



Systeme alimentaire du Canada

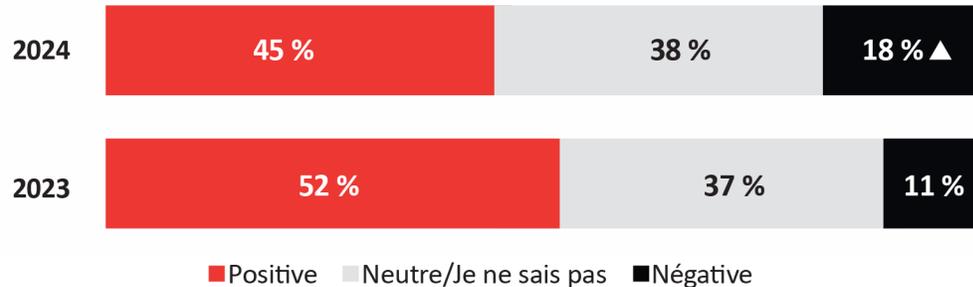
Initiative de sensibilisation du public

La raison pour laquelle nous en sommes ici

Opinion sur le système agroalimentaire canadien

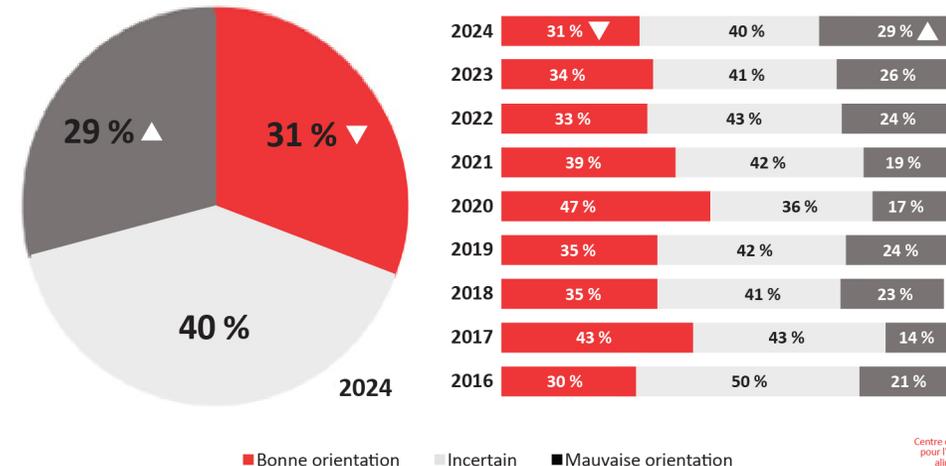
Moins de la moitié des Canadiens ont une opinion favorable du système agroalimentaire canadien, une baisse significative de sept points par rapport à l'an dernier.

En général, comment évalueriez-vous votre opinion du système agroalimentaire canadien, y compris la manière dont les aliments sont cultivés, produits et commercialisés?



Orientation du système agroalimentaire canadien

Le pessimisme a atteint un niveau record en raison de la baisse importante de la bonne orientation.



En dépit de nos efforts individuels dans l'ensemble de la chaîne de valeur, la perception de la façon dont les aliments passent de l'exploitation agricole à l'assiette du consommateur a considérablement diminué, tout comme les indicateurs clés de confiance.

Pourquoi nos efforts ont-ils raté la cible?

Biaisé/manque de transparence

Fonctionne trop en vase clos

Aucun moyen de mesurer le succès

Message inefficace/
temps de réponse trop long

Ressources insuffisantes

Défis

Absence d'un message unique et clair communiquant des renseignements exacts sur la chaîne de valeur du Canada.

Différents degrés de compréhension de la définition et du rôle de la chaîne de valeur détenus par le grand public canadien et ceux du secteur.

Perceptions erronées et **compréhension divergente du système agroalimentaire**, y compris la contribution économique, les emplois, les définitions sociales et environnementales.

Manque de connaissances, de sensibilisation à grande échelle et de fierté à l'égard du rôle essentiel du Canada dans l'approvisionnement alimentaire mondial.

Informations négatives et inexactes partagées par les détracteurs et les adversaires.

Ne pas avoir été pris en compte dans le cadre des décisions sur les politiques.



Message reçu :

Sensibilisation du public ET influence sur les politiques par les RP

Le secteur appuie une campagne de sensibilisation du public, mais il veut s'assurer qu'elle comporte un volet en relations publiques/influence sur les politiques, sans composante de lobbyisme.

Il désire s'assurer que les décideurs politiques sont conscients que le système alimentaire canadien est reconnu comme facteur clé dans l'économie et la société.



Changement d'attitude sous l'effet de pressions internationales

Le système alimentaire canadien est à un tournant décisif

- Les tarifs pourraient entraîner une hausse des coûts, limiter l'accès au marché et déstabiliser les entreprises canadiennes, ce qui exercera une pression importante sur les agriculteurs et les producteurs d'aliments.
- Ils pourraient occasionner des mises à pied, le ralentissement des investissements et l'affaiblissement des économies rurales, menaçant 2 millions d'emplois dans le système alimentaire.
- Ils pourraient engendrer des enjeux d'ordre réglementaire à long terme, réduisant les investissements dans l'innovation et affaiblissant la position du Canada sur la scène mondiale de la production alimentaire.
- Ils pourraient perturber les chaînes d'approvisionnement, saper la confiance des consommateurs dans le commerce transfrontalier et augmenter les craintes en matière de sécurité alimentaire.

Malgré les enjeux, un puissant mouvement en faveur du Canada émerge.

Les Canadiens se rallient derrière le système alimentaire – en percevant sa valeur, résilience et importance pour la prospérité nationale.

Il s'agit d'un moment crucial pour mettre de l'avant ce soutien, renforcer la confiance du public et continuer sur cette lancée à long terme.



E DELI
THE FOUNTAIN

**Il est temps de créer
un mouvement, et pas
seulement un moment.**





Que tentons-nous de faire?

1

Élever le système alimentaire canadien et l'agriculture au rang de **valeurs sociétales fondamentales** (comparables aux soins de santé et à l'éducation) chez les Canadiens, ce qui incite à s'engager et à déployer des efforts pour le soutenir.

2

Renverser l'indifférence et **améliorer la confiance du public** dans toutes les parties du système alimentaire canadien, en assurant qu'il demeure bien présent dans l'esprit des consommateurs et des décideurs politiques.

3

Approfondir chez le public leurs **connaissances sur l'importance du système alimentaire** tout en mettant l'accent sur la nécessité d'un engagement durable et significatif.

Mise au point – Les Canadiens sont-ils favorables à cette initiative? Oui.

En mars 2025, un sondage national a été mené pour appuyer l'élaboration d'une campagne de sensibilisation du public sur le système alimentaire canadien.

Les Canadiens ont appuyé fortement l'intention de la campagne :

82 % ont affirmé que le système alimentaire canadien est important pour eux

82 % souhaitent en savoir plus à ce sujet

86 % estiment qu'une telle campagne contribuerait à accroître leur confiance envers le système alimentaire

Seulement **33 %** pensent que le système alimentaire canadien ne devrait pas être une priorité actuelle

* Source : Ipsos

Innovation : Un message unificateur

Rassemble le secteur

Fondamental au système alimentaire canadien : engendre la résilience, l'adaptabilité et la prospérité

Les Canadiens soutiennent un message unificateur et tourné vers l'avenir – qui propose des solutions concrètes, est durable et génère des emplois

Mais : Seule, l'« innovation » est un concept qui peut sembler abstrait ou risqué pour les consommateurs. C'est pourquoi nous devons nous concentrer sur les résultats : en quoi notre capacité à innover bénéficie-t-elle aux Canadiens?

Stratégie derrière le message :

- L'innovation, c'est le moyen, et non le message
- Elle doit s'appuyer sur des exemples concrets
- Le fait de mettre en évidence les avantages permet de gagner la confiance

Dernier point à retenir :

Les résultats attirent l'attention, mais l'objectif est de susciter la confiance



Introduisons

 **Le système
alimentaire
du Canada**

Notre alimentation. Notre avenir.



Le système alimentaire du Canada – Testé et en résonance

Ancré dans les tests de messages : Surpasse les autres termes dans les études d'opinion

Large et inclusif : Couvre l'ensemble de la chaîne de valeur, de la ferme à la table

Résonne émotionnellement : Il fait appel à la fierté nationale et au partage des responsabilités

Appuyé par des études : Les Canadiens préfèrent un langage collectif et pro-Canada, surtout en période d'incertitude économique.

Construit une reconnaissance à long terme : Une utilisation cohérente permet de positionner le système alimentaire, au même titre que les soins de santé et l'éducation, comme un pilier essentiel de la vie canadienne.



Notre alimentation. Notre avenir – Également testé et en résonance

Slogans testés:

- Le système alimentaire du Canada : Une promesse dans chaque assiette
- Le système alimentaire du Canada : Votre nourriture. La promesse du Canada
- Le système alimentaire du Canada : Votre alimentation. Notre promesse.
- Le système alimentaire du Canada : Notre alimentation. Notre Canada.
- Le système alimentaire du Canada : Notre alimentation. Notre avenir.

