



# LES PROGRAMMES DE SOINS AUX ANIMAUX ET DE LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS À LA FERME ÉLEVÉ PAR UN PRODUCTEUR CANADIEN

## STIMULER LA CONSOMMATION



Nous savons que les programmes de la salubrité des aliments à la ferme (PSAF) et de soins aux animaux (PSA) ont une incidence sur la vie quotidienne et les routines à la ferme. Nous savons également qu'il est parfois difficile de voir la situation dans son ensemble et de comprendre pourquoi ces programmes sont si importants. Il est ainsi facile de se demander si cela en vaut la peine.

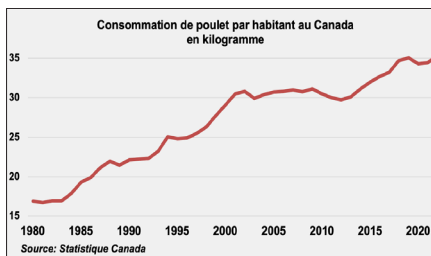
### Nous sommes ici pour vous dire que le jeu en vaut la chandelle!

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA (PPC) DISPOSENT D'UN **PLAN STRATÉGIQUE TRIENNAL** QUI ORIENTE LEUR TRAVAIL ET QUI VISE À ACCROÎTRE LA CONSOMMATION DE POULET CANADIEN PAR HABITANT, AFIN QUE TOUS LES PRODUCTEURS PUISSENT DEMEURER RENTABLES ET DÉVELOPPER LEURS ACTIVITÉS.

L'une des façons d'y parvenir est de promouvoir la marque *Élevé par un producteur canadien* et de raconter notre histoire, qui est liée au travail que les producteurs accomplissent chaque jour pour respecter des normes élevées et maintenir leurs certifications du PSAF et du PSA.

Outre le pays d'origine, la marque représente désormais l'engagement des producteurs en faveur de l'excellence en matière de salubrité des aliments, de soins aux animaux et de gérance environnementale. Ces programmes trouvent un écho auprès des consommateurs et suscitent la confiance tant dans notre système que dans les producteurs qui élèvent des poulets pour leurs familles.

Les restaurants et les détaillants s'y intéressent également. De plus en plus d'entreprises adoptent la marque pour assurer leurs clients de leur engagement à s'approvisionner en poulet canadien et de l'excellence que la marque représente, ce à quoi vous contribuez chaque jour dans votre ferme.



Les normes que vous respectez chaque jour ont un impact. Lorsque vous vous engagez dans ces programmes, les PPC peuvent travailler avec des partenaires tout au long de la chaîne de valeur pour leur donner l'assurance que les éleveurs apprécient les animaux dont ils s'occupent et qu'ils s'engagent à faire ce qui s'impose.

Votre engagement à l'égard du programme, le fait que nous puissions dire que 100 % de nos exploitations sont certifiées, est un élément essentiel pour gagner la confiance des consommateurs, des épiciers et des restaurants. C'est grâce à VOUS, les 2 826 producteurs de poulet à griller du Canada, que nous avons un excellent programme à promouvoir!

### VOICI QUELQUES FAÇONS DONT NOUS FAISONS LA PROMOTION DE LA MARQUE ET RACONTONS NOTRE HISTOIRE :

- Publicités numériques et télévisées
- Rencontres directes avec des commerces au détail et des restaurants dans le cadre de notre « tournée de présentation » pour parler des programmes
- Participation à des salons professionnels nationaux avec des commerces au détail et des restaurants de tout le pays
- Annonces et contenu dans des revues spécialisées dans la restauration et l'épicerie
- Production et promotion d'une **série de vidéos** mettant en vedette des exploitations agricoles ayant de bonnes pratiques environnementales
- Présentation de familles agricoles individuelles grâce à la série de vidéos « **Une journée dans la vie** »
- Partenariats avec Natation Canada et Patinage Canada
- Communication des rapports d'audit effectué par des tiers aux intervenants afin de maintenir la confiance dans nos programmes



« Nous utilisons la marque *Élevé par un producteur canadien* pour tirer parti de la confiance que nos clients accordent aux producteurs canadiens. Le fait de savoir qu'il existe un programme national dans le cadre duquel tous les producteurs sont certifiés, avec des normes élevées en matière de soins aux animaux et de salubrité des aliments, nous donne confiance dans la marque et dans ce qu'elle représente. Nous sommes fiers d'afficher le logo sur le poulet dans nos magasins à travers le pays. »

- Carly Zedic, directrice du marketing, Swiss Chalet hors établissement, Recipe Unlimited

« Le partenariat de Mary Brown's avec la marque *Élevé par un producteur canadien* a été extrêmement précieux pour notre entreprise. Le fait de savoir qu'il existe un programme national cohérent dans le cadre duquel tous les producteurs sont certifiés nous donne confiance dans la promotion du poulet canadien et des normes élevées selon lesquelles il est élevé. »

- Fergus Byrne, directeur principal de l'approvisionnement, Mary Brown's Chicken (MBI Brands)



### AUTRES ÉLÉMENTS VISUELS

