606
Dépenses du programme			
Publicité de marque et médias	22 826 696		19 647 098
Marketing auprès des consommateurs	11 096 424		10 688 637
Communauté	3 195 030		3 119 105
Développement commercial	2 453 917		4 214 440
Projets nationaux (note 15)	8 474 211		7 628 766
	48 046 278		45 298 046
Coûts de soutien (note 14)	5 053 455		4 410 482
Dépréciation	468 837		462 348
	53 568 570		50 170 876
Excédent de dépenses sur recettes	(7 469 645)		(6 282 270)
Solde de fonds, début d'exercice	23 235 512		29 517 782
Solde de fonds, fin d'exercice	15 765 867	\$	23 235 512
			\$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - recherche

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

	2023		2022
Recettes			
Frais de recherche (note 16)	1 591 321	\$	1 545 431 \$
Aménagement du terrain de Toronto Stock Yards (note 16)	177 381		159 973
Revenu de placements (note 4)	144 282		47 914
	1 912 984		1 753 318
Débours			
Projets de recherche (note 15)	783 445		848 800
Bourses d'études et subventions	224 019		270 682
Chaire de recherche en sciences laitières	200 000		200 000
Chaire de recherche sur la santé des vaches laitières	200 000		200 000
Aménagement du terrain de Toronto Stock Yards (note 16)	176 000		168 100
Projet de comptabilité des exploitations laitières de l'Ontario	138 838		153 939
Répartition des frais d'administration (note 14)	72 069		-
	1 794 371		1 841 521
Excédent de recettes sur débours (débours sur recettes)	118 613		(88 203)
Solde de fonds début d'exercice	2 471 888		2 560 091
Solde de fonds fin d'exercice	2 590 501	\$	2 471 888 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - protection financière des créances

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

	2023		2022	
Recettes				
Revenu de placements (note 4)	266 121	\$	90 438	\$
Débours				
Administrateur externe	63 527		49 716	
	63 527		49 716	
Excédent de recettes sur débours	202 594		40 722	
Solde de fonds, début d'exercice	5 049 544		5 008 822	
Solde de fonds, fin d'exercice	5 252 138	\$	5 049 544	\$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des résultats et de l'évolution des soldes de fonds - échange de quotas

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des données comparatives pour 2022

	2023		2022	
Ventes				
	116 248 800	\$	114 643 680	\$
Coût des ventes				
PLUS :				
Stock (déficit) début d'exercice	(281 520)		(485 520)	
Achats	116 261 280		114 847 680	
MOINS :				
Stock (déficit) fin d'exercice (note 3)	(269 040)		(281 520)	
	116 248 800		114 643 680	
Excédent des ventes sur le coût des ventes	-		-	
Solde de fonds début d'exercice	952 695		952 695	
Solde de fonds fin d'exercice	952 695	\$	952 695	\$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 octobre 2023, avec des chiffres comparatifs pour 2022

	2023		2022
Flux de trésorerie générés (utilisés) par les activités d'exploitation			
Excédent des recettes sur les dépenses (dépenses sur recettes)			
Fonds non affectés	4 424 253	\$	(87 783) \$
Fonds de marketing et de développement commercial	(7 469 645)		(6 282 270)
Fonds de recherche	118 613		(88 203)
Fonds de protection financière des créances	202 594		40 722
Éléments sans incidence sur l'encaisse			
Dépréciation	1 462 660		1 503 185
Gain sur la vente d'immobilisations	(42 500)		-
Amortissement des apports reportés	(126 957)		(126 956)
Variation du fonds de roulement hors caisse			
Comptes débiteurs	(3 123 863)		(36 877 122)
Stocks du quota	12 480		204 000
Frais payés d'avance	1 590 128		(154 138)
Comptes créditeurs et charges à payer	8 014 765		40 658 518
	5 062 528		(1 210 047)
Activités d'investissement			
Changements dans les placements	3 000 000		2 000 000
Acquisition d'immobilisations	(743 259)		(490 837)
Produits de cession d'immobilisations	42 500		-
	2 299 241		1 509 163
Produits de cession d'immobilisations	7 361 769		299 116
Trésorerie et équivalents de trésorerie début d'exercice	57 692 787		57 393 671
Trésorerie et équivalents de trésorerie fin d'exercice	65 054 556	\$	57 692 787 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 octobre 2023