“Notre alimentation. Notre avenir.” a un léger avantage global en termes de sympathie et de pertinence.

Il a été le mieux noté dans la plupart des catégories démographiques.

Met l'accent sur un message tourné vers l'avenir qui trouve un écho important auprès des Canadiens.

S'adresse à un large public tout en soulignant l'importance du système alimentaire pour façonner l'avenir.

S'aligne sur l'objectif de la campagne qui est de renforcer la confiance du public à long terme.

L'avantage statistique, la viabilité à long terme et la résonance émotionnelle de "Notre alimentation. Notre avenir" en font le meilleur choix pour un déploiement national.



Recherche et tests – Au coeur de cette campagne

Comme les derniers mois nous l'ont montré, les événements mondiaux et nationaux peuvent modifier le paysage public. Cela peut nous amener à réorienter notre stratégie, mais notre objectif d'élever le système alimentaire canadien reste le même.

Cette initiative est flexible et s'adapte aux changements de l'environnement. Nous testons, réagissons et nous adaptons en permanence :

- **Test de slogan**
- **Test de messages clés**
- **Sondage Ipsos**
- **Recherche du CCIA**
- **Suivi de l'actualité**
- **Écoute des médias sociaux**
- **Mesurer les résultats et ajuster les tactiques de campagne**

Bâtir le mouvement

PHASE 1: Les 100 premiers jours —Jeter les bases pour la foundation *Notre alimentation. Notre future.*

Définir le système alimentaire canadien : Plus qu'une simple chaîne d'approvisionnement, c'est notre lien vital.

Sensibiliser le public en renforçant son rôle dans l'alimentation des communautés, la stimulation de l'innovation et la garantie de notre avenir.

Établir un lien émotionnel et de fierté entre les Canadiens et leur système alimentaire.

Mobiliser les médias, les acteurs de l'industrie et les premiers militants pour susciter l'élan.

Appel à l'action : Un engagement profond et durable pour protéger le système alimentaire.

PHASE 2: Notre campagne nationale « Pierre angulaire du Canada » - Élargir notre champ d'action

Passer de la fondation à la campagne, de l'élan à l'impact national - atteindre les Canadiens aux niveaux national et régional.

Mobiliser tous les Canadiens pour qu'ils reconnaissent, protègent et défendent le système alimentaire pour leur avenir.

Positionner le système comme un pilier de la force nationale, au même titre que les soins de santé et l'éducation, tout en reconnaissant les réalités distinctes de chaque province et de chaque région.

Tirer parti de la fierté nationale et des préoccupations liées à la souveraineté pour accroître son importance aux yeux des consommateurs et des décideurs politiques.



Les 100 premiers jours :

Débutant le 15 mai 2025

Stratégie d'engagement du public



Le message que nous voulons faire passer



Le système alimentaire du Canada

Notre alimentation.
Notre avenir.

Notre système alimentaire est la pierre angulaire du Canada : il stimule notre économie, favorise l'innovation et garantit notre avenir. Mais avant d'en arriver là, les 100 premiers jours de cette campagne doivent être consacrés à notre identité et à son importance.

Nous sommes plus qu'une chaîne d'approvisionnement : nous assurons la survie du Canada en soutenant les communautés et en nous connectant au monde.

Derrière chaque assiette se cache une nation au travail, ici et partout dans le monde : de l'agriculture et de l'aquaculture aux transports, en passant par la science et l'innovation, la fabrication, la transformation et les systèmes d'assurance, ainsi que la vente au détail et la restauration.

Publics et plateformes

Notre public principal est composé des personnes des générations X et des *baby-boomers*, qui sont les plus actives sur **Facebook**, où elles recherchent des informations, des discussions dans des communautés et des contenus éducatifs.

Les parents milléniaux interagissent davantage sur **Instagram**, où les contenus visuels à partager les interpellent. **X (anciennement Twitter)** servira à interagir en temps réel avec le public et les marques. **Bluesky** est une plateforme engagée à croissance rapide. Nous pourrions y atteindre les premiers utilisateurs afin de construire une communauté authentique.

Nous adapterons légèrement notre approche du contenu selon le public et les caractéristiques de chaque plateforme afin de créer un dialogue significatif, d'instaurer la confiance et d'encourager les Canadiens à se mobiliser différemment pour le système alimentaire.





Premier pilier

Parlons du système alimentaire du Canada

Le système alimentaire du Canada a toujours été au service des Canadiens et continuera de l'être. Comme tout le monde favorise les aliments d'ici en ce moment, nous pensons que c'est le moment idéal pour **relancer la conversation**.

Le système alimentaire du Canada n'est pas nouveau : c'est une constante. Nous avons hâte de rappeler aux Canadiens le réseau de personnes, d'entreprises et de communautés qui cultivent, produisent, préparent et livrent les aliments qu'ils consomment chaque jour.



Exemple de publication – Introduction au système alimentaire du Canada

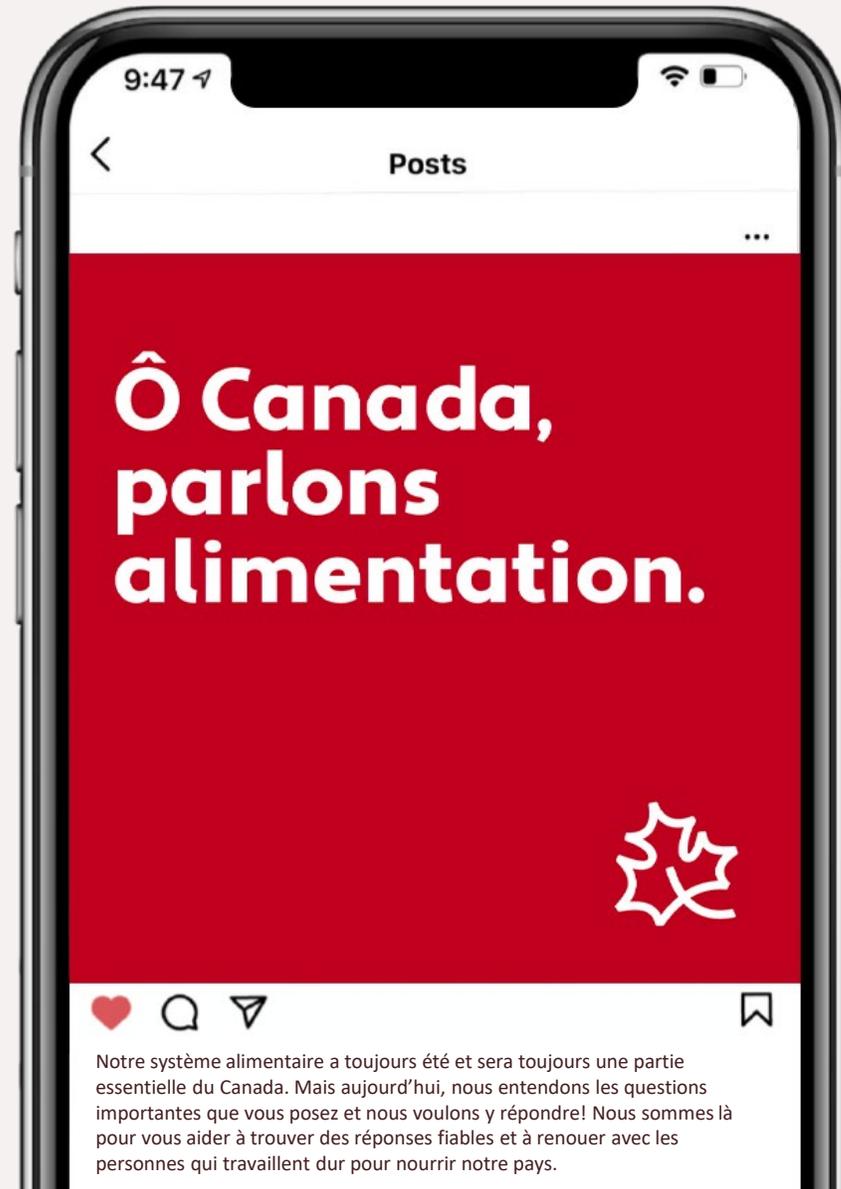
Texte:

Notre système alimentaire a toujours été, et sera toujours une partie essentielle du Canada. Mais aujourd'hui, nous entendons les questions importantes que vous posez et nous voulons y répondre! Nous sommes là pour vous aider à trouver des réponses fiables et à renouer avec les personnes qui travaillent dur pour nourrir notre pays.

Suivez-nous pendant que nous décortiquons le système alimentaire du Canada. #NotreAlimentationNotreAvenir

Texte sur l'image:

Ô Canada, parlons alimentation.



Ô Canada,
parlons
alimentation.



