



Le système alimentaire du Canada

*Notre alimentation.
Notre avenir.*



De quoi s'agit-il?

Une initiative coordonnée, axée sur la recherche et fondée sur la confiance du public, visant à augmenter la visibilité du système alimentaire.

Au cours de la dernière année, nous avons testé, perfectionné et prouvé que les Canadiens s'engagent dans leur système alimentaire lorsqu'on leur en donne l'occasion.

Aujourd'hui, il ne s'agit pas d'une simple mise à jour, mais d'un moment décisif. La validation du concept est derrière nous.

Maintenant, nous pouvons évoluer ensemble.



Le système alimentaire du Canada : une initiative nationale à l'échelle du secteur



Pourquoi c'est important

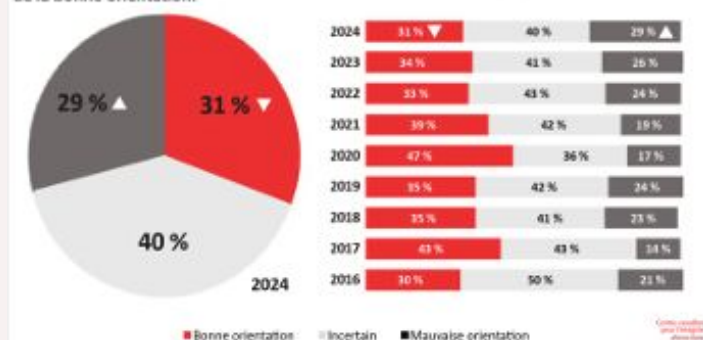
Le système alimentaire canadien est essentiel à notre économie, à nos communautés et à notre identité nationale, mais il fonctionne souvent discrètement en arrière-plan. Notre défi n'est pas la méfiance, mais l'indifférence.

Les Canadiens apprécient les aliments locaux, mais ils prennent rarement conscience de l'ampleur ou de l'importance du système qui se cache derrière. En nous appuyant sur un sentiment fragile mais croissant de confiance et de fierté, nous avons la possibilité de bonifier la visibilité du système alimentaire, apprécié et défendu à l'échelle nationale.



Orientation du système agroalimentaire canadien

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





Le tracé de la campagne de 100 jours



Notre motivation



82% affirment que système alimentaire canadien leur tient à coeur

82% souhaitent en savoir davantage

86% pensent qu'une campagne de ce type renforcerait leur confiance dans le système alimentaire

*source : Ipsos

- ❑ Valider la capacité des Canadiens à passer d'une prise de conscience passive à un engagement actif.
- ❑ Fonder l'approche sur la recherche. Pour nous, la recherche signifie diriger en se basant sur des valeurs, et pas seulement sur des faits.





Nos actions

- ❑ **Campagne multicanale : médias payants, relations publiques, site web, réseaux sociaux et contenu.**
- ❑ **Des comités consultatifs ont assuré l'alignement de l'industrie et la crédibilité de la campagne.**





Des histoires vraies, un véritable engagement

« Un système d'alimentation qui nourrit le Canada tout entier c'est une fierté ! »

— Laurent L., QC



« Ma mère m'a appris à apprécier notre système alimentaire ! Je transmets maintenant cet amour en cuisinant avec mes enfants. »

— Amitoz D., NB



S'alimenter est un besoin naturel ; s'organiser pour une meilleure alimentation est nécessaire.

Rivotiana, QC



« Wow, bravo le Canada ! Je n'avais aucune idée de tout le travail nécessaire pour que la nourriture arrive dans mon épicerie. »

— Tuong L., SK



« Je suis tellement reconnaissant d'avoir accès à des aliments de qualité pour nourrir ma famille, grâce au système alimentaire canadien. »

— Jay A., ON





Les résultats de la campagne de 100 jours

22,9 millions d'impressions sur Facebook par rapport aux 12,4 millions prévus ; YouTube et CTV avec des taux d'achèvement supérieurs aux valeurs de référence.

171 000 sessions sur le site web, 31 000 sessions engagées, 1 813 signatures d'engagement. Nous en sommes maintenant à plus de 250 000 et 2 700 respectivement.

Relations publiques : 376 mentions méritées, y compris sur des plateformes nationales telles que BNN Bloomberg.

Réseaux sociaux : 248 publications, avec l'engagement le plus fort pour le contenu mettant en vedette de « vraies personnes ». L des agriculteurs, des familles et des Canadiens de tous les jours qui donnent vie à notre système alimentaire.

