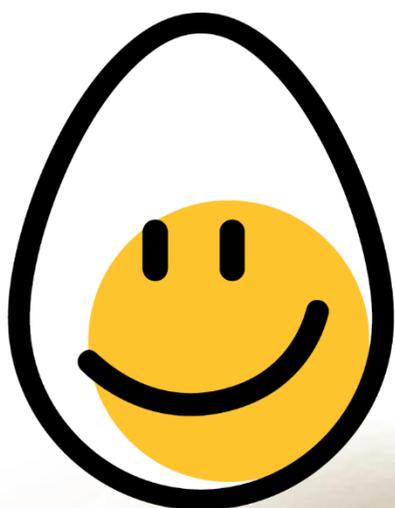


**Egg Farmers of Ontario**  
**Plan d'affaires 2022**  
**Rapport des réalisations**



**get cracking®**  
**Egg Farmers of Ontario**



# ENJEUX PRINCIPAUX

- 1. Promotion d'un système d'établissement de prix équitables à la ferme**
- 2. Gestion de l'offre et répondre à la demande**
- 3. Amélioration des opérations et de la productivité à la ferme**
- 4. Maintien de la confiance des consommateurs**
- 5. Assurance d'une bonne gouvernance et de communications efficaces avec les producteurs**

Les paragraphes suivants décrivent les réalisations basées sur le Plan d'affaires 2022. Chaque objectif, stratégie clé et tactique, tel qu'identifié dans le Plan d'affaires 2022, a été évalué par la direction en termes de réalisation et de progrès globaux.

Les services ont été identifiés au moyen des sigles suivants :

AC = Affaires corporatives

Exec = Exécutif de l'office

FIN = Finances

DG = Directeur général

PIS = Politiques et initiatives stratégiques

OPS = Opérations

AP = Affaires publiques

L'échelle de notation suivante a été utilisée pour évaluer chaque stratégie :

0 - Non réalisée

1 - A faire

2 - En cours

3 - Achevée

## 1. Promotion d'un système d'établissement de prix équitables à la ferme

### OBJECTIFS :

**1.1** Promouvoir auprès de tous les paliers du gouvernement l'établissement de prix équitables à la ferme grâce à un système national stable de gestion de l'offre, ainsi que la réduction de l'impact des accords de libre-échange.

1.1.1 Promouvoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme et ses avantages lors du déjeuner annuel d'omelettes pour les membres du Parlement provincial à l'automne de 2022.

SERV.	Note	Remarques
AP	3	Le 22 <sup>e</sup> déjeuner annuel d'omelettes a eu lieu le 1 <sup>er</sup> novembre et voyait la participation de plus de 84 membres du parlement provincial (y compris 22 ministres) et plus de 90 membres du personnel législatif.

1.1.2 Incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme et ses avantages dans le travail accompli avec le GO4 au palier national et lors du déjeuner annuel d'omelettes sur la Colline au printemps de 2022.

SERV.	Note	Remarques
AP	3	Les avantages des prix équitables à la ferme ont continué d'être promus durant l'événement de la Cantine du centre-ville à l'intention des députés le 9 juin.

1.1.3 Continuer à incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme à l'échelle nationale en collaboration avec les Producteurs d'œufs du Canada et les offices provinciaux/territorial.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	La terminologie de prix équitables à la ferme continue d'être promue en collaboration avec les Producteurs d'œufs du Canada et nos homologues provinciaux/territorial.

1.1.4 Continuer à promouvoir la terminologie de prix équitables à la ferme avec les autres groupes du GO5.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	La terminologie de prix équitables à la ferme demeure une stratégie active en collaboration avec les autres groupes du GO5, par le biais de FarmGate 5.

1.1.5 Inclure la terminologie de prix équitables à la ferme et ses avantages auprès des producteurs et consommateurs, ainsi que dans les éléments de preuve lors des activités de relations gouvernementales (comparutions, notes d'information, etc.) auprès du personnel municipal, régional, provincial et fédéral, ainsi que les représentants élus.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	La terminologie de prix équitables à la ferme et les éléments de preuve continuent d'être intégrés dans toutes les communications destinées aux représentants élus et membres de leur personnel, à la fois par écrit et verbalement.

**1.2** Accroître la compréhension des consommateurs face aux avantages d'un système d'établissement de prix équitables des œufs à la ferme, y compris la salubrité des aliments.

1.2.1 Incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme et des éléments de preuve dans les médias sociaux et les activités et ressources de sensibilisation des consommateurs.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Les messages et éléments de preuve en matière de prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans notre calendrier de contenu des médias sociaux et dans notre documentation, le cas échéant.

1.2.2 Démontrer comment les prix équitables à la ferme soutiennent l’approvisionnement alimentaire intérieur, la salubrité des aliments et l’impact économique aux paliers provincial et fédéral.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	L’impact économique des prix équitables à la ferme a été incorporé dans un message infographique utilisé dans les communications avec les consommateurs et les autorités du gouvernement, ainsi que dans les médias sociaux.

1.2.3 Amplifier la campagne « Si bien ensemble » des Producteurs d’œufs du Canada afin de faire connaître les avantages de prix équitables à la ferme, y compris la salubrité des aliments et la durabilité auprès des consommateurs et des autorités élues.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	La campagne « Si bien ensemble » des Producteurs d’œufs du Canada a été incluse périodiquement tout au long de l’année dans notre calendrier de contenu des médias sociaux.

1.3 Continuer à jouer un rôle de leadership en matière d’élaboration de politiques et de communications en appui aux systèmes national et provincial.

1.3.1 Continuer de faire valoir l’utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme auprès des producteurs d’œufs et éleveurs de poulettes de l’Ontario.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	La terminologie des prix agricoles équitables continue d’être intégrée dans les communications destinées aux producteurs, le cas échéant (p. ex. les notes d’information en vue des élections et les messages clés pour les réunions).

1.3.2 Faire valoir l’importance de prix équitables à la ferme auprès des dirigeants des gouvernements municipaux, régionaux, provincial et fédéral ainsi que tout autre enjeu pour l’industrie, et continuer à développer nos relations avec tous les paliers de gouvernement.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	<p>Suivi des programmes électoraux provinciaux pour déterminer les enjeux d’intérêt pour les producteurs et l’industrie et élaboration de messages clés à l’intention des producteurs pour utilisation dans leurs rencontres avec les candidats provinciaux.</p> <p>Lettres de félicitations adressées à tous les députés élus en juin.</p> <p>Préparation de messages clés et de rapports pour les forums fédéraux-provinciaux de Zone et le processus d’élaboration du programme libéral.</p> <p>Continuer à tenir le gouvernement provincial au courant des enjeux émergents (vidéo sur TikTok, influenza aviaire, HyperEye et Sanofi).</p> <p>Participation à une variété de réunions, y compris le Sommet alimentaire (1<sup>er</sup> mars), la table ronde sur les préparatifs à l’IAHP (24 mars), la table ronde Kody Blois (18 août), réunion des candidats à l’élection municipale de la Fédération de l’agriculture de Perth (4 octobre), la table ronde du ministre de l’Agriculture et des Affaires rurales (7 novembre), la Réception PC (9 novembre) et la séance d’information sur la stratégie Cultiver l’Ontario (24 novembre).</p> <p>Tenue du déjeuner d’omelettes à l’intention des députés provinciaux le 1<sup>er</sup> novembre.</p>

- 1.3.3 Poursuivre notre rôle de leadership dans l'élaboration et la promotion du programme d'Assurance de la qualité des œufs en Ontario.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Les messages du <i>Programme d'assurance de la qualité des œufs</i> ont été intégrés dans notre calendrier mensuel de médias sociaux, incorporés dans du contenu numérique sur notre site Web et dans des vidéos.