Dairy Farmers of Ontario (DFO) est un office de commercialisation constitué en tant qu'organisme sans but lucratif en vertu de la Loi sur le lait. Fondé en 1965 sous le nom de Commission ontarienne de commercialisation du lait, il a été reconstitué sous le nom de Dairy Farmers of Ontario en 1995 à la suite de la fusion de la Commission ontarienne de commercialisation du lait et de la Commission ontarienne de commercialisation de la crème. DFO est exonéré de l'impôt sur le revenu en vertu de l'article 149.1 (l) de la Loi de l'impôt sur le revenu (Canada).

1. Principales conventions comptables :

Les états financiers ont été préparés par la direction, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, énoncées à la partie III du Manuel de Comptables professionnels agréés du Canada.

(a) Comptabilité par fonds :

Le fonds non affecté comprend les produits et les charges qui représentent le contrôle et la gestion par DFO de la distribution du lait, de l'élaboration de la politique économique, de l'aide aux producteurs et des frais administratifs liés à ces activités.

Le fonds d'échange de quotas indique la valeur en dollars des opérations d'échange de quotas effectuées par DFO.

Le fonds de recherche indique les frais de recherche perçus auprès des producteurs et les décaissements au titre de programmes de recherche et d'enseignement.

Le fonds de protection financière des créances indique les fonds disponibles pour indemniser les producteurs de produits laitiers de l'Ontario pour toute insuffisance de paiements relatifs au lait vendu par DFO. Le fonds de protection financière des créances comprend le revenu de placements tiré des ressources du fonds et les dépenses liées à l'administration du fonds.

Le fonds de marketing et de développement commercial présente les frais de promotion perçus auprès des producteurs et les décaissements au titre des programmes de marketing et de développement commercial, ainsi que tous les coûts nécessaires au soutien de ces programmes.

(b) Comptabilisation des produits :

DFO utilise la méthode de comptabilisation par fonds affectés pour les produits.

Les apports non affectés sont comptabilisés à titre de produits du fonds non affecté dans l'exercice, reçus ou à recevoir, si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa perception est raisonnablement assurée. Les apports désignés liés aux activités d'exploitation sont comptabilisés à titre de produits pour l'exercice pendant lequel les charges afférentes sont engagées. Tous les autres apports affectés sont comptabilisés à titre de produits du fonds affecté approprié.

Les apports affectés à l'acquisition d'immobilisations sont reportés et amortis dans les produits selon la méthode de l'amortissement linéaire, à un taux correspondant au taux d'amortissement des immobilisations connexes.

Le revenu de placements, qui est comptabilisé selon la méthode de la comptabilité d'exercice, comprend les intérêts, le gain net (perte nette) à la vente de placements et la variation des profits non réalisés (pertes latentes).

(c) Trésorerie et équivalents de trésorerie :

La trésorerie et les équivalents de trésorerie se composent principalement de l'encaisse et des soldes de trésorerie auprès de banques et d'autres institutions. Un placement est considéré comme de la trésorerie et des équivalents de trésorerie lorsqu'il a une échéance de 3 mois ou moins à compter de la date d'échéance.

(d) Placements dans des coentreprises :

DFO comptabilise sa participation dans Milk Utilization Verification (MUV) Inc., une organisation sans but lucratif sous contrôle conjoint, en utilisant la méthode de la mise en équivalence. Les placements sont comptabilisés au coût et ajustés pour tenir compte des apports ou des retraits et de leur part de l'excédent des revenus sur les dépenses.

(e) Instruments financiers :

Les instruments financiers sont inscrits à la juste valeur au moment de leur comptabilisation initiale. Tous les instruments financiers sont ensuite évalués au coût ou au coût amorti, et la direction n'a choisi de comptabiliser aucun de ces instruments financiers à la juste valeur.