Ce ne sont pas que des chiffres. Ils prouvent que les Canadiens font le choix de soutenir leur système alimentaire. La campagne a prouvé que lorsque nous mettons en avant l'authenticité et les valeurs communes, les gens réagissent.

La preuve que les Canadiens sont prêts à s'engager





La campagne phare : Étendre notre action



La campagne phare

❑ La vision élargie :

- Passer d'un moment de 100 jours à un mouvement national pluriannuel (2025-2028).
- Élever le système alimentaire au rang de pilier de la société, au même titre que les soins de santé et l'éducation.



Objectifs fondamentaux d'ici 2028:

- ❑ Faire passer le « système alimentaire en tant que pilier sociétal » de 35 % à 50%
- ❑ Augmenter le nombre de Canadiens engagés de 3 % à 15 %
- ❑ Faire passer les opinions positives de 45 % à 60 %



Vidéo en vedette



<https://www.youtube.com/watch?v=CWdrfrBvRhA>





Série documentaire audio

<https://www.youtube.com/watch?v=3nD1BMu74u4>





Quelle est la suite?

Stratégie payante

Plan média multicanal: Atteindre les Canadiens là où ils se trouvent

Nous profitons de l'élan initial pour lancer une campagne nationale visant à faire passer les Canadiens de la sensibilisation à la défense des intérêts. La stratégie consistera à :

Passer à l'échelle nationale

Aller au-delà de l'activation initiale pour atteindre les Canadiens d'un océan à l'autre grâce à des médias payants, des canaux numériques et des rencontres en personne.

Célébrer les voix régionales

Présenter des récits et des images variés sur l'alimentation dans toutes les provinces, en utilisant des créations sur mesure qui reflètent l'identité et la pertinence locales.

Établir des liens durables

Favorisez la confiance et la familiarité au fil du temps, en utilisant le storytelling, les relations publiques et un engagement constant pour transformer l'attention en soutien durable.

Notre approche en matière de médias payants permet d'entrer en contact avec les Canadiens dans leur quotidien, grâce à une combinaison diversifiée de plateformes qui correspondent au type de contenu consommé de nos jours.

Diffusion et streaming

Programmes d'actualité et de style de vie à la télévision et sur les plateformes connectées afin de renforcer la notoriété et la confiance.

Hors domicile

Emplacements visibles et incontournables dans les espaces liés à l'alimentation, les épiceries, les restaurants et les zones à forte fréquentation.

Numérique et réseaux sociaux

Récits ciblés sur les plateformes sociales et les sites Web que les Canadiens utilisent déjà, adaptés en fonction de l'âge, de la situation géographique et des centres d'intérêt.

Audio et balados

Des publicités en streaming et en balados qui touchent le public pendant ses trajets quotidiens, ses courses et la préparation des repas.

Contextuel et programmatique

Des emplacements publicitaires intelligents qui s'alignent sur le contenu que les gens lisent, regardent ou recherchent déjà.



Quelle est la suite?

Stratégie organique

Tirer parti des enseignements

À mesure que nous nous développons, nous faisons évoluer notre approche organique afin d'approfondir les liens, d'améliorer la fidélisation et d'offrir une expérience plus cohérente et plus significative sur tous les canaux.

Améliorations apportées au site Web

Nous optimisons le site afin de mieux refléter les intérêts des Canadiens. Cela comprend la mise en avant des contenus les plus performants, la simplification de la navigation et la création d'un parcours plus fluide entre la curiosité et l'action. Les témoignages de nos partenaires seront davantage mis en avant, et les mises à jour apportées à la page d'engagement et aux flux d'atterrissage permettront d'obtenir de meilleurs résultats.

Récits authentiques

En s'appuyant sur ce qui fonctionne déjà - les voix réelles, les moments sans filtre et les contenus en coulisses, on renforce la confiance. Les contributions des partenaires, qu'il s'agisse d'histoires sur les exploitations agricoles ou de coups de projecteur sur les innovations, seront au cœur de cette approche. Nous créons un espace pour les contenus des partenaires qui semblent personnels, humains et auxquels on peut s'identifier.

Calendrier de contenu intégré

Notre nouveau calendrier de contenu sera dynamique et aligné sur l'actualité du système alimentaire. Nous rencontrons régulièrement nos partenaires afin d'identifier des sujets, d'harmoniser les messages et de déterminer quand et comment le contenu sera partagé. Cela garantit un rythme régulier de représentation du secteur et de narration à l'échelle du système.