## 2. Gérer l'offre et répondre à la demande

### OBJECTIFS :

- 2.1 Répondre aux besoins du marché de l'Ontario avec le plus d'œufs possible produits en Ontario et au Canada, tout en respectant les lignes directrices des Producteurs d'œufs du Canada.

- 2.1.1 Faire rapport sur l'utilisation mensuelle des poules, visant 100 %.

SERV.	Note	Remarques
PIS	3	Un rapport sur l'utilisation a été présenté au Conseil tous les mois en 2022 afin de suivre le taux d'utilisation qui a toujours été près de mais inférieur à 100 %.

- 2.1.2 Fournir des prévisions trimestrielles et une analyse de sensibilité à des fins d'examen par le Conseil et d'une décision concernant l'inventaire de poules.

SERV.	Note	Remarques
PIS	3	Le rapport mensuel sur l'utilisation présenté au Conseil contenait aussi des prévisions sur l'inventaire de poules ainsi qu'une analyse de sensibilité.

- 2.1.3 Mettre en œuvre/maintenir les programmes et(ou) les modifications aux politiques afin de répondre aux obligations nationales de satisfaire les besoins du marché.

SERV.	Note	Remarques
PIS	3	La Egg Farmers of Ontario a utilisé plusieurs outils comme le retrait anticipé des poules/œufs, le contingent spécial pour les besoins temporaires du marché et la retenue des allocations pour répondre aux besoins du marché, le tout en collaboration avec les Producteurs d'œufs du Canada lorsque nécessaire.

- 2.1.4 Examen des besoins d'entreposage et mise en œuvre d'une stratégie optimale pour l'entreposage des excédents.

SERV.	Note	Remarques
PIS	3	Un examen régulier de la situation d'entreposage a été mené au cours de l'année pour accommoder et prévoir les besoins d'entreposage à mesure que le marché subissait plusieurs fluctuations.

- 2.1.5 Examen du processus dans le cas des producteurs qui n'atteignent pas le taux de ponte standard. Le personnel régional de la Egg Farmers of Ontario et(ou) le service d'enquête, à la demande de la Egg Farmers of Ontario, prépare un rapport de suivi auprès des producteurs et de l'industrie et, possiblement, production d'un rapport vétérinaire.

SERV.	Note	Remarques
PIS	1	Bien que cette question soit importante, d'autres enjeux ont eu préséance. Il s'agit donc d'une question qui fera l'objet d'un suivi à court terme.

- 2.2 Améliorer les fonctions et l'exploitation du *Système de transfert des contingents* (STC) et veiller à assurer sa viabilité en ce qui concerne sa transparence et un juste accès pour tous les producteurs.

- 2.2.1 Examen des commentaires des producteurs lors des réunions du comité et du Conseil.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	3	Le Comité de gestion de la production, sur approbation du Conseil, a demandé au personnel de retenir les services d'un consultant pour mener un examen complet du <i>Système de transfert des contingents</i> .

2.2.2 Examen, au minimum annuel, des politiques connexes.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	Le personnel s'affaire à mener un examen complet des politiques pour en améliorer la clarté, la pertinence et la simplicité. Le travail doit être complété dans le premier semestre de 2023.

2.2.3 Susciter les gains d'efficacité en optimisant EFOne pour traiter les transferts familiaux et les soumissions au *Système de transfert des contingents*.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	Le portail des contingents de poudeuses du système EFOne sera élaboré en 2023 pour atteindre cet objectif.

2.2.4 Services d'un consultant pour aider à mener l'examen complet du *Système de transfert des contingents*.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	Lors de sa réunion de décembre 2022, le Conseil se penchera sur la recommandation du Comité de gestion de la production visant les services d'un consultant.

2.3 Revoir et officialiser la stratégie d'amélioration de l'accès aux contingents pour les producteurs de taille plus petite.

2.3.1 Maintenir la réserve de 30 % du STC pour les petits producteurs.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	3	Le mécanisme de réserve des contingents de 70 %/30 % pour accélérer la croissance des petits producteurs a pris fin et a permis d'atteindre les objectifs du programme.

2.4 Améliorer le processus de vérification des troupeaux dans les systèmes de logement alternatifs et explorer diverses technologies en appui à ce processus par le biais du Comité de gestion de la production.

2.4.1 Le service de vérification continuera d'aider celui des opérations dans la vérification des systèmes de logement alternatifs en faisant l'inspection des placements de poussins, poulettes et poules, ainsi qu'une vérification des dossiers. Les inspections seront axées sur les producteurs qui ont une surproduction et des placements excédentaires et se dérouleront de façon opportune après le fait accompli ou tel que recommandé par le Comité de gestion de la production ou le service des continents suite à l'information recueillie via EFOne.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	1	Nous sommes à établir un processus interne pour identifier les critères clés d'une inspection. Aussi, nous sommes à revoir la politique sur le comptage des troupeaux pour assurer qu'elle reflète ce qui se passe sur le terrain.

2.4.2 Le personnel des services des opérations, des contingents et des vérifications travaillera en collaboration pour identifier et planifier les inspections de troupeaux spécifiques, ce qui fera appel à des visites sur les fermes des éleveurs de poulettes, de poudeuses et les couvoirs, le tout en fonction de différents types d'exigences en matière de suivi et d'application et de dotation.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	Les comptages de groupe et en logement enrichi doivent avoir lieu à l'échelle de l'Ontario en 2023.

- 2.4.3 Le système EFOonline assurera l'intégrité des données pour l'analyse du taux de ponte dans le cadre du système de production et le personnel passera en revue les plus récents outils technologiques pour faciliter l'atteinte des objectifs en matière de vérification des troupeaux.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	0	Point de mire actuel sur une approche robuste à l'inclusion des activités quotidiennes dans EFOonline. Les données actuellement disponibles ne sont pas utiles à ce stade dans le cadre du projet. Nous dépendrons du système de gestion des troupeaux pour une à deux années encore.

- 2.4.4 Le personnel se penchera sur les options de dotation (interne et externe) pour compléter le comptage aléatoire des troupeaux dans les systèmes de logement alternatifs.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	Nous sommes sérieusement à court de personnel pour compléter les tâches supplémentaires qui pourraient exiger du travail de jour ou de soirée. Un plan est en place pour du travail de groupe qui se déroulera au cours de l'année.