La feuille s'anime dans le coin

Le système
alimentaire
du Canada

*Notre Alimentation.
Notre Avenir.*

Exemple de publication – Autre possibilité

Texte:

Notre système alimentaire a toujours été et sera toujours une partie essentielle du Canada. Mais aujourd'hui, nous entendons les questions importantes que vous posez et nous voulons y répondre! Nous sommes là pour vous aider à trouver des réponses fiables et à renouer avec les personnes qui travaillent dur pour nourrir notre pays.

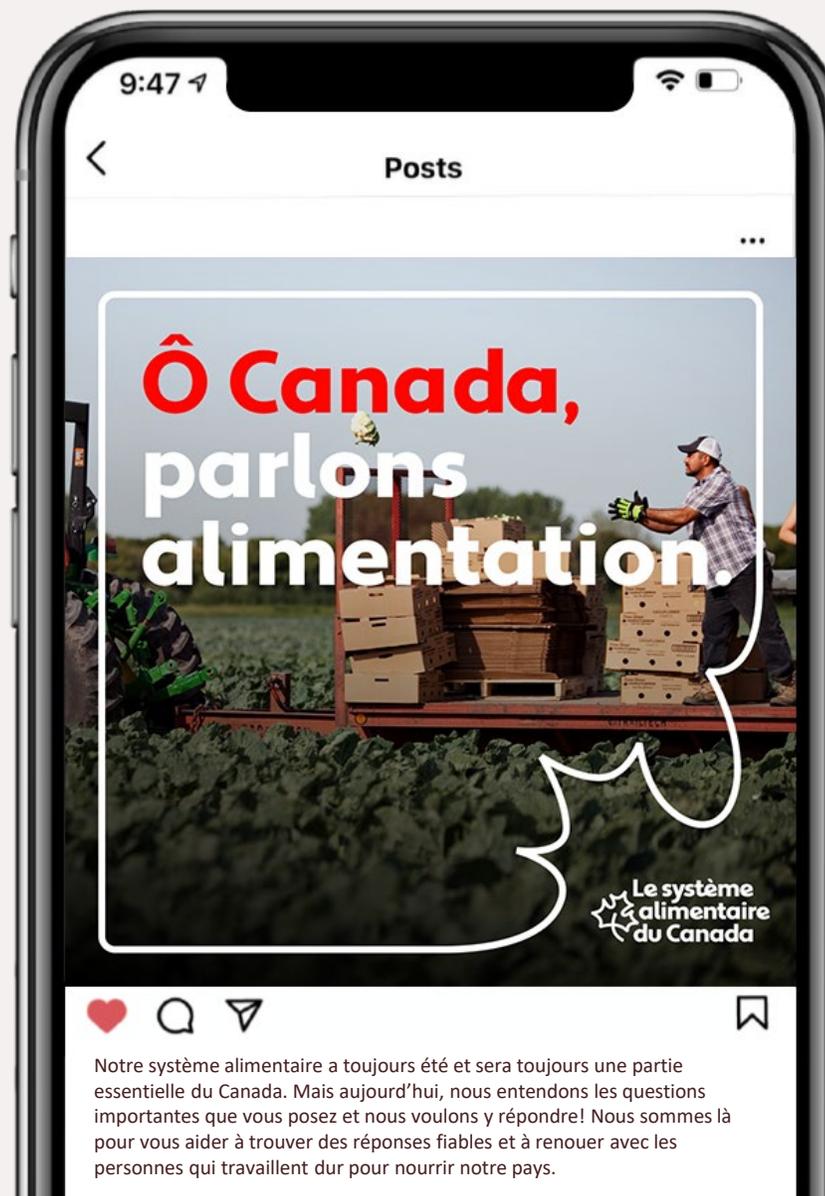
Suivez-nous pendant que nous décortiquons le système alimentaire du Canada.
#NotreAlimentationNotreAvenir

Texte sur l'image:

Ô Canada, parlons alimentation.



GIF animé– Défilement d'images.
Rapide, percutant et couvrant de nombreux secteurs.
Source de l'image: fournie par le client.



**Le système
alimentaire
du Canada**

*Notre Alimentation.
Notre Avenir.*

Exemple de publication – Parcours de la ferme à l’assiette

Texte:

Des collations de nuit aux pique-niques dans les parcs, le système alimentaire du Canada est à l’origine de chaque bouchée! Chaque producteur agricole, emballer, chef cuisinier et camionneur joue un rôle dans la fraîcheur et la qualité des aliments que vous consommez. 🍴

Suivez-nous pour en savoir plus sur les acteurs du système alimentaire du Canada.
#NotreAlimentationNotreAvenir

Texte sur l’image:

Des aliments provenant de tous les coins du pays.

Cultivateurs, éleveurs et producteurs

Transport et distribution

Essais, transformation, importation et exportation

Services alimentaires et détaillants en alimentation



Deuxième pilier

Exprimez votre soutien

Les Canadiens se mobilisent déjà pour le système alimentaire du Canada, et avec le lancement prochain d'un tirage au sort axé sur l'engagement du public, nous avons l'occasion de renforcer le message sur les médias sociaux et d'encourager la participation dès le premier jour.

La partie principale du tirage sera affichée sur la page de renvoi et diffusée sur les médias sociaux avec un appel à l'action incitant l'utilisateur à exprimer son soutien envers le système alimentaire du Canada pour avoir une chance de gagner une carte-cadeau de 500 \$ chez un détaillant canadien de son choix.

Peu après, une chance d'obtenir une participation supplémentaire suivra et permettra d'aller à la rencontre des gens dans leur quotidien : à l'épicerie, au marché ou à la maison en train de préparer un repas. Nous encouragerons les Canadiens à publier des photos d'un repas qu'ils ont préparé, en mentionnant @systèmealimentaireduCanada et en utilisant notre autocollant numérique : « *Je soutiens le système alimentaire du Canada* ». Pour être pleinement admissibles, ils doivent également signer sur la page de renvoi pour afficher leur soutien.

L'aspect social peut fonctionner en tandem avec la campagne sur le site Web et procurer une interaction régulière.

Bien que les concours ne suffisent pas à instaurer une confiance totale, ils nous permettent de célébrer les choix quotidiens, d'encourager la participation et d'ouvrir la voie à des discussions générales sur la sécurité alimentaire, le développement durable et le soutien au Canada.



**Je soutiens le système
alimentaire du Canada**

Engagement des influenceurs et des partenaires

Afin d'instaurer un climat de confiance et d'étendre notre portée, nous ferons appel à des influenceurs de plus petite échelle, dont le public est très engagé et dont les antécédents en matière d'alimentation sont dignes de confiance, comme des partenaires essentiels, des organisations partenaires, des diététistes, des chefs cuisiniers et d'autres intervenants dans le système alimentaire.

Nombre de ces créateurs sont déjà dans notre orbite grâce à des partenaires comme Le Panier alimentaire canadien et Farm and Food Care Ontario, ce qui nous permet d'accéder directement à des voix passionnées et crédibles.

Ces influenceurs contribueront à renforcer le message « *Je soutiens le système alimentaire du Canada* » en parlant de leurs propres expériences en matière d'achat et de cuisine, et en encourageant leurs communautés à faire de même. Leurs points de vue authentiques contribueront à susciter la participation au concours, à inciter davantage de gens à s'impliquer et à sensibiliser le public d'une manière qui semble naturelle et digne de confiance.

Il ne s'agit pas de placements de marques traditionnels. Il s'agit de s'associer à des personnes qui ont véritablement à cœur d'informer les Canadiens et de leur donner les moyens d'adopter un regard plus critique sur les aliments qu'ils mangent et sur leur provenance.



Exemple de publication – Présentation du concours

Texte:

Exprimez votre soutien au système alimentaire du Canada et courez la chance de gagner une carte-cadeau de 500 \$ chez un détaillant canadien de votre choix lors du tirage mensuel!

Montrez votre soutien aux vaillants travailleurs derrière chaque repas ET ayez la possibilité de continuer à acheter les produits canadiens que vous aimez grâce à une carte-cadeau de 500 \$. Pour participer à notre tirage au sort, il vous suffit d'exprimer votre soutien en cliquant sur le lien figurant dans notre biographie.