Les actifs financiers font l'objet d'un test de dépréciation annuel à la fin de l'exercice s'il existe des indices de perte de valeur. S'il existe une indication d'une possible perte de valeur, DFO détermine si elle a entraîné un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs liés à l'actif financier. En cas de changement défavorable important des flux de trésorerie prévus, la valeur comptable de l'actif financier est réduite au maximum de la valeur actuelle des flux de trésorerie prévus, soit le montant qui pourrait être réalisé à la vente de l'actif financier ou le montant que DFO s'attend à réaliser en exerçant son droit à toute garantie. Si la situation est inversée au cours d'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 prévues dans le règlement sur les placements de la Loi sur le lait.

Le revenu de placements généré est affecté aux fonds en fonction des soldes de fonds et constaté à titre de produit dans chaque fonds.

(f) Immobilisations :

Les immobilisations acquises sont comptabilisées au coût historique. Les frais de réparation et d'entretien sont imputés aux résultats. Les améliorations qui prolongent la durée de vie estimée d'un bien sont capitalisées. Lorsqu'une immobilisation ne contribue plus à la capacité de DFO à fournir des services, sa valeur comptable est ramenée à sa valeur résiduelle.

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

Immeubles et améliorations immobilières	5 à 20 ans
Mobilier et accessoires de bureau	5 à 10 ans
Matériel informatique	3 à 5 ans
Véhicules	3 à 12 ans

Les immobilisations en cours de construction sont amorties une fois que les travaux sont achevés et les immobilisations sont prêtes à l'utilisation.

Les immobilisations acquises en appui des activités du fonds de marketing sont regroupées séparément et amorties dans le fonds de marketing et de développement commercial.

(g) Actifs incorporels :

Les actifs incorporels sont constitués d'actifs ayant 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 selon la méthode linéaire sur leur durée de vie utile estimée, comme suit :

Logiciels et sites Web

3 à 7 ans

Les actifs incorporels en cours de construction sont amortis une fois que les travaux sont achevés et les actifs sont prêts à l'utilisation.

Les actifs incorporels acquis en appui des activités du fonds de marketing sont regroupés séparément et amortis dans le fonds de marketing et de développement commercial.

(h) Affectation des coûts indirects :

DFO emploie la comptabilité par fonds et affecte certaines de ses charges générales de soutien du fonds non affecté dans le fonds de marketing et de développement commercial et le fonds de recherche en déterminant la méthode d'affectation appropriée pour chaque charge. Les salaires et les coûts administratifs généraux sont affectés en fonction de leur utilisation, et les coûts d'occupation sont affectés selon la superficie utilisée en pieds carrés.

(i) Utilisation d'estimations :

La préparation d'états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses qui ont une incidence sur les montants déclarés des actifs et des passifs, sur la communication des actifs et des passifs éventuels à la date des états financiers, et sur les montants déclarés des produits, des charges et de l'évolution des soldes de fonds pour l'exercice en question. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

2. Comptes débiteurs :

Les comptes débiteurs se composent principalement de sommes à recevoir des transformateurs pour la valeur des expéditions de lait d'octobre de DFO. Ces montants sont à recevoir les premier et quinzième jours de chaque mois suivant le mois de l'expédition.

3. Stocks du quota :

Les stocks du quota représentent le quota restant dans les réserves de DFO à la suite de l'équilibrage des activités d'échange de quotas évaluées au prix d'équilibre des échanges d'octobre. Les ruptures de stock sont regroupées dans les comptes créditeurs et les charges à payer.

4. Investments:

(a) Investments consist of:

	2023	2022
Titres à revenu fixe	- \$	3 000 000 \$
Parts de la coopérative de producteurs	131	131
Placement dans la co-entreprise	41 353	41 353
	41 484 \$	3 041 484 \$

En 2022, les titres à revenu fixe étaient composés d'un billet de dépôt de capital à faible volatilité, portant intérêt à 0,5 % et arrivant à échéance le 2 décembre 2023. En 2023, ces titres sont inclus dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie.