- 2.4.5 Les données des couvoirs seront revues par le personnel et le Comité de gestion de la production pour les deux principaux couvoirs, et les deux plus petits.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	1	L'examen des données doit débiter à l'hiver 2023. Les permis pour les troupeaux et autres documents réglementaires doivent être traités en premier. Le travail d'élaboration d'un système de rapport plus robuste concernant les abattages est une priorité.

- 2.5 Tenir une base de données à jour des prévisions de la capacité future prévue pour toutes les fermes d'élevage de poulettes et de pondeuses par type de logement.

- 2.5.1 Le personnel poursuivra la mise à jour et le suivi de l'information sur les poulaillers à mesure que les producteurs modifieront leurs systèmes de logement.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	En permanence, sans fin.

- 2.5.2 La Egg Farmers of Ontario travaillera avec les Producteurs d'œufs du Canada afin de conclure une entente sur le mesurage des systèmes de logement à la fois pour les fermes de poulettes et de pondeuses, le tout approuvé par les deux parties.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	3	Les producteurs d'œufs du Canada seront responsables des logements alternatifs et la Egg Farmers of Ontario continuera avec les élevages conventionnels et enrichis. Une entente informelle est en place.

- 2.5.3 Le personnel travaillera avec les producteurs afin de leur rappeler d'aviser la Egg Farmers of Ontario au moins une année avant tout changement prévu au niveau des logements et de la capacité.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	En permanence, sans fin.

- 2.5.4 Le personnel travaillera avec les Producteurs d'œufs du Canada afin de clarifier les exigences et les diverses interprétations du Code, en particulier au sujets des systèmes de logement en volière et en liberté.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	En permanence, sans fin.

**2.6** Collaborer avec le gouvernement fédéral et les intervenants de l'industrie pour veiller à ce que les nouvelles allocations de contingents tarifaires permettent au secteur de gérer l'accès accru de façon harmonieuse et de réduire au minimum les perturbations du marché.

2.6.1 La Egg Farmers of Ontario appuiera les efforts des Producteurs d'œufs du Canada auprès des décideurs du gouvernement aux paliers provincial et national afin d'assurer une allocation optimale et que des changements administratifs résultent des hausses en vertu de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
DG	2	Les messages préparés par les Producteurs d'œufs du Canada à des fins d'utilisation par leurs partenaires provinciaux sont utilisés dans les notes d'information et les discussions avec les dirigeants élus de l'Ontario et les membres de leur personnel.

**2.7** Collaborer avec les Producteurs d'œufs du Canada pour qu'ils prennent des mesures concernant leur capacité de percevoir des redevances de commercialisation sur les produits importés.

2.7.1 La Egg Farmers of Ontario appuiera les efforts des Producteurs d'œufs du Canada auprès des décideurs du gouvernement aux paliers provincial et national afin d'assurer que des redevances de promotion et de recherche, autorisées en vertu des accords commerciaux existants, soient perçues sur les œufs importés.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
GM	2	Les messages préparés par les Producteurs d'œufs du Canada à des fins d'utilisation par leurs partenaires provinciaux sont utilisés dans les notes d'information et les discussions avec les dirigeants élus de l'Ontario et les membres de leur personnel.

**2.8** Poursuivre le travail avec les Producteurs d'œufs du Canada afin d'assurer que la réglementation actuelle en matière d'importation soit mise en œuvre et raffermie pour les produits mélangés (p. ex., les sandwichs de petit déjeuner).

2.8.1 La Egg Farmers of Ontario appuiera les efforts des Producteurs d'œufs du Canada auprès des décideurs du gouvernement aux paliers provincial et national afin d'assurer que la réglementation actuelle sur les produits d'œufs mélangés protège le secteur contre les efforts visant à contourner les tarifs et les problèmes associés à une augmentation de l'accès.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
DG	2	Les messages préparés par les Producteurs d'œufs du Canada à des fins d'utilisation par leurs partenaires provinciaux sont utilisés dans les notes d'information et les discussions avec les dirigeants élus de l'Ontario et les membres de leur personnel.

**2.9** Collaborer avec les Éleveurs de poulettes du Canada et d'autres intervenants provinciaux représentant les intérêts des éleveurs de poulettes de l'Ontario et promouvoir les poulettes élevées en Ontario.

2.9.1 Travailler en collaboration avec les Éleveurs de poulettes du Canada et les intervenants provinciaux pour atteindre les objectifs stipulés dans leur plan stratégique.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
PIS	2	La Egg Farmers of Ontario rencontre régulièrement les Éleveurs de poulettes du Canada et d'autres offices provinciaux de poulettes pour discuter de la

		croissance du secteur, identifier les enjeux et travailler en collaboration à résoudre lesdits enjeux. La Egg Farmers of Ontario appuie actuellement les Éleveurs de poulettes du Canada dans le cadre de leur étude du coût de production des poulettes.
--	--	---

**2.10** Travailler avec les principaux intervenants des industries des œufs et des poulettes pour répondre suffisamment et de façon durable à la demande de production d'œufs de vaccins résultant du partenariat entre Sanofi et le gouvernement qui vise à accroître la capacité de production d'œufs de vaccins en Ontario.

**2.10.1** Le personnel travaillera en étroite collaboration avec Sanofi et les Producteurs d'œufs du Canada pour élaborer une stratégie visant à répondre à cette nouvelle demande pour des œufs fertilisés de haute qualité.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
PIS	2	La Egg Farmers of Ontario entretient un dialogue permanent avec Sanofi, les agences pertinentes du gouvernement, les Producteurs d'œufs du Canada et les intervenants de l'industrie pour assurer que le projet de production d'œufs de vaccins de Sanofi se déroule avec succès sans compromettre les éléments de la gestion de l'offre. La Egg Farmers of Ontario a retenu les services de Enterprise Canada pour élaborer et exécuter une stratégie politique efficace.

**2.11** Collaborer avec les Producteurs d'œufs du Canada dans la révision et la mise à jour de l'Accord fédéral-provincial-territorial.

**2.11.1** Le personnel appuiera le représentant de la Egg Farmers of Ontario auprès des Producteurs d'œufs du Canada en lui fournissant des notes d'information, des analyses et des recommandations qui assureront que les intérêts de la Egg Farmers of Ontario seront pris en compte à l'échelle nationale.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
PIS	2	En mai 2022, la Egg Farmers of Ontario a procédé à une présentation aux Producteurs d'œufs du Canada en appui au renouvellement et à la modernisation de l'Accord fédéral-provincial-territorial. La Egg Farmers of Ontario a collaboré avec la Commission et le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales de l'Ontario pour élaborer sa présentation.

### 3. Amélioration des opérations et de la productivité à la ferme

#### OBJECTIFS :

**3.1** Assurer la conformité à longueur d'année au Programme d'assurance de la qualité des œufs et à d'autres règlements.