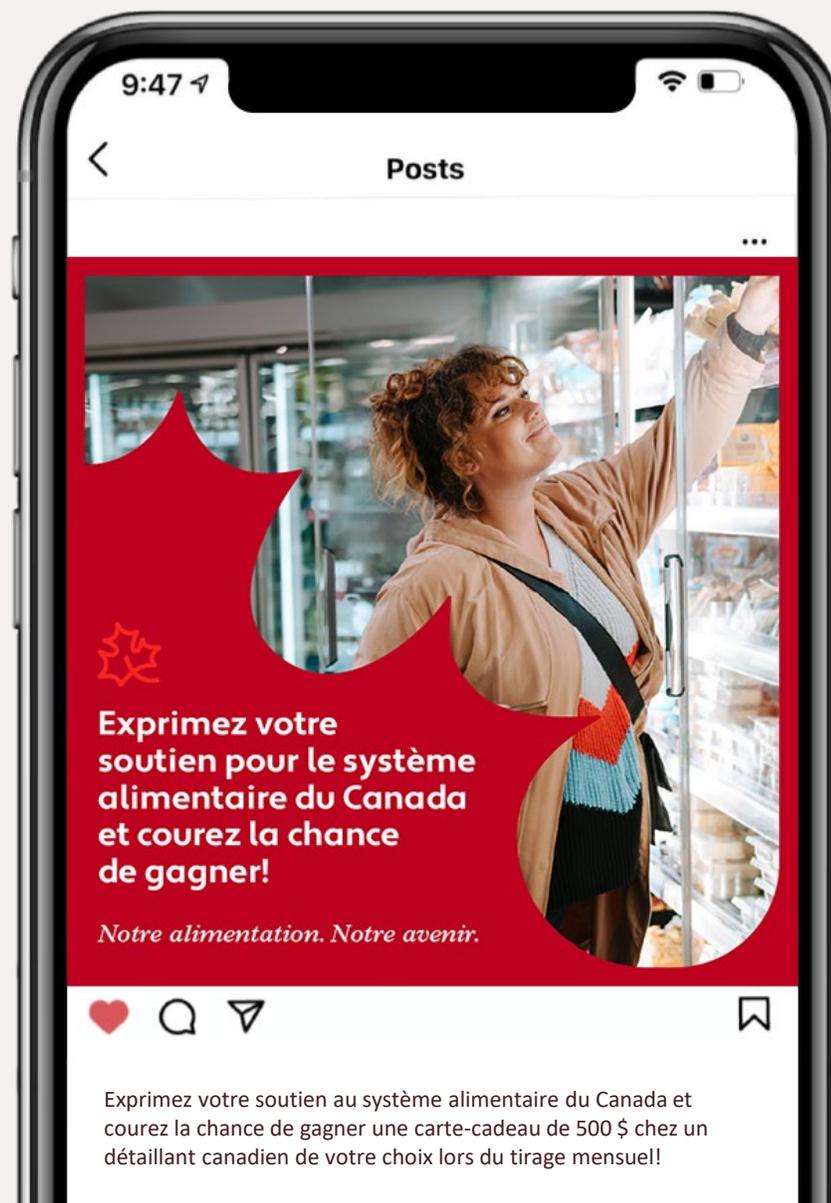
#NotreAlimentationNotreAvenir

*Insérer les aspects légaux et logistiques du concours à une date ultérieure.

Texte sur l'image:

Exprimez votre soutien pour le système alimentaire du Canada et courez la chance de gagner!

Notre alimentation. Notre avenir.





Exemple de publication – Participation supplémentaire

Texte:

Alerte de participation supplémentaire 🇩🇪

Vous souhaitez avoir une participation de plus au tirage au sort mensuel d'une carte-cadeau de 500 \$ chez un détaillant de votre choix? Il suffit de préparer un repas avec des produits issus du système alimentaire du Canada, c'est-à-dire n'importe quoi à votre épicerie!

- 📷 Faites une publication éphémère avec une photo d'un repas que vous avez préparé.
- 🇩🇪 Identifiez @systèmealimentaireduCanada.
- 👉 Ajoutez notre autocollant personnalisé à votre publication.
- 👍 Assurez-vous d'avoir exprimé votre soutien au système alimentaire du Canada en cliquant sur le lien dans notre biographie pour être admissible!

Chaque mois, nous choisirons au hasard un nouveau gagnant. Nous avons hâte de voir ce que vous allez cuisiner!

#NotreAlimentationNotreAvenir

*Insérer les aspects légaux et logistiques du concours à une date ultérieure.

Texte dur l'image:

Comment participer?

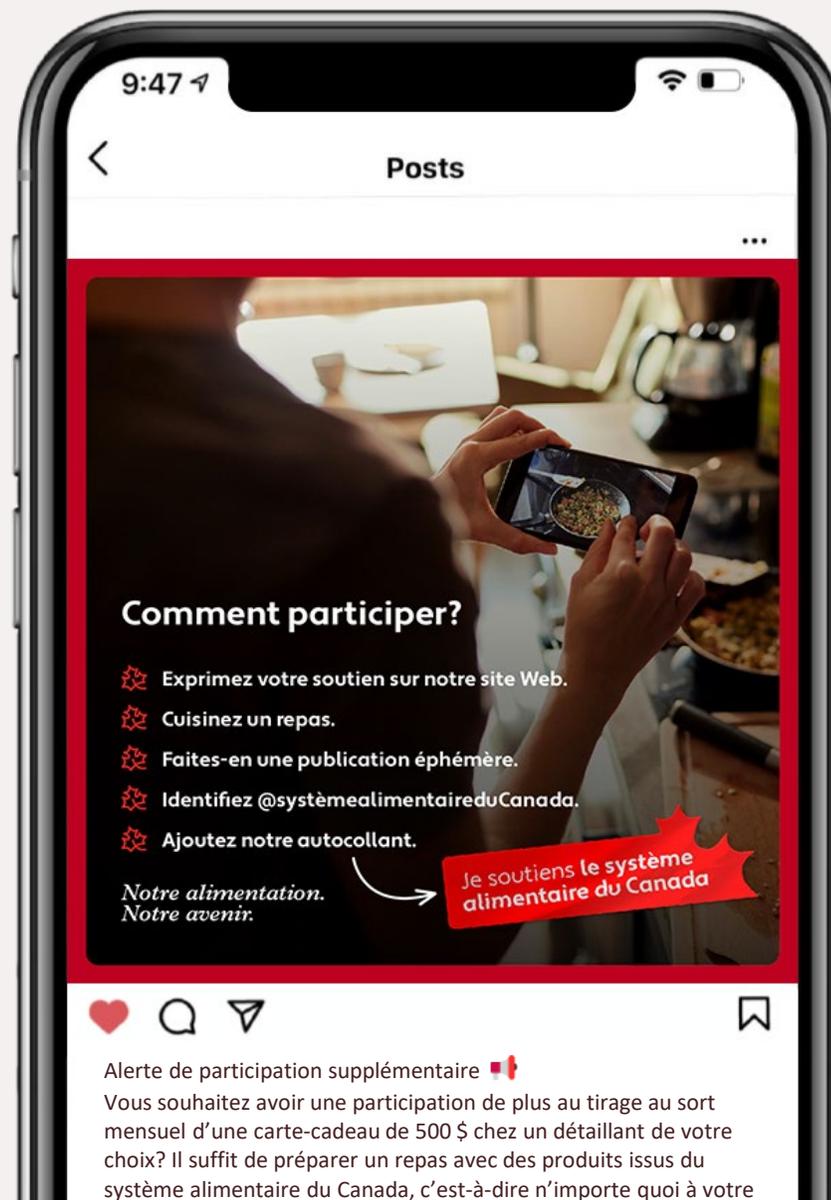
Exprimez votre soutien sur notre site Web.

Cuisinez un repas.

Faites-en une publication éphémère.

Identifiez @systèmealimentaireduCanada.

Ajoutez notre autocollant.





Contenu généré par l'utilisateur

Pour continuer à promouvoir le concours, nous partagerons le contenu généré par les utilisateurs et le contenu des influenceurs, adoptant ainsi un ton authentique sur nos plateformes.





Troisième pilier

Histoires

Pour créer un lien émotionnel étroit avec la population, il est important de mettre en avant les personnes qui contribuent à nous nourrir, qu'il s'agisse des producteurs agricoles, des employés des épiceries ou des parents qui choisissent les aliments pour leur famille. Leurs histoires donneront vie au travail soutenu, au dévouement et aux décisions quotidiennes qui façonnent le système alimentaire du Canada.

Nous disposons d'une base solide sur laquelle nous appuyer, les images existantes sur YouTube constituant un point de départ pour le récit. À partir de là, nous pouvons élargir le récit en saisissant diverses perspectives dans l'ensemble du système alimentaire.

Les producteurs agricoles parleront de leur expérience de la culture des aliments que nous mangeons, les employés des épiceries pourront parler de leurs efforts pour amener ces aliments jusqu'à nos tables, et les familles pourront réfléchir aux choix qu'elles font pour soutenir les produits canadiens. Nous présenterons également les histoires derrière les plats canadiens classiques : le parcours et l'origine des ingrédients qui donnent vie à ces plats.

Grâce à de courtes vidéos et à des images inspirantes, nous créerons un contenu attrayant à partager, accessible pour un grand nombre de personnes. En fin de compte, nous rappelons aux gens l'effort humain derrière chaque repas.



Exemple de publication – Histoires sur le système alimentaire du Canada

Texte:

Au Canada, 90 % des fermes sont des entreprises familiales : l'agriculture n'est donc pas seulement une industrie, c'est un héritage. Kathryn Doan, de la ferme d'élevage de dindes de la famille Doan à Norwich, en Ontario, nous fait part de sa passion pour l'agriculture et de son importance pour sa famille.