(b) Revenu de placements :

Le revenu de placements dans l'état des résultats-non affectés comprend :

	2023	2022
Revenus d'intérêts	3 619 048 \$	1 222 747 \$
Affectation au fonds de marketing et de développement commercial	(1 211 826)	(614 281)
Affectation au fonds de protection financière des créances	(266 121)	(90 438)
Affectation au fonds de recherche	(144 282)	(47 914)
	1 996 819 \$	470 114 \$

(c) Gestion du risque :

La gestion du risque concerne la compréhension et la gestion active des risques associés à tous les domaines d'activité et à l'environnement d'exploitation associé. Les placements sont principalement exposés au risque de taux d'intérêt et au risque de marché. DFO s'est doté de politiques et de procédures officielles qui établissent la composition de l'actif cible. Les politiques de DFO limitent les placements aux obligations garanties par le gouvernement du Canada et à d'autres placements prévus dans le règlement sur les placements de la Loi sur le lait. L'exposition au risque n'a pas changé depuis 2022.

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 au moyen de contrôles visant à surveiller et à limiter les niveaux de concentration.

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 au moyen de contrôles visant à surveiller et à limiter les niveaux de concentration.

Le risque de crédit désigne le risque qu'une contrepartie manque à ses obligations contractuelles. Ce risque est atténué par le fonds de protection des créances.

5. Immobilisations :

			2023		2022	
	Coût		Amortissement cumulé	Valeur nette comptable	Valeur nette comptable	
Terrain	506 203	\$	-	\$	506 203	\$
Immeubles et améliorations immobilières	3 564 968		2 791 835		773 133	835 624
Mobilier et accessoires de bureau	697 276		365 726		331 550	312 954
Matériel informatique	2 165 921		1 811 116		354 805	252 971
Véhicules	1 347 688		674 975		672 713	445 781
	8 282 056	\$	5 643 652	\$	2 638 404	\$

Les immobilisations sont détenues dans le fonds non affecté, à l'exception des éléments suivants, qui sont détenus dans le fonds de marketing et de développement commercial : Mobilier et accessoires de bureau de 40 874 \$ (47 207 \$ en 2022), Matériel informatique de 85 247 \$ (25 117 \$ en 2022) et Améliorations immobilières de 105 156 \$ (118 714 \$ en 2022).

6. Actifs incorporels :

			2023		2022	
	Coût		Amortissement cumulé	Valeur nette comptable	Valeur nette comptable	
Logiciels	4 857 164	\$	2 164 827	\$	2 692 337	\$
Sites Web	1 268 078		1 156 931		111 147	533 840
	6 125 242	\$	3 321 758	\$	2 803 484	\$

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 commercial : Sites Web de 111 147 \$ (2022 - 533 840 \$).

Les logiciels comprennent des actifs en construction d'un montant total de 723 286\$ (718 411\$ en 2022) liés aux composants du nouveau logiciel de gestion.

7. Comptes créditeurs et charges à payer :

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

8. Lait et activités du pool relatives au transport :

Les comptes créditeurs et les charges à payer comprennent le montant net recouvrable auprès des producteurs pour les activités du pool.

	2023		2022	
Valeur du lait				
Ventes	2 952 611 702	\$	2 756 563 769	\$
Achats	2 952 578 918		2 756 585 894	
	32 784		(22 125)	
Recouvrable auprès des producteurs, début d'exercice	(58 522)		(36 397)	
Recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(25 738)		(58 522)	
Transport				
Recouvrable auprès des producteurs	108 194 236		99 383 606	
Dépenses	108 239 900		99 314 060	
	(45 664)		69 546	
Recouvrable auprès des producteurs, début d'exercice	(3 908)		(73 454)	
Recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(49 572)		(3 908)	
Total recouvrable auprès des producteurs, fin d'exercice	(75 310)	\$	(62 430)	\$

9. Apports reportés :

	2023		2022	
Solde, début d'exercice	677 103	\$	804 059	\$
Amortissement des apports reportés	126 957		126 956	
	550 146	\$	677 103	\$

Ces apports correspondent aux fonds reçus dans le cadre de l'entente de contribution à l'Initiative d'infrastructure pour la traçabilité (IIT). L'entente accordait à DFO 1 422 501 \$, dont 1 237 500 \$ des apports liés au capital. Ces montants sont comptabilisés comme des apports en capital reportés et sont amortis et comptabilisés dans les résultats sur une période de cinq à sept ans afin de correspondre à la durée de vie utile des appareils de poche utilisés par les transporteurs et au nouveau logiciel de gestion. 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 de l'exercice en cours pour cette composante était de 126 957 \$ (126 956 \$ en 2022). La composante liée aux appareils de poche utilisés par les transporteurs a été mise en service en 2014 et a été entièrement amortie en 2019.