**3.1.1** Par le biais des Producteurs d'œufs du Canada, le personnel régional de la Egg Farmers of Ontario continuera de visiter nos producteurs, de faire un suivi des demandes d'action corrective pour administrer les Programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux de sorte à assurer la conformité. Le personnel de la Egg Farmers of Ontario et des Producteurs d'œufs du Canada travaillera et communiquera avec les classificateurs lorsqu'un producteur n'est pas en conformité.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	Deux cas de fermes en non-conformité ont été résolus. Nous sommes à risque avec la charge de travail en 2023. Comme les Producteurs d'œufs du Canada assume la responsabilité du nouveau programme, la Egg Farmers of Ontario

		devra revoir les exigences relatives aux demandes d'action corrective et veiller à se tenir prête à l'interne pour respecter l'horaire des audits.
--	--	--

**3.2** Continuer à améliorer les relations entre les inspecteurs/auditeurs et les producteurs et à susciter une culture d'amélioration continue et cohérente.

3.2.1 Le personnel régional procédera à un examen régulier des programmes et à un audit des interprétations avec les Producteurs d'œufs du Canada afin d'assurer la cohérence des processus d'audit et le suivi des demandes d'action corrective.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	<p>La formation des préposés aux services à la clientèle de la People Management Group est complétée.</p> <p>Les obstacles ont été supprimés dans le bureau et sur le terrain de sorte qu'un travail de collaboration puisse avoir lieu lorsque nécessaire.</p> <p>Le personnel a reçu la directive d'identifier tout ce qui est redondant et qui pourrait devoir être révisé et mis à jour – tests de dépistage de la <i>Salmonella</i> Enteritidis, les feuilles de comptage, les rapports, etc.</p>

**3.3** Travailler avec les Producteurs d'œufs du Canada, les classificateurs et l'Agence canadienne d'inspection des aliments afin d'assurer que des processus robustes soient en place pour faciliter le dépistage de la *Salmonella* Enteritidis.

3.3.1 Le personnel régional de la Egg Farmers of Ontario continuera de travailler avec nos classificateurs et nos producteurs pour coordonner le calendrier des tests de dépistage de la SE et présenter les résultats de tests aux classificateurs dès qu'ils sont reçus.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	Travail avec le cabinet BDO Canada/l'Université de Guelph sur un plan de numérisation de nos tests de <i>Salmonella</i> Enteritidis d'ici la fin de 2023. Des réunions et des séances de planification sont en cours et prévues au calendrier.

3.3.2 Sur approbation, le personnel régional de la Egg Farmers of Ontario et des Producteurs d'œufs du Canada suivront les directives et les recommandations du groupe de travail sur la SE, formé de membres des Producteurs d'œufs du Canada et de l'ACIA, concernant toute modification possible aux protocoles futurs de dépistage de la SE.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	1	Il est prioritaire en 2023 de revoir notre processus de dépistage de la <i>Salmonella</i> Enteritidis et d'identifier toute amélioration possible et d'aligner le tout par rapport aux procédures en cours dans les autres provinces.

**3.4** Assurer une approche robuste à la conformité et aux études afin de maintenir l'intégrité du système de gestion de l'offre.

3.4.1 Le service des vérifications continuera d'investiguer toute infraction aux règlements de la Egg Farmers of Ontario avec accent sur les préoccupations de santé publique, de bien-être animal et toute infraction sérieuse qui mine l'intégrité de la Egg Farmers of Ontario. Le service concentrera ses efforts sur l'acceptation et le suivi de l'information en provenance de toutes les sources disponibles, tout en étant prêt à présenter les preuves et les conclusions au Conseil de la Egg Farmers of Ontario ou à la Cour provinciale de façon opportune.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	Un plan complet a été présenté et sera étudié pour 2023.  La dotation en personnel est un problème critique et sera abordée dans le plan de 2023.

**3.5** Collaborer avec les producteurs et les intervenants de l'industrie afin de cerner et de relever les défis liés à la coordination d'une répartition plus uniforme des volumes et des dates de placement des poules, tout en répondant aux demandes des classificateurs et des consommateurs.

3.5.1 Fournir aux intervenants de l'industrie des analyses régulières sur les placements d'oiseaux et la répartition des contingents, par *semaine repère*.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	1	Une fois que le système EFOOnline aura été complété, les rapports sur ce type de données et les rétropections connexes seront disponibles et pourront être partagés avec les intervenants pertinents de l'industrie.

3.5.2 Optimiser EFOOnline pour accroître la transparence et améliorer les analyses relatives au mouvement des oiseaux.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	Ce but fait partie des objectifs du système EFOOnline.

**3.6** Rationaliser et simplifier les opérations à la ferme et améliorer l'efficacité opérationnelle interne et la productivité par la mise en œuvre de EFOOnline.

3.6.1 Mise en œuvre de la phase trois de EFOOnline et planifier la phase quatre.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	Le système EFOOnline est toujours en évolution. Une grande partie de l'année 2022 a été consacrée à mener une étude détaillée du projet pour refléter la vision d'origine qui consiste à assurer qu'il soit toujours pertinent et axé sur la vision à long terme de la Egg Farmers of Ontario. Plusieurs ajustements ont été mis en œuvre et entreront en vigueur avec les résultats de l'examen, y compris la fonction « Demande à la direction » qui rationalise le mécanisme de réponse en temps opportun aux questions et requêtes des utilisateurs. L'équipe a aussi commencé à tenir des groupes de discussion pour solliciter les commentaires et la rétroaction des utilisateurs avec, comme objectif, d'améliorer l'ensemble du système.

3.6.2 Tenue de groupes de discussion trimestriellement pour solliciter les commentaires des producteurs et de l'industrie.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
PIS	2	La planification va bon train pour optimiser les groupes de discussion avec les producteurs et intervenants de l'industrie dans le but d'améliorer le système.

**3.7** Travailler avec les Producteurs d'œufs du Canada pour assurer une interprétation claire des normes et des détails de mise en œuvre du Code de pratiques.

3.7.1 Le personnel de la EFO travaillera avec les Producteurs d'œufs du Canada pour assurer une compréhension claire des interprétations et des dates d'entrée en vigueur (12 mois après la prise des décisions par les Producteurs d'œufs du Canada) et intégrer cette information dans nos programmes.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	Prêts pour le lancement du Programme de soins aux animaux, y compris les cartables, la formation et les communications.  Tout au cours de 2022, travail avec le personnel des opérations des Producteurs d'œufs du Canada pour nous assurer d'être sur la bonne voie.

### 3.8 Maintenir en tout temps des pratiques de biosécurité à la ferme solides et cohérentes.

#### 3.8.1 Promouvoir la biosécurité et les procédures d'intervention d'urgence auprès des producteurs.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	Le service des OPS maintient une approche cohérente à la biosécurité à l'année longue et considère qu'il ne doit pas y avoir de relâchement.  Un examen complet est prévu pour 2023 afin d'assurer que nous sommes au fait des tendances et normes de l'industrie. Nous ajusterons notre tir au besoin.