Pour en savoir plus sur les personnes qui travaillent sans relâche au cœur du système alimentaire du Canada, consultez le site systemealimentaire.ca.

#NotreAlimentationNotreAvenir

Extrait vidéo de 0:00 à 0:24

« Bienvenue à la ferme d'élevage de dindes de la famille Doan. Je m'appelle Kathryn Doan, je suis mère de quatre enfants et éleveuse de dindes de première génération. C'est important pour moi, en tant que mère et éleveuse de dindes, d'avoir des aliments sûrs, de qualité et nutritifs que je peux choisir à l'épicerie et de permettre à ma famille de manger comme la vôtre. »



Autre possibilité





Exemple de publication – Histoires sur le système alimentaire du Canada

Texte sur l'image:

Au Canada, 90 % des fermes sont familiales.

Notre alimentation. Notre avenir.

Kathryn Doan
Éleveuse de dindes – Norwich, Ont.



Exemple de publication – Histoires sur le système alimentaire du Canada

Texte sur l'image:

Sauce

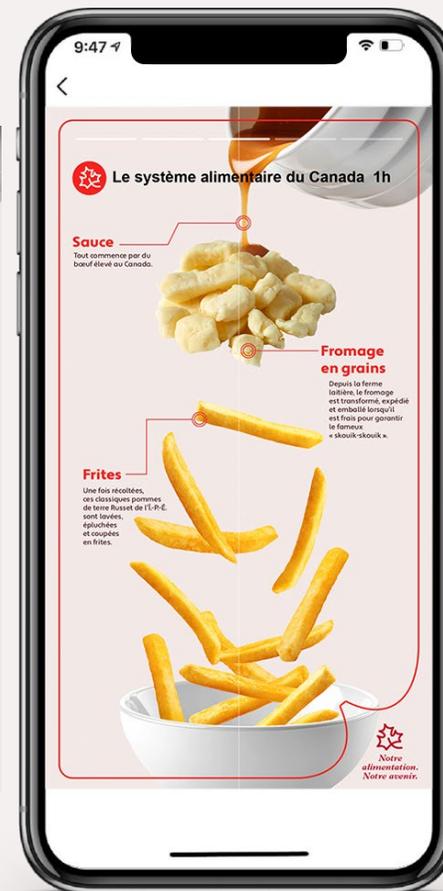
Tout commence par du bœuf élevé au Canada.

Fromage en grains

Depuis la ferme laitière, le fromage est transformé, expédié et emballé lorsqu'il est frais pour garantir le fameux « skouik-skouik ».

Frites

Une fois récoltées, ces classiques pommes de terre Russet de l'Î.-P.-É. sont lavées, épluchées et coupées en frites.



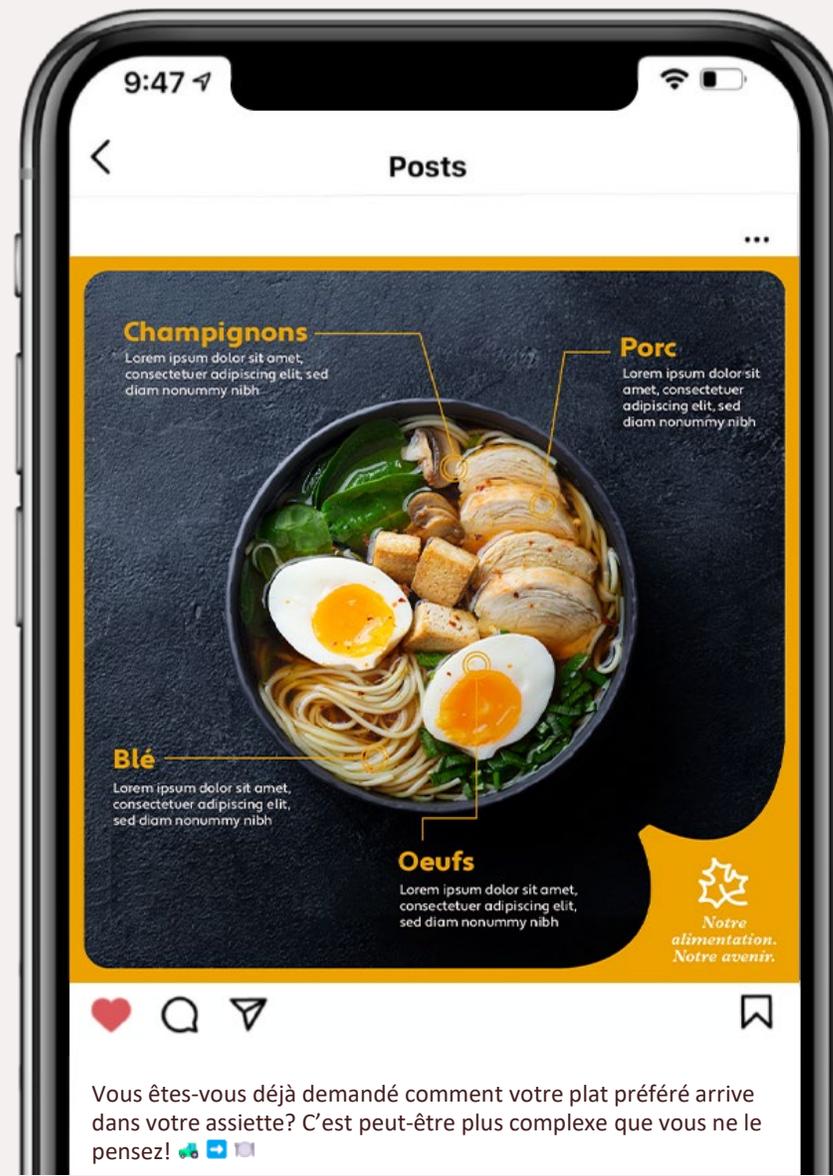


Exemple de publication – Histoires sur le système alimentaire du Canada

Texte:

Vous êtes-vous déjà demandé comment votre plat préféré arrive dans votre assiette? C'est peut-être plus complexe que vous ne le pensez! 🚜 ➡ 📱

#NotreAlimentationNotreAvenir



Quatrième pilier

Économie et emplois

Le système alimentaire du Canada ne se résume pas à des fermes et à des épiceries. Il s'agit d'un énorme moteur économique qui soutient des millions d'emplois d'une manière dont les gens ne se rendent pas toujours compte.

Nous mettrons en lumière les carrières peu connues au sein du système alimentaire, en présentant le réseau caché d'emplois qui le font fonctionner. Une série de contenus sur le sujet explorera des rôles qui ne sont peut-être pas associés à la production alimentaire, comme les camionneurs, les analystes de données ou même les techniciens en réfrigération, et donnera du mérite à ceux qui jouent un rôle vital dans l'alimentation des Canadiens.

Pour susciter l'engagement, nous pourrions introduire un contenu interactif, comme des sondages demandant aux membres du public s'ils pensent que certains emplois font partie du système alimentaire. Nombreux sont ceux qui ne se rendent même pas compte que leur travail est lié à la production alimentaire et à l'économie; voilà donc une possibilité d'éducation et de découverte.

En publiant ces histoires, nous soulignerons le lien profond entre le système alimentaire, la main-d'œuvre et l'économie du Canada, en aidant les Canadiens à percevoir l'incidence de ce système dans leur propre communauté, et peut-être en eux-mêmes.



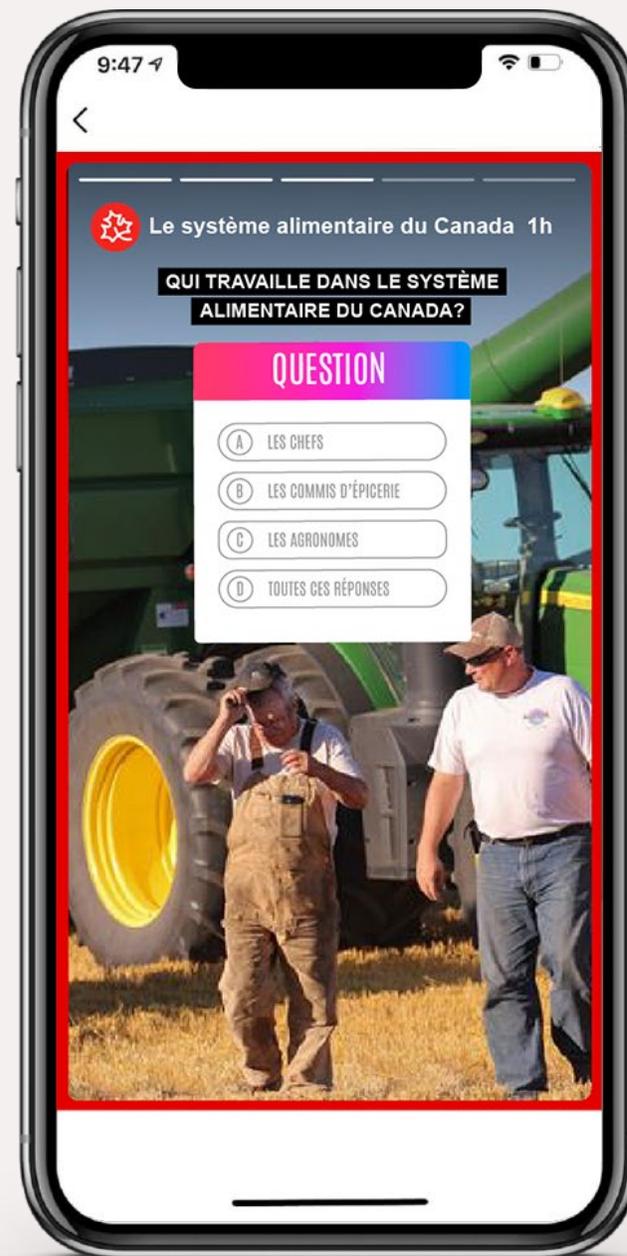
Exemple de publication – Sondages

Texte dur l'image:

Qui travaille dans le système alimentaire du Canada?