Boucles de rétroaction du public

Nous mettons en place des outils de rétroaction réguliers, tels que des sondages Instagram, des messages électroniques et des questions sur place, afin de recueillir directement les commentaires de notre public. Ces informations serviront à façonner le développement du contenu, y compris les futurs récits et profils de partenaires.

Fonctionnalités d'engagement sur site

Nous explorons des fonctionnalités interactives, telles que des quiz, des sondages et des mini-enquêtes, afin d'inviter à la participation et d'encourager un engagement plus profond. Ces outils peuvent également être utilisés pour mettre en avant et attirer l'attention sur le contenu des partenaires.

Référencement naturel et découverte de contenu

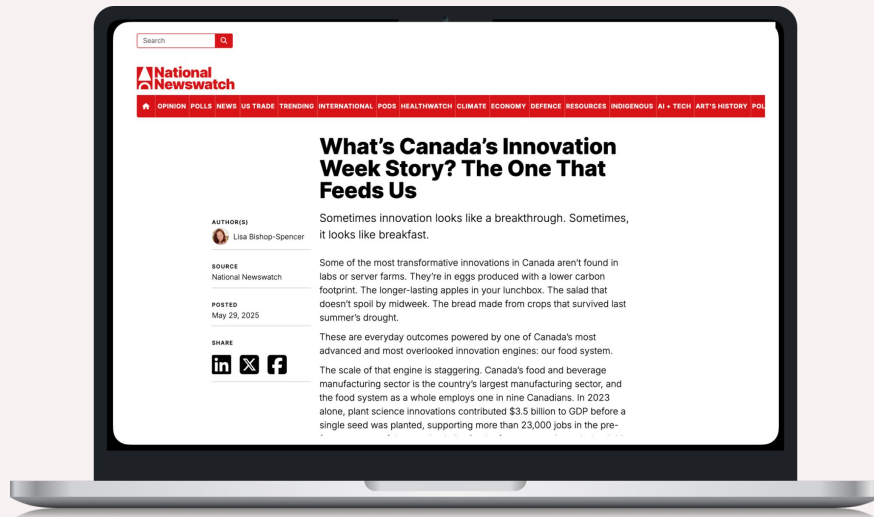
Nous améliorons notre optimisation de recherche et créons davantage de contenu intemporel, notamment des fonctionnalités partenaires qui génèrent un trafic constant au fil du temps et étendent notre portée au-delà des réseaux sociaux.

L'objectif

Passer de la sensibilisation à la connexion, en donnant aux Canadiens davantage de raisons de rester, d'explorer et de s'engager. Et veiller à ce que l'ensemble du système alimentaire, y compris ses acteurs, ses innovations et ses perspectives, soit représenté dans tous les canaux.



Les relations publiques



Les relations publiques comme pilier du récit :

- ❑ Élever les relations publiques au-delà d'un rôle de soutien pour montrer comment elles maintiennent la visibilité et la crédibilité.
- ❑ Souligner le lien entre les médias acquis et les publications de recherche, garantissant ainsi un récit fondé sur des preuves.
- ❑ Mettre en avant le lancement du Bureau des conférenciers afin de présenter aux Canadiens des voix fiables issues de l'ensemble du système alimentaire.





**Pourquoi est-ce important
pour les investisseurs et les
partenaires?**

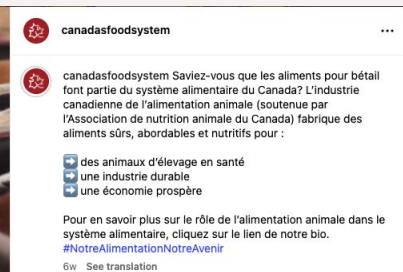
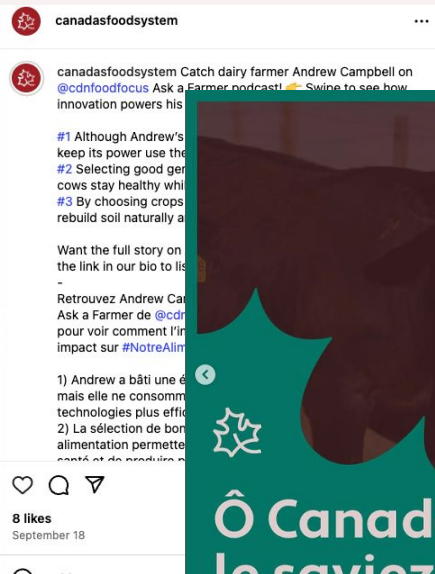
Comment nous amplifions nos partenaires



Un système alimentaire fiable crée un terrain fertile pour la stabilité. Les partenaires bénéficient d'une plateforme plus solide pour l'innovation.