#### 3.8.2 Le personnel travaillera en respectant des mesures de biosécurité accrues en tout temps.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	2	Le service des OPS maintient une approche cohérente à la biosécurité à l'année longue et considère qu'il ne doit pas y avoir de relâchement.  Un examen complet est prévu pour 2023 afin d'assurer que nous sommes au fait des tendances et normes de l'industrie. Nous ajusterons notre tir au besoin.

#### 3.8.3 Le personnel régional suivra les protocoles liés à la COVID-19 au moment de visiter les fermes. Le personnel ne visitera pas un producteur qui a connu un cas positif de COVID-19 avant au moins 14 jours après que le cas aura été enrayeré.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
OPS	3	Complété.

#### 3.8.4 La Egg Farmers of Ontario travaillera avec le Feather Board Command Centre en matière de communication lorsqu'une maladie ou une urgence est déclarée pour les producteurs ou l'industrie, le cas échéant.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	Tout au cours de l'année, la Egg Farmers of Ontario a appuyé le travail du Feather Board Command Centre dans ses efforts de communication avec les producteurs et l'industrie relativement aux manifestations d'influenza aviaire et de laryngotrachéite infectieuse.

### 3.9 Veiller à ce que le secteur avicole ait un plan solide d'intervention en cas de maladies ou d'urgences, une capacité adéquate et des processus d'atténuation.

#### 3.9.1 Maintien du *Plan de gestion des cas d'urgence* de la Egg Farmers of Ontario afin d'assurer qu'il soit à jour et aligné par rapport au plan du Feather Board Command Centre.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	Le <i>Plan de gestion des cas d'urgence</i> de la Egg Farmers of Ontario a été mis à jour à deux reprises en 2022 afin de refléter les modifications apportées au sein de l'organisation ainsi qu'au Feather Board Command Centre.

3.9.2 Élaborer et exécuter un examen interservices et une simulation de notre *Plan de gestion des cas d'urgence*.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	1	En raison des ressources limitées, cette activité a été reportée à 2023.

3.9.3 Participation active continue du personnel au Feather Board Command Centre.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS / AP	2	Tout au cours de l'année, la Egg Farmers of Ontario a appuyé le travail du Feather Board Command Centre à répondre aux manifestations d'influenza aviaire et de laryngotrachéite infectieuse dans le cadre d'activités opérationnelles, de soutien et de communication.

3.9.4 Veiller à ce que le personnel de la Egg Farmers of Ontario participe à la formation aux niveaux 100, 200 et 300 du Système de gestion des incidents en appui à notre capacité d'intervention dans les cas d'urgence, le nouveau personnel étant formé lorsqu'il y a lieu.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	3	Complété.

3.9.5 Tenir une séance d'information détaillée sur la réponse de la Egg Farmers of Ontario à la COVID-19.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
GM	1	Cela doit avoir lieu en 2023.

**3.10** Stimuler l'innovation et l'amélioration continue des soins aux animaux, de la gestion à la ferme et de la qualité des œufs en appuyant et en investissant dans la recherche.

3.10.1 Poursuivre la contribution annuelle de la Egg Farmers of Ontario à la Livestock Research Innovation Corporation afin de promouvoir la recherche avicole. La Livestock Research Innovation Corporation continuera de présenter des propositions de recherche au Comité de la recherche de la Egg Farmers of Ontario.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	Travail avec l'Université de Guelph et ses programmes de recherche/ag/P. Eng. qui seront mutuellement bénéfiques bien que la relation en soit actuellement à ses débuts seulement.  Travail avec le Comité de la recherche et d'innovation de la Egg Farmers of Ontario pour améliorer le processus de demande et l'efficacité générale du comité.

**3.11** Appui à la recherche et l'innovation par le remaniement de l'installation de recherche Arkell.

3.11.1 Travail avec la Livestock Research Innovation Corporation et d'autres offices avicoles en appui au remaniement de l'installation de recherche Arkell.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	En date du T3, le projet en cours est toujours au stade de financement.

**3.12** Étudier les options qui pourraient permettre au milieu ovicole d'avoir accès et de connaître les ressources en matière de bien-être et de santé mentale.

3.12.1 Poursuivre la sensibilisation à des ressources à jour en santé mentale et en bien-être pour les producteurs d'œufs et les éleveurs de poulettes.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	Nous avons continué de promouvoir les ressources en santé mentale de la Fédération de l'agriculture de l'Ontario dans le cadre d'articles parus dans la <i>Cacasseuse</i> et sur notre site Web.

### 3.12.2 Collaboration avec la Grove Youth Wellness Hubs pour exécuter notre partenariat de 5 ans à compter de 2022.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	Le partenariat avec la Grove Youth Wellness Hubs a débuté en janvier 2022 et a vu la participation aux ouvertures de sites, la participation des producteurs aux classes culinaires internes, la fourniture d'articles de cuisine et d'autres ressources, ainsi qu'une représentation dans les médias sociaux.

## 4. Maintien de la confiance des consommateurs

### OBJECTIFS :

**4.1** Un plus grand nombre de consommateurs choisissent quotidiennement des œufs de l'Ontario.

**4.1.1** Stimuler la demande pour les œufs en faisant la promotion de la valeur nutritive et fonctionnelle des œufs auprès des consommateurs, professionnels de la santé et intervenants des services alimentaires et institutionnels.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	<p>Optimisation de la page micro-moments destinée aux consommateurs et mettant en vedette un nouveau contenu (recettes, FAQ, activités, etc.) tous les mois.</p> <p>Présentation de 2 nouvelles familles (Arthur et Leroux) dans le cadre de la campagne 2022 de Vrais producteurs. De vrais œufs. (VPVO) en utilisant un mélange de médias numériques et traditionnels. La campagne traditionnelle a été exécutée en deux volets, soit en juin et octobre, et incluait des babillards numériques, des bannières mobiles et des messages radiodiffusés pour un total de 214 041 992 impressions. La campagne des médias sociaux et des vidéos a totalisé approximativement 74 435 790 impressions en 2022.</p> <p>Nous avons retenu les services de Michelle Jaelin, Andrea D'Ambrosio et Nicole Osinga, diététistes professionnelles, pour les activités de sensibilisation à la nutrition, y compris des messages télédiffusés et dans les médias sociaux.</p> <p>Nous avons commandité la série de conférenciers virtuels de l'Ontario Home Economics Association (26 octobre, 10 novembre, 3 décembre) pour assurer la visibilité des œufs auprès de ce groupe de professionnels.</p> <p>Nous avons fait la promotion de la ressource <i>Meal Plan Like a Pro</i> (Planification des repas comme un pro) auprès des professionnels de la santé et des consommateurs.</p> <p>Nous avons continué à accorder une place de choix aux œufs dans notre stratégie de médias sociaux et ce, trois fois par semaine.</p> <p>En mars nous avons commandité trois classes culinaires pour les aînés à faible revenu en collaboration avec le Yee Hong Centre.</p> <p>Nous avons participé à la campagne Fortinos' <i>Pick Ontario First</i>, y compris un publiereportage et des annonces numériques.</p>