QUESTION

1. Les chefs
2. Les commis d'épicerie
3. Les agronomes
4. Toutes ces réponses



Cinquième pilier

L'avenir de l'alimentation

La population est très attachée à la provenance des aliments, ce que nous respectons. Si les questions relatives aux pratiques agricoles, à la qualité des aliments et aux techniques modernes sont courantes, ce qui est souvent oublié, c'est tout le bien déjà présent dans notre système alimentaire.

Au lieu de parler d'innovation, nous nous concentrerons sur les résultats concrets pour la population : des aliments plus nutritifs, une meilleure durabilité, un soutien accru aux producteurs agricoles et un approvisionnement alimentaire plus sûr. Grâce à des experts, à des histoires vécues et à des exemples du quotidien, nous montrerons comment ces améliorations façonnent déjà un meilleur avenir pour l'alimentation au Canada.

Notre contenu sera éducatif, accessible et fondé sur des avantages réels et non sur des mots à la mode. Nous aiderons les gens à comprendre le rôle du progrès et des solutions pratiques dans la culture, la production et la fourniture d'aliments qui répondent aux besoins d'aujourd'hui et de demain.

Nous ne cherchons pas à les convaincre d'accepter le changement : nous voulons leur en montrer les résultats. Lorsqu'ils verront les résultats, la confiance suivra!



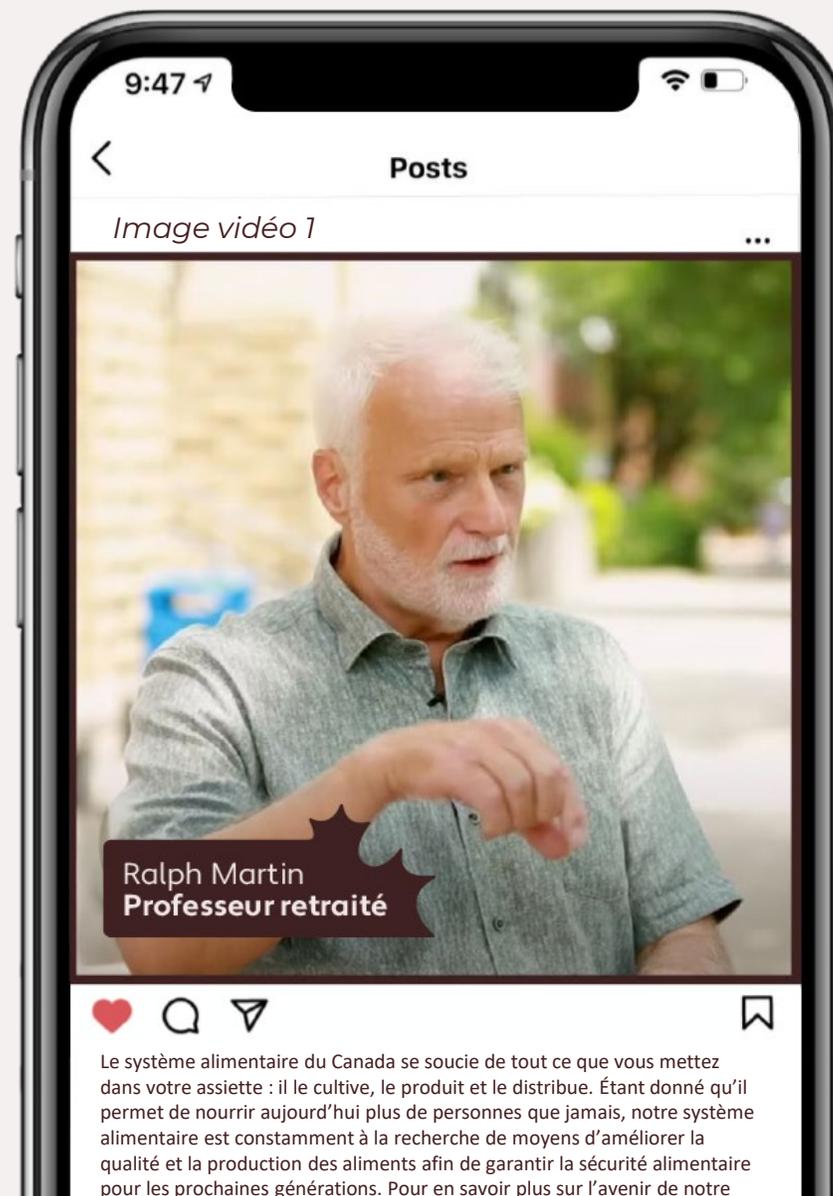
Exemple de publication – Vidéo sur l’avenir de l’alimentation

Texte:

Le système alimentaire du Canada se soucie de tout ce que vous mettez dans votre assiette : il le cultive, le produit et le distribue. Étant donné qu’il permet de nourrir aujourd’hui plus de personnes que jamais, notre système alimentaire est constamment à la recherche de moyens d’améliorer la qualité et la production des aliments afin de garantir la sécurité alimentaire pour les prochaines générations. Pour en savoir plus sur l’avenir de notre alimentation, cliquez sur le lien dans notre biographie.

#NotreAlimentationNotreAvenir

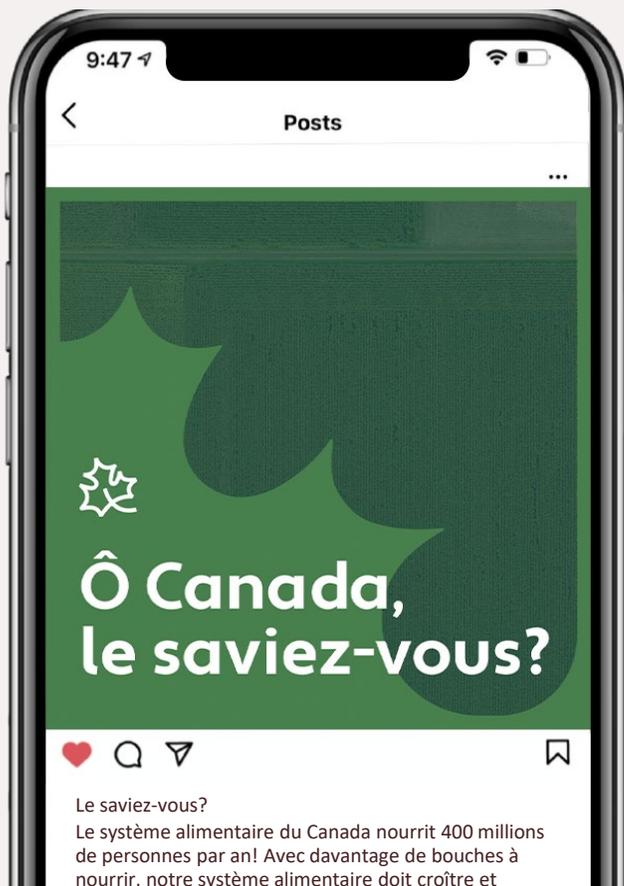
Extrait vidéo de 4:42 à 5:00 : « Il est très important, lorsque nous gérons nos sols, d'utiliser des cultures de couverture, d'ajouter des amendements au sol et d'en prendre soin de manière à augmenter la matière organique du sol, afin qu'il puisse être productif, quelles que soient les situations météorologiques qui se sont produites. » <https://www.youtube.com/watch?v=cS4-TqaYkOc>





Exemple de publication – Participation à la conversation

Nous incluons des articles sur des sujets pertinents pour la population. Ceux-ci pourraient prendre la forme de graphiques, d'explications réelles d'experts ou de séquences vidéo.



Texte:

Le saviez-vous?

Le système alimentaire du Canada nourrit 400 millions de personnes par an! Avec davantage de bouches à nourrir, notre système alimentaire doit croître et évoluer différemment, par exemple, en trouvant le moyen de tirer le meilleur parti de nos terres.

Quels éléments du système alimentaire du Canada aimeriez-vous que nous analysions?

#NotreAlimentationNotreAvenir

Texte sur l'image:

Ô Canada, le saviez-vous?