10. Gestion du capital :

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

Une partie du capital de DFO est affectée, en ce sens que DFO est tenu de respecter certaines exigences pour pouvoir utiliser ses fonds affectés à l'externe, décrits à la note 1. DFO s'est conformé à ces restrictions tout au long de l'exercice. DFO fixe le montant des fonds affectés à l'interne en fonction du risque, gère la structure de l'actif net et y apporte des ajustements selon l'évolution de la conjoncture et les caractéristiques de risque des actifs sous-jacents.

11. Droits d'acquisition de permis :

Les droits de permis à des fins administratives sont passés à 0,675 \$ par hectolitre (0,625 \$ par hectolitre en 2022).

12. Marketing et développement commercial :

Les frais liés au développement du marché et aux activités promotionnelles sont restés à 1,40 \$ par hectolitre.

13. Dépenses administratives et de développement des politiques :

Les dépenses administratives et de développement des politiques sont réparties comme suit :

	2023		2022	
Salaires et avantages sociaux du personnel (i)	10 289 905	\$	9 778 434	\$
Aide fournie par les entrepreneurs et aide au personnel (ii)	605 900		954 130	
Indemnités journalières, indemnités et frais de déplacement, et frais d'élection des membres du conseil d'administration (iii)	1 173 945		864 160	
Honoraires	641 664		691 601	
Bureau (iv)	524 736		561 765	
Coût de recrutement, frais de déplacement du personnel et de réunion	606 135		414 805	
Location et entretien de l'équipement	428 362		406 658	
Assurance	434 291		382 129	
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	261 328		249 439	
Programmes et activités de communication (v)	413 855		224 193	
Exploitation des camions d'étalonnage	160 819		159 429	
	15 540 940	\$	14 686 743	\$

- (i) DFO a un régime de retraite à cotisations déterminées. Les actifs du régime sont détenus séparément de ceux de DFO dans un fonds géré de manière indépendante. La charge de retraite est égale à la cotisation versée par DFO. Les cotisations versées et imputées par DFO au cours de l'année s'élèvent à 565 133 \$ (502 978 \$ en 2022).
- (ii) L'aide fournie par les entrepreneurs et l'aide au personnel comprennent des coûts de conseil, le soutien administratif, les coûts de traduction et les coûts de formation.
- (iii) Les indemnités journalières, indemnités et frais de déplacement des membres du conseil d'administration incluent des honoraires annuels de 69 505 \$ (67 155 \$ en 2022) pour le président, de 31 305 \$ (34 248 \$ en 2022) pour le vice-président, de 22 699 \$ (22 833 \$ en 2022) pour le deuxième vice-président et de 14 429 \$ (13 941 \$ en 2022) pour d'autres membres du conseil. Le taux journalier pour les membres du conseil était de 330 \$ (320 \$ en 2022) et le taux de demi-journée de 165 \$ (160 \$ en 2022). Les frais de déplacement des membres du conseil comprennent une indemnité de 1 680 \$ (1 680 \$ en 2022).
- (iv) Les frais de bureau incluent les montants relatifs à la papeterie, aux fournitures, aux abonnements, aux frais d'affranchissement, de messagerie et autres frais similaires. Cela comprend le matériel et les coûts de distribution du matériel envoyé aux producteurs à partir des différentes fonctions incluses dans le fonds non affecté.
- (v) Les programmes et activités de communication comprennent les coûts de communication avec les producteurs et les gouvernements, les brochures d'information, et le rapport annuel.