	<p>Pour célébrer la Journée mondiale de l'œuf, la Egg Farmers of Ontario a lancé deux microsites (un pour les consommateurs et un pour les éducateurs) afin de mettre en vedette des recettes, des faits concernant les œufs et des profils de producteurs. La sensibilisation était appuyée par des messages télédiffusés, des publiereportages, imprimés, des influenceurs en ligne et les médias sociaux, y compris le lancement de contenu sur TikTok.</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a communiqué avec les professionnels de la nutrition par sa commandite de la Royal Agricultural Winter Fair et le Forum sur la nutrition.</p> <p>Nous avons continué de promouvoir le contenu destiné aux services alimentaires par notre portail <i>Egg Chef</i>.</p> <p>Nous avons exécuté la promotion <i>Egg Masters</i> à l'intention des exploitants de services alimentaires, résultant en la participation de 25 restaurants et 963 611 impressions durant la campagne.</p> <p>Nous avons poursuivi nos discussions avec le secteur des soins de santé pour une présence accrue des œufs sur les menus des établissements institutionnels et de soins de longue durée.</p> <p>Dans le cadre de notre partenariat pluriannuel avec le Collège Algonquin, un contenu numérique a été élaboré et partagé par les étudiants en art culinaire et des cuiseurs d'œufs micro-ondes ont été distribués à tous les étudiants de première année.</p> <p>Nous avons optimisé nos partenariats avec les athlètes olympiques et paralympiques Team Homan, Lois Betteridge, Valerie Grenier et Tyler McGregor afin de montrer comment les œufs alimentent leur succès athlétique.</p>
--	---

4.1.2 [Élaborer et exécuter des stratégies en appui à l'utilisation accrue des œufs pour toutes les occasions de repas en prenant soin qu'elles cadrent avec la campagne « des œufs n'importe quand » des Producteurs d'œufs du Canada.](#)

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	3	<p>Nous avons créé 12 nouvelles recettes en 2022, l'accent étant porté sur les différents moments de la journée, différents thèmes et goûts variés. Ces recettes ont été présentées dans plus de 55 publiereportages et dans 10 segments télédiffusés au cours de l'année.</p> <p>Nous avons participé à la campagne Fortinos' <i>Pick Ontario First</i>, y compris un publiereportage et des annonces numériques.</p> <p>Nous avons retenu les services de Michelle Jaelin, Andrea D'Ambrosio et Nicole Osinga, diététistes professionnelles, pour les activités de sensibilisation à la nutrition dans le cadre desquelles elles ont montré des façons d'incorporer les œufs dans tout repas pour en rehausser l'impact nutritionnel.</p> <p>En mars nous avons commandité trois classes culinaires pour les aînés à faible revenu en collaboration avec le Yee Hong Centre.</p> <p>Nous avons travaillé avec des influenceurs en ligne à cinq reprises (Pâques, la Local Food Week (semaine de l'alimentation locale), le retour à l'école, la Journée mondiale de l'œuf et Noël) afin de faire valoir la polyvalence des œufs pour tous les repas.</p>

		Dans le cadre de nos efforts de sensibilisation à la Journée mondiale de l'œuf, des recettes pour tout moment dans la journée en appui à une variété de cuisines internationales ont été mises en vedette sur notre microsite.
--	--	--

4.1.3 Develop 12 new egg recipes to be included in our recipe bank program that promotes the versatility of eggs and supports incremental usage at multiple meal occasions.

SERV.	Note	Remarques
AP	3	Nous avons créé 12 nouvelles recettes en 2022, l'accent étant porté sur les différents moments de la journée, différents thèmes et goûts variés. Elles ont été mises en vedette dans plus de 55 publiereportages (dans des magazines comme <i>House &amp; Home</i> , <i>City Parent</i> , <i>Chatelaine</i> , <i>Canada's Food and Drink</i> , <i>Foodism</i> , <i>Global Heroes</i> , <i>edible</i> , <i>Elle Gourmet</i> et <i>Food &amp; Drink</i> ) ainsi que dans 10 segments télévisés sur CHCH Morning Live, CTV Kitchener, Global Kingston, CTV Ottawa, Global Morning Kingston et Breakfast Television au cours de l'année. Elles ont aussi été incluses dans notre plateforme de recettes et dans les médias sociaux.

4.1.4 Poursuivre l'élaboration et l'exécution d'une stratégie robuste en engageante dans tous les réseaux de médias sociaux et portant sur la polyvalence des œufs.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	La Egg Farmers of Ontario a continué de peaufiner sa stratégie de médias sociaux en réponse aux préférences des consommateurs, aux niveaux d'engagement et aux tendances dans les médias sociaux. Nous avons continué à faire valoir les œufs dans notre stratégie de médias sociaux trois fois par semaine à l'aide de contenu axé sur la polyvalence, l'abordabilité et la valeur nutritive des œufs.  Les impressions découlant des annonces payées dans les médias sociaux et les vidéos sont estimées à 74 435 790 pour 2022.  Nous avons aussi optimisé nos partenariats avec Team Homan, l'Association de hockey mineur de l'Ontario et <i>Rocks &amp; Rings</i> afin d'utiliser leurs publics pour aider à promouvoir notre concours #Eastertree et les activités relatives à la Journée mondiale de l'œuf.

4.1.5 Développement de partenariats avec les influenceurs culinaires pour optimiser la polyvalence des œufs.

SERV.	Note	Remarques
AP	3	Les services d'influenceurs en ligne ont été retenus à cinq reprises (Pâques, la Local Food Week (semaine de l'alimentation locale, le retour à l'école, la Journée mondiale de l'œuf et Noël), afin de faire valoir la polyvalence des œufs pour tous les repas auprès de leurs publics.

4.1.6 Optimisation de nos partenariats avec les athlètes et influenceurs pour positionner les œufs comme un aliment santé naturel.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Nous avons optimisé nos partenariats avec les athlètes olympiques et paralympiques Team Homan, Lois Betteridge, Valerie Grenier et Tyler McGregor afin de montrer comment les œufs alimentent leur succès athlétique.

4.2 Continuer de respecter des normes de calibre mondial en matière de salubrité des aliments et de bien-être des animaux.

- 4.2.1 Poursuivre notre travail auprès des consommateurs pour démontrer nos programmes de salubrité des aliments et de soins aux animaux qui sont mis en application par les producteurs d'œufs et les éleveurs de poulettes de l'Ontario, le tout dans le cadre de nos activités de sensibilisation et de médias sociaux.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Nous avons présenté, quatre fois par mois, du contenu spécialisé dans le cadre de notre stratégie de médias sociaux, l'accent étant porté spécifiquement sur les soins aux animaux et la salubrité des aliments.  Nous avons utilisé la fonction Your Egg Questions (Vos questions au sujet des œufs) sur notre site Web afin de discuter de nos programmes avec les consommateurs par le biais de contenu payé et organique.