Un acre de terre peut nourrir X personnes.

C'est X fois plus qu'il y a 10 ans!



frame 2



frame 3



frame 4

**Influence sur
les politiques
et stratégies
médiatiques**

Les 100 premiers jours – Influence sur les politiques

Les 100 premiers jours marqueront le lancement national d'une initiative à long terme visant à positionner le système alimentaire canadien en tant qu'atout national – essentiel à la stabilité économique, la sécurité alimentaire, la robustesse commerciale et l'innovation.

Les efforts en RP tireront parti du dynamisme central généré par l'essor de fierté nationale et de nécessité de recadrer le système agroalimentaire canadien d'une infrastructure délaissée en pilier d'identité et de résilience canadiens.

Stratégie politique

Cette campagne dépasse la simple notion de visibilité en matière de relations publiques. Elle vise plutôt à établir une plateforme nationale pour renforcer le secteur.

Grâce à l'exposition médiatique gagnée, aux médias sociaux non payés et à une docuserie audio centrée sur les personnes, nous allons :

- Raconter des histoires captivantes qui créeront un lien entre les Canadiens et les personnes, les réalisations et la fierté qui sont à la base de leur nourriture
- Positionner le système agroalimentaire canadien comme une composante essentielle, innovante et résiliente de notre quotidien
- Renforcer la voix des partenaires – agriculteurs, transformateurs d'aliments, chercheurs, défenseurs et leaders communautaires – qui s'engagent déjà activement dans leurs tâches
- Façonner le récit entourant le public et les politiques en démontrant comment l'innovation et l'attention permettent d'assurer l'avenir alimentaire du Canada
- Cette campagne ne se contente pas de *parler du* système alimentaire – elle s'exprime *avec* lui

Ensemble, nous cultiverons la confiance, l'engagement et l'influence – une histoire à la fois.

**Promotion
du secteur**

**Une plateforme partagée
pour un impact collectif**



Promotion du secteur

Cette campagne vise à éveiller la sensibilisation – mais aussi à mettre en évidence les efforts déjà déployés à travers le système alimentaire canadien. Nos partenaires ne sont pas des ambassadeurs de notre message – ils *sont* le message même. Nous mettrons en évidence leur travail, raconter leurs histoires, élargir leur public et créer de nouvelles occasions de visibilité, collaboration et impact – grâce à l’engagement du public et à l’influence sur les politiques.

Attirer de nouveaux publics vers vos histoires et vos outils

Nous mettrons en évidence les réalisations déjà accomplies par le secteur :

- Campagne sur les médias sociaux
- Site Web de la campagne (histoires vedettes, fils de nouvelles)
- Docuséries audio
- Histoires dans les médias

Amplification de voix authentiques et dignes de confiance déjà à l’action

En collaboration, nous préparerons :

- Des publications de blogue, des vidéos et des entrevues comarqués
- Des histoires en coulisse sur les exploitations des partenaires
- Des explications d’experts et des perspectives régionales

Croissance de votre public

Nous créerons activement un lien vers vos ressources en :

- Énonçant des appels à l’action (CTA) clairs sur le Web et les médias sociaux
- Histoires optimisées par référencement naturel
- Publiant des contenus mettant de l’avant les partenaires

Visibilité et crédibilité à tous les points de contact

Nous intégrerons la reconnaissance dans les éléments suivants :

- Étiquettes « En collaboration avec/Pour en savoir plus, visitez XX »
 - Sections du site Web pour les partenaires
 - Sorties médiatiques et rapports
- *Croissance de votre public cible*



Promotion du secteur

Une voix collective et non une communication descendante

Les partenaires donneront vie à la campagne grâce à :

- L'apport de comités consultatifs
- La planification de contenu stratégique
- La collaboration en temps réel et des boucles de rétroaction

Appui à la promotion du secteur en rendant les partenaires visibles, crédibles et centraux aux conversations sur les politiques

En collaboration avec nos partenaires, nous concevrons et diffuserons un récit cohérent qui résonnera avec les décideurs politiques en :

- Mettant en avant leurs compétences dans des articles d'opinion, des séances d'information et un rayonnement auprès des parties prenantes
- Mettant en évidence leurs innovations et leadership comme exemples tangibles de l'impact des politiques
- Tirant parti de la dynamique de la campagne médiatique pour renforcer les priorités politiques (si nécessaire)

Assistance aux partenaires pour renforcer leur impact au-delà de leurs réseaux actuels

Pour aider nos partenaires à atteindre de nouveaux publics, collaborateurs et sympathisants, nous :

- Identifierons les médias et chaînes numériques sous-exploités qui raconteront les histoires du secteur
- Tisserons des liens avec de nouvelles parties prenantes et des partenaires potentiels
- Placerons des histoires et des ressources dans des endroits où les partenaires pourraient ne pas avoir accès

Cette campagne est une collaboration avec le secteur, pour le secteur – pour renforcer votre voix, élargir votre portée et rehausser votre rôle en ce qui a trait à la confiance du public et l'influence sur les politiques.

Une voie à double sens – pour rehausser les efforts de chacun

Utilisez l'initiative

Logo, éléments visuels, messages – prêts pour votre matériel

Manifestez votre engagement

« Nous sommes d'accord. C'est important. Voilà ce que nous faisons. »

Bénéficiez d'une visibilité nationale

En accord avec un message que les Canadiens commencent à reconnaître et qui suscite leur confiance

Participez à quelque chose de plus grand

Élevez votre voix en faisant partie d'un mouvement national

Prêt pour le détail et la restauration

Intérêt déjà manifesté

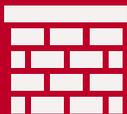
Pas seulement du comarquage – copropriété

Plateforme partagée pour un impact partagé

The logo for "Canada's Food System" features the text "Canada's" in a white, sans-serif font above "Food System" in a larger, bold, white, sans-serif font. To the right of the text is a stylized orange graphic consisting of three curved lines that resemble a leaf or a flame.

A buffet table is shown with various dishes including salads, bread, and cooked meats. A person's hands are visible in the foreground, using a fork to serve themselves from a bowl. The background shows stacks of white plates and more food containers.

**À plus long terme :
L'initiative pierre angulaire**



Solidifier

Objectif stratégique :

Inspirer la fierté et l'engagement du public envers la chaîne de valeur

Mesure

Solidifier les connaissances du public sur le système alimentaire

Parcours des publics

Sensibilisation
Intérêt



Rapprochement

Objectif stratégique :

Transmettre des informations fiables à nos partenaires, aux médias et aux Canadiens

Mettre en évidence le rôle du système alimentaire pour rejoindre les Canadiens et son impact sur leur bien-être

Mesure

Accroître le nombre de Canadiens qui perçoivent le système alimentaire comme valeur fondamentale

Réduire les écarts de perception et augmenter le soutien de la chaîne de valeur

Parcours des publics

Intérêt
Formation d'une identité
Engagement



Promouvoir

Objectif stratégique

Entretenir des liens durables entre le système alimentaire et les Canadiens.