14. Affectation des coûts indirects :

Les coûts indirects des services et des salaires en appui aux activités du fonds de marketing et de développement commercial ont été affectés du fonds non affecté comme suit :

	2023		2022	
Salaires et avantages sociaux du personnel	650 004	\$	1 020 100	\$
Entretien des bureaux, services publics, taxes et loyer	85 942		83 146	
Frais de bureau	67 035		69 405	
	802 981	\$	1 172 651	\$

Pour l'exercice en cours, des coûts indirects ont également été affectés à partir du fonds non affecté pour les services et les salaires afin de soutenir les activités du fonds de recherche pour un montant de 72 069 \$ (nul en 2022).

15. Versements aux organismes affiliés :

Les versements aux organismes affiliés comprennent les versements à Producteurs laitiers du Canada (PLC). L'organisme PLC est une association nationale qui défend les intérêts de l'industrie laitière canadienne. DFO est représenté sur son conseil d'administration et soutient ses activités. Pour l'exercice en cours, les contributions de DFO ont été comptabilisées comme suit : 1 144 001 \$ (1 146 998 \$ en 2022) dans les activités du fonds non affecté, 270 000 \$ (268 333 \$ en 2022) dans les activités du fonds de recherche, et 8 474 211 \$ (7 628 766 \$ en 2022) dans les activités du fonds de marketing et de développement commercial.

16. Fonds de recherche :

- (a) Les frais de recherche sont restés inchangés sur le lait commercialisé par le DFO à 0,05 \$ par hectolitre.
- (b) Le solde du fonds de recherche à la fin de l'exercice comprend une affectation non dépensée de 96 980 \$ (105 599 \$ en 2022) provenant du fonds d'aménagement du terrain de Toronto Stock Yards. Ces fonds sont réservés à des fins de recherche et d'enseignement.

17. Engagements :

Au cours de l'exercice, DFO a conclu des contrats de longue durée à l'appui des activités de son fonds de marketing et de développement commercial et de son fonds de recherche. Ces contrats se sont traduits par des engagements sur les prochaines années comme suit :

	2024	2025	2026	2027	2028
Contrats de marketing	11 997 657 \$	12 760 690 \$	13 759 989 \$	10 549 622 \$	— \$
Engagements de recherche	570 207 \$	498 775 \$	158 854 \$	50 000 \$	— \$
	12 567 864 \$	13 259 465 \$	13 918 843 \$	10 559 622 \$	— \$

18. Opérations entre apparentés :

DFO a investi dans Milk Utilization Verification (MUV) Inc., une organisation sans but lucratif contrôlée conjointement. DFO et l'Ontario Dairy Council ont conjointement apporté leur part au système MUV, une application Web utilisée par les transformateurs leur permettant de déclarer comment le lait qu'ils reçoivent de leurs offices de commercialisation est utilisé aux fins de facturation et de vérification. La contribution initiale a été comptabilisée à la valeur comptable nette de 45 948 \$. Au cours de l'exercice, des coûts nets de 70 908 \$ (68 606 \$ en 2022) ont été imputés au fonds non affecté, et les comptes débiteurs à la fin de l'exercice comprennent un montant de 470 612 \$ (376 602 \$ en 2022) à recevoir de MUV Inc.

19. Facilité de crédit :

La facilité de crédit de DFO reste inchangée à 35 millions de dollars, au taux préférentiel moins 0,8 % (taux préférentiel moins 0,8 % en 2021). Au 31 octobre 2023 et 2022, DFO n'a pas eu recours à la facilité de crédit.

20. Dépenses imprévues :

DFO est de temps à autre impliqué dans des litiges, qui surviennent dans le cours normal des activités. Les passifs résultant de tout litige sont comptabilisés dans les états financiers lorsque le résultat peut être raisonnablement déterminé.

21. Données comparatives :

Certains chiffres correspondants fournis pour l'exercice précédent ont été reclassés pour les rendre conformes à la présentation des états financiers adoptée pour l'exercice en cours.



6780 Campobello Road
Mississauga, Ontario L5N 2L8

t: 905.821.8970 e: questions@milk.org

www.milk.org