- 4.2.2 Poursuivre notre travail avec nos partenaires des secteurs du détail, des services alimentaires et institutionnels afin de promouvoir l'application du programme d'assurance de la qualité des œufs, le tout coordonné avec les classificateurs, les transformateurs et les Producteurs d'œufs du Canada.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Nous avons discuté avec les exploitants de services alimentaires et les distributeurs lors de la foire de Restaurants Canada afin de leur expliquer le logo Assurance de la qualité des œufs et ce que cela signifie.  Nous avons conclu un partenariat avec Tim Hortons pour le lancement de leur campagne « Déjeuner en tout temps » mettant en vedette le logo AQO. Cela incluait la création du segment « Rise and Shine » avec le chef Tallis et mettant en vedette Tonya Haverkamp.

- 4.2.3 Accroître la confiance et la sensibilisation des consommateurs à l'endroit du programme d'Assurance de la qualité des œufs en déployant des efforts stratégiques de marketing et des messages dans une variété de réseaux médiatiques.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Nous avons inclus du contenu sur l'Assurance de la qualité des œufs dans notre stratégie de médias sociaux et notre documentation au besoin.  Nous avons créé de nouvelles bannières utilisées en appui au programme d'assurance de la qualité des œufs lors d'événements divers.

- 4.3 Accroître la confiance du public en faisant la promotion d'une image positive des familles de producteurs d'œufs et d'éleveurs de poulettes.

- 4.3.1 Mettre en œuvre des stratégies de sensibilisation qui maintiennent et rehaussent la confiance à l'endroit des producteurs et des œufs.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Quatre fois par mois, nous avons présenté des articles dans les médias sociaux concernant les initiatives communautaires de la Egg Farmers of Ontario.  La Egg Farmers of Ontario a aussi commandité trois volets de <i>Fields to Forks</i> – soit en août/septembre sur les marchés de London et Toronto et en octobre/novembre sur le marché d'Ottawa. Ces volets comportaient des éléments de publicité télévisuelle, radiophonique et numérique.  Pour célébrer la Journée mondiale de l'œuf, la Egg Farmers of Ontario a lancé deux microsites (un pour les consommateurs et un pour les éducateurs) afin de

		<p>mettre en vedette des recettes, des faits concernant les œufs et des profils de producteurs. La sensibilisation était appuyée par des messages télédiffusés, des publiereportages, imprimés, des influenceurs en ligne et les médias sociaux, y compris le lancement de contenu sur TikTok.</p> <p>Nous avons participé à la campagne Fortinos' <i>Pick Ontario First</i>, y compris un publiereportage et des annonces numériques.</p> <p>Utilisant les remorques éducatives, la Egg Farmers of Ontario a participé à l'exposition nationale canadienne, la Western Fair, au Championnat international de labour, et à la Royal Agricultural Winter Fair. Les producteurs des Zones ont aussi participé à quatre foires locales additionnelles.</p> <p>Nous avons participé à trois activités de Breakfast From the Farm de Farm and Food Care le 4 juin aux terrains d'exposition de Paris, le 27 août à la Elora Grand Raceway et, enfin, le 8 octobre aux terrains de l'exposition de Milton à titre de commanditaire de niveau Guardian.</p> <p>Nous avons collaboré avec l'Ontario Produce Marketing Association, les Producteurs de haricots de l'Ontario, les Éleveurs de dindon de l'Ontario et les Éleveurs de veaux de l'Ontario afin de partager nos messages e promouvoir #LoveOntFood lors de la Local Food Week (semaine de l'alimentation locale) du 6 au 10 juin.</p>
--	--	---

4.3.2 [Peaufiner davantage et exécuter le programme de la campagne \*De vrais producteurs. De vrais œufs.\*](#)

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	<p>Présentation de 2 nouvelles familles (Arthur et Leroux) aux consommateurs de l'Ontario en 2022 en utilisant un mélange de médias numériques et traditionnels. La campagne traditionnelle a été exécutée en deux volets, soit en juin et octobre, et incluait des babillards numériques, des bannières mobiles et des messages radiodiffusés pour un total de 214 041 992 impressions.</p> <p>L'utilisation accrue de contenu vidéo a aussi été incluse, résultant en 74 435 790 impressions avec publicités payantes dans les médias sociaux et les vidéos en continu.</p>

4.3.3 [Continuer à développer et à exécuter une stratégie de médias sociaux stimulante dans tous les réseaux et portant sur les producteurs d'œufs et les éleveurs de poulettes de l'Ontario.](#)

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	<p>La Egg Farmers of Ontario a continué de peaufiner sa stratégie de médias sociaux en réponse aux préférences des consommateurs, aux niveaux d'engagement et aux tendances dans les médias sociaux.</p> <p>Les détails suivants d'engagement ont été réalisés en 2022 :            Facebook : hausse de 11,1 % dans le nombre d'abonnés; hausse de 36,5 % dans les engagements sur Instagram : hausse de 7 % dans les abonnés; hausse de 62,1 % dans les engagements sur Twitter : hausse de 22 % dans les abonnés; hausse de 11,5 % dans les engagements.</p>

4.3.4 [Poursuivre la recherche de nouvelles occasions de créer de solides rapports entre les familles productrices d'œufs et d'élevage de poulettes et leurs collectivités.](#)

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AP	2	<p>Le programme 2022 de commandite de zone (150 000 \$) a été utilisé pour soutenir une variété d'initiatives locales et à la base dans toute la province, avec des activités présentées chaque mois dans la <i>Cacasseuse</i>.</p>

		<p>Articles dans les médias sociaux concernant les commandites de la Egg Farmers of Ontario quatre fois par mois.</p> <p>Commandite du Congrès de l’Ontario Association of Agricultural Societies.</p> <p>Commandite du Championnat de curling U21 hommes et femmes à Stratford (mars) et les Jeux d’été du Canada (août).</p> <p>Exécution du Championnat inaugural de l’OMHA #RedHats (mars-avril).</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a accru son concours #EasterTreeContest pour encourager l’Ontario à décorer des arbres d’œufs et courir la chance de gagner un prix, y compris le lancement de la catégorie de concours Learning Tree (arbre des connaissances) dans les écoles et en classe.</p> <p>Distribution de ressources pour 55 événements divers au cours de l’année.</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a aussi commandité trois volets de <i>Fields to Forks</i> – soit en août/septembre sur les marchés de London et Toronto et en octobre/novembre sur le marché d’Ottawa. Ces volets comportaient des éléments de publicité télévisuelle, radiophonique et numérique</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a continué de diriger le programme de commandite de présentation de <i>Rocks &amp; Rings</i>, en collaboration avec un certain nombre d’autres offices provinciaux des œufs.</p> <p>Partenariat avec Diabète Canada pour le parrainage des tournois de golf de la Flamme de l’espoir dans toute la province et de leur événement virtuel <i>Lace Up</i> en septembre.</p>
--	--	---

4.3.5 [Maintien de la « section des Zones » dans le bulletin la \*Cacasseuse\* afin de partager et d’optimiser le succès des initiatives locales.](#)

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Présentation continue des initiatives des Zones dans la <i>Cacasseuse</i> .