Mesure

Renverser l'indifférence envers le système alimentaire canadien

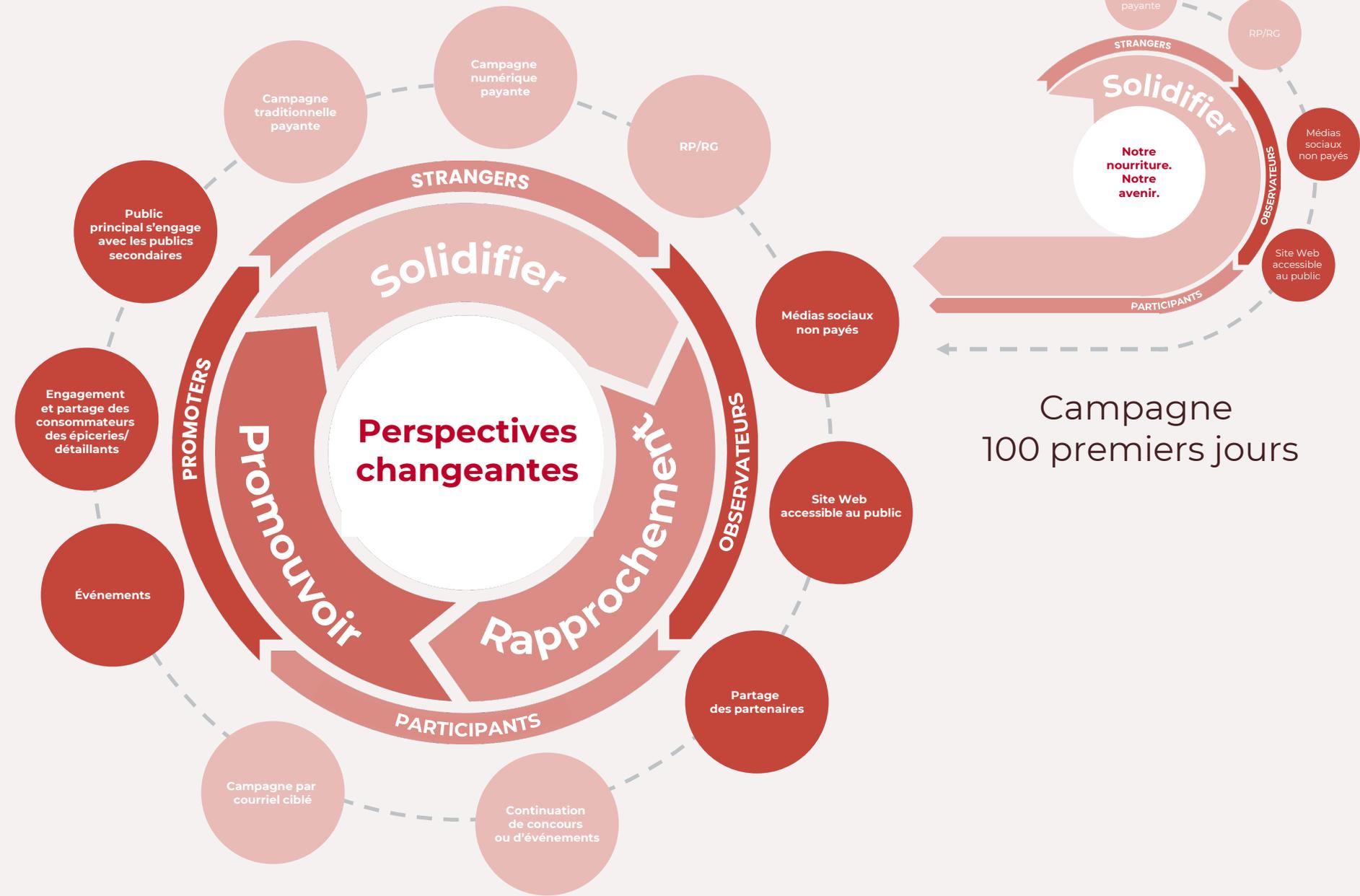
Stimulation de l'engagement du public envers la promotion du système

Parcours des publics

Engagement
Promotion



Cycle stratégique 2025 à 2028



L'initiative pierre angulaire



Stratégie créative

Approche de la campagne : Facile à comprendre, authentique et fièrement canadienne

Présenter des moments reliés à l'alimentation faciles à comprendre pour approfondir la confiance – montrant que, au Canada, la nourriture fait l'objet d'intégrité, de fiabilité et d'attention

Utiliser des symboles canadiens pour célébrer notre fierté nationale et un système agroalimentaire unifié : « *La nourriture du Canada, c'est notre avenir – pour tous.* »

Message et ton

Innovation, intégrité, personnes, mise à l'échelle

Se concentrer sur des histoires vraies, un vocabulaire compréhensible et un ton à la fois conversationnel et professionnel

Encourager les interactions en ligne et un soutien visible

Activation

Principal outil d'interaction : Réseaux sociaux – mais **nous pourrions aller plus loin avec un soutien supplémentaire**

Partager des histoires, des perspectives et du contenu des partenaires afin d'engendrer un rapprochement émotionnel

Aider les Canadiens à se sentir informés, inspirés et fiers d'appuyer leur système agroalimentaire

RP et influence sur les politiques

Cette campagne aide à **façonner l'histoire à raconter au public et aux médias** afin que les décideurs prennent conscience de l'**importance vitale** du système alimentaire.

L'instabilité mondiale met en évidence à quel point nos activités commerciales, notre économie et nos chaînes d'approvisionnement sont essentiels. Grâce à nos efforts en relations publiques stratégiques et en influence sur les politiques, nous :

- **Mettrons l'accent sur l'innovation**, moteur du progrès, de la résilience et de la durabilité
- **Façonnerons les récits publics** qui renforcent la confiance dans le système agroalimentaire
- **Assurerons que le système alimentaire est pris en compte** dans le cadre de décisions politiques et réglementaires clés

En gagnant la confiance du public, nous créerons des conditions propices à l'établissement de **politiques judicieuses visant à protéger, soutenir et faire croître** le système alimentaire canadien.

Influence sur les politiques

Pour que le système alimentaire canadien soit une priorité sur le plan des politiques, nous allierons les voix de confiance, les données et les histoires stratégiques

Histoires stratégiques

Mettre en lumière des résultats concrets – innovation, emplois, durabilité – pour renforcer la crédibilité et la pertinence dans les médias, les séances d'information et le contenu public.

Utiliser la confiance du public en tant qu'outil de politiques

Utiliser les données de la campagne (sondage, engagement, sentiment) pour illustrer le soutien du public envers le rôle que joue le système agroalimentaire dans les priorités nationales.

Rehausser l'innovation des partenaires

Mettre en évidence des études de cas, la recherche et le leadership du secteur comme preuve dans les communications relatives aux politiques.

Rayonnement ciblé

Fournir du matériel de séance d'information, faire des exposés lors d'événements clés et nouer des liens avec les décideurs politiques, aux échelles régionale et fédérale.

Établir la reconnaissance à long terme

Positionner le système agroalimentaire en tant qu'infrastructure critique rattachée à des enjeux préoccupants.

Bureau de conférenciers :

Des voix de confiance, une portée nationale

La campagne lancera un **bureau de conférenciers** pour mettre en évidence des voix crédibles représentant l'ensemble du système alimentaire canadien – intégrer le vécu, l'expertise et la diversité régionale dans les conversations publiques et sur les politiques.

Ce que c'est

Un groupe choisi de porte-paroles – des agriculteurs, des scientifiques, des transformateurs d'aliments, des fabricants, des détaillants et des leaders qui peuvent s'entretenir de sujets importants, comme l'innovation, les impacts réels des politiques, la résilience et la valeur du système agroalimentaire, les perspectives régionales et culturelles, etc.

Comment nous nous en servons

Médias nationaux et régionaux, groupes d'experts/tables rondes/événements, webinaires/balados/articles numériques, citations et histoires dans les contenus

Pourquoi c'est important

Donne de l'authenticité et de la confiance, assure une représentation régionale et sectorielle, aide à conférer un caractère humain aux conversations sur les politiques, appuie l'influence sur les politiques dans son ensemble

Ce n'est pas seulement une voix pour l'initiative – c'est votre voix, qui résonne aux trois côtes.

Comités consultatifs



Comités consultatifs

Comité de l'engagement du public :

- Assure que les activités relatives à l'engagement s'alignent sur les objectifs à long terme de l'initiative, renforçant le message selon lequel le système agroalimentaire s'améliore continuellement pour mieux servir les Canadiens.
- Offre des perspectives sur la manière dont les partenariats externes et les efforts d'engagement du public peuvent s'harmoniser avec la vision stratégique globale, assurant que tous les messages accessibles au public sont clairs et cohérents.
- Maintien toujours la stratégie fondamentale de l'initiative en avant-plan, assurant que les efforts d'engagement du public soutiennent et complètent les discussions sur les politiques.
- Guide les efforts d'engagement du public au niveau stratégique, ce qui assure que les efforts de rayonnement demeurent concentrés, harmonisés et efficaces pour renforcer les priorités de l'initiative.

Comité d'influence sur les politiques :

- Identifie les thèmes et domaines prioritaires clés des politiques, assurant qu'ils reflètent l'engagement de l'initiative en faveur du progrès et de l'innovation continus du système agroalimentaire canadien.
- Assure que les contributions de l'initiative aux discussions sur les politiques demeurent cohérentes avec ses objectifs stratégiques de haut niveau et renforçant son rôle de soutien des prises de décision éclairées et fondées sur des données probantes.
- Aide à harmoniser les efforts d'influence sur les politiques de l'initiative avec d'autres activités d'engagement du public, assurant une approche coordonnée au sein du secteur qui accroît sa crédibilité et son impact.



Comités consultatifs





**Nous avons établi la base.
Maintenant, bâtissons l'avenir.**

Il est temps d'agir

Vous nous avez demandé de lancer une initiative nationale, concertée et centrée sur la recherche. La voilà. Elle est prête.

La stratégie a été élaborée. Le message a été mis à l'épreuve. Elle débute le 15 mai.

Nous allons de l'avant avec les ressources dont nous disposons. Mais ceci pourrait être bien plus puissant.

Il est temps d'agir

Avec plus d'investissements, nous pouvons :

Étendre notre influence – explorer de nouvelles avenues

Cibler d'autres Canadiens

Cibler la prochaine génération de consommateurs

Raconter plus d'histoires

Accroître l'influence sur les politiques

Renforcer l'intégration des partenaires

Approfondir la recherche

Mettre sur pied l'infrastructure nécessaire à la réussite à long terme

Il est temps d'agir

Ceci devient un mouvement lorsque le secteur se présente avec un engagement réel.



Soutien





**Communiquez avec nous maintenant au
systemealimentaire.ca**

**ou envoyez un courriel à
lisa@foodintegrity.ca
pour planifier une réunion.**