Une étable plus grande,
la même consommation
d'énergie



S'appuyer sur les points forts



Pourquoi cela est-il important pour votre organisation?

- ❑ Innovation
- ❑ Durabilité
- ❑ Main-d'œuvre et talents
- ❑ Comportement des consommateurs
- ❑ Compétitivité mondiale

C'est ça, la gestion responsable.
Améliorer le système alimentaire
canadien protège votre capacité à
fonctionner, renforce vos marchés et
vous positionne comme leaders dans la
construction d'un Canada plus fort.





Une opportunité stratégique

Les Canadiens qui se sentent liés à leur système alimentaire sont plus enclins à soutenir les produits faits au Canada, à dépenser localement et à accorder de l'importance à la qualité et à la sécurité alimentaire. Cela se traduit par des marchés plus solides et une plus grande fidélité.

Cette initiative vous offre une tribune nationale pour vous lever et dire : « Nous faisons partie du système alimentaire canadien. Voici ce que nous faisons. Voici ce en quoi nous croyons. Voici ce que nous apportons. Voici ce dont nous avons besoin ».





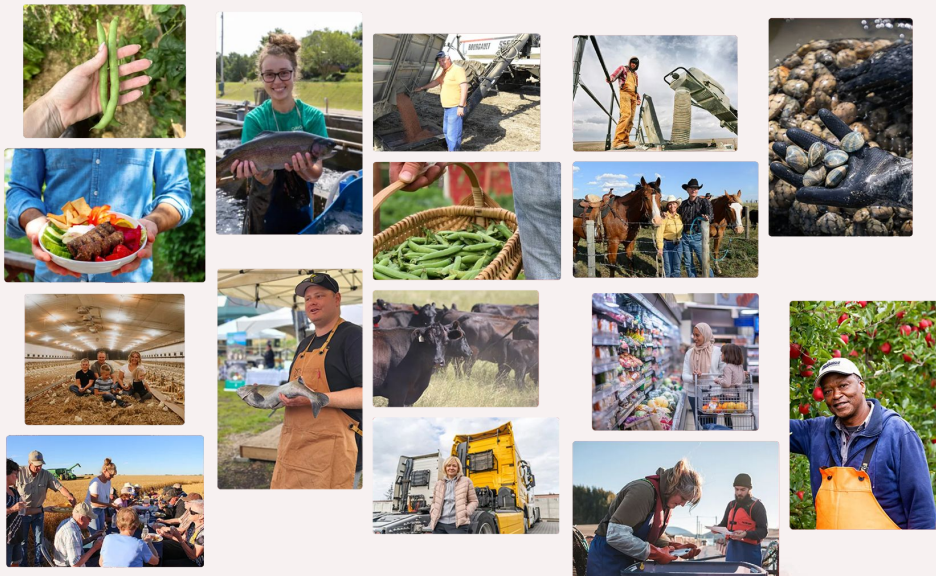
**Une invitation à
rejoindre le mouvement**



Une invitation

Nous vous invitons à vous joindre à ce mouvement de manière concrète:

- ❑ Des partenariats pluriannuels qui assurent la stabilité et nous permettent de planifier et de nous développer en toute confiance.
- ❑ Des possibilités de commandites qui donnent à votre organisation une visibilité et l'alignement sur une cause que les Canadiens sont fiers de soutenir.
- ❑ Des rôles consultatifs qui vous permettent de façonner la stratégie et de vous assurer que la voix de votre secteur est représentée.
- ❑ Les extensions de campagne sont l'occasion pour vos réseaux, vos ressources ou vos plateformes de diffuser le message plus largement.



Rejoignez le mouvement



*Notre alimentation.
Notre avenir.*

Réseaux sociaux

 @canadasfoodsystem

 /canadasfoodsystem

 @cdnfoodsystem.bsky.social

 @cdnfoodsystem

Site web

systemealimentaire.ca
canadasfoodsystem.ca/soutien

E-mail

lisa@foodintegrity.ca