4.3.6 [Poursuivre le développement et l’exécution du programme éducatif en classe afin d’établir une relation entre les étudiants et les producteurs d’œufs et leur expliquer comment les œufs vont de la ferme à la table.](#)

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Avec l’embauche d’un coordonnateur des programmes éducatifs à la fin de juin 2022, le travail visant à combler les lacunes en éducation a été complété, ainsi qu’une analyse de contexte et un examen des programmes. Les éléments des programmes ont été mis au point et nous sommes en train de finaliser comment ils seront exécutés ainsi que le contenu et les ressources connexes.

4.4 Examiner les occasions de travailler avec d’autres organisations du secteur agricole sur des communications complètes relativement à l’alimentation afin d’accroître la confiance publique des consommateurs.

4.4.1 [Poursuivre nos partenariats avec d’autres secteurs, Farm and Food Care et le Centre canadien pour l’intégrité des aliments sur les initiatives multisectorielles communes \(comme le Déjeuner à la ferme, la Local Food Week \(Semaine de l’alimentation locale\) la Semaine de l’agriculture en Ontario, etc.\).](#)

SERV.	Note	Remarques
AP	2	Collaboration avec Ginseng Ontario pour l’élaboration de recettes et Ontario Beans dans le cadre d’une promotion croisée.

		<p>Commandite du Congrès de l'Ontario Association of Agricultural Societies Convention et participation à l'événement avec présentation d'une petite exposition.</p> <p>Appui aux participants à la campagne <i>Faces Behind Food</i> dans les médias sociaux mettant en vedette Sara Laver (Zone 8) et Gary West (Zone 6).</p> <p>Participation au Déjeuner à la ferme comme commanditaire de niveau Guardian le 4 juin (Paris), le 27 août (Elora) et le 8 octobre (Milton). Les événements de Elora et Milton mettaient aussi en vedette notre remorque éducative.</p> <p>Participation à la campagne <i>Pick Ontario First</i> avec d'autres organisations sectorielles de l'Ontario.</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a uni ses efforts à ceux de Bœuf Canada, la Grain Farmers of Ontario et Mushrooms Canada pour présenter le Forum sur l'alimentation et la nutrition lors de la Royal Agricultural Winter Fair à l'intention des professionnels de la santé.</p> <p>Collaboration avec l'Ontario Produce Marketing Association, les Producteurs de haricots de l'Ontario, les Éleveurs de dindon de l'Ontario et les Éleveurs de veaux de l'Ontario afin de partager les messages et promouvoir #LoveOntFood durant la Local Food Week (semaine de l'alimentation locale) du 6 au 10 juin.</p>
--	--	--

4.4.2 Continuer à chercher des occasions d'alignement avec des initiatives qui font la promotion de la confiance publique auprès des consommateurs.

SERV.	Note	Remarques
AP	2	<p>Participation au Déjeuner à la ferme comme commanditaire de niveau Guardian le 4 juin (Paris), le 27 août (Elora) et le 8 octobre (Milton). Les événements de Elora et Milton mettaient aussi en vedette notre remorque éducative.</p> <p>Appui aux participants à la campagne <i>Faces Behind Food</i> dans les médias sociaux mettant en vedette Sara Laver (Zone 8) et Gary West (Zone 6).</p> <p>La Egg Farmers of Ontario a accru son concours #EasterTreeContest pour encourager l'Ontario à décorer des arbres d'œufs et courir la chance de gagner un prix, y compris le lancement de la catégorie de concours Learning Tree (arbre des connaissances) dans les écoles et en classe.</p>

4.5 Démontrer l'engagement de la Egg Farmers of Ontario à l'endroit de la responsabilité sociale et la durabilité.

4.5.1 Exécuter la troisième année du partenariat triennal avec Nutrition des élèves de l'Ontario en accordant chaque année un montant de 75 000 \$ en subventions.

SERV.	Note	Remarques
AP	3	75 000 \$ d'œufs et d'équipement nécessaire pour servir des œufs ont été distribués dans les 14 organismes responsables des programmes de nutrition dans les écoles. Ce partenariat comprenait également la distribution de matériel éducatif à toutes les écoles participantes.

4.5.2 Continuer à soutenir le *Programme de dons d'œufs* à Feed Ontario en donnant chaque année une valeur de 250 000 \$ en œufs

SERV.	Note	Remarques
AP	3	250 000 \$ d'œufs ont été donnés à Feed Ontario en 2022.

4.5.3 Continuer à démontrer notre engagement en matière de responsabilité sociale en soutenant les activités des Zones à même le Fonds de commandite des Zones.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Exécution du programme de commandite des Zones en 2022, un montant de 150 000 étant remis aux Zones en appui à une variété d'initiatives locales et aux paliers de base à l'échelle de la province, des activités étant mentionnées tous les mois dans la <i>Cacasseuse</i> .

#### 4.5.4 [Entreprendre des activités de recherche en appui à la durabilité des fermes.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
OPS	2	Le Comité de la recherche a repris ses activités et acceptera de nouvelles demandes de licences pour 2023. Plusieurs nouveaux projets ont été présentés et seront dirigés au comité à des fins de considération.

#### 4.5.5 [Continuer à présenter nos initiatives de responsabilité sociale et de durabilité dans nos réseaux de médias sociaux.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Des messages sur la responsabilité sociale ont été inclus tous les mois dans notre calendrier de contenu, des messages sur la durabilité étant ajoutés vers la fin de 2022.

### 4.6 [Accroître les connaissances sur les pratiques agricoles et les systèmes de logement durables de sorte que les consommateurs fassent des choix bien avisés.](#)

#### 4.6.1 [Continuer à élaborer des ressources de sensibilisation \(imprimées et numériques\) mettant en vedette la durabilité et comment les producteurs d'œufs et les éleveurs de poulettes de l'Ontario appuient les choix à la consommation à même les divers systèmes de logement.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Présentation d'articles dans les médias sociaux sur la durabilité et les soins aux animaux de la Egg Farmers of Ontario quatre fois par mois.

#### 4.6.2 [Continuer à porter l'information sur la durabilité, l'innovation, les soins aux poules et les systèmes de logement à notre calendrier annuel de contenu destiné aux médias sociaux.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Les messages sur la durabilité, les soins aux animaux et les choix à la consommation sont inclus dans un pilier principal de notre calendrier de contenu, des messages appropriés étant diffusés chaque semaine.

#### 4.6.3 [Incorporer les messages sur la durabilité dans les ressources éducatives à des fins d'utilisation en classe, ainsi que dans les programmes de sensibilisation.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Les messages sur la durabilité ont été identifiés comme un élément à inclure dans le programme d'éducation en classe.

## 5. Assurance d'une bonne gouvernance et de communications efficaces avec les producteurs

---

### OBJECTIFS :

#### 5.1 [Maintien de communications efficaces avec les producteurs par une amélioration continue.](#)

##### 5.1.1 [Continuer à offrir la formation médiatique et d'ambassadeur au besoin.](#)

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	1	En raison des ressources limitées en dotation, cela n'a pas été réalisé en 2022 mais demeure au programme pour le début de 2023.

5.1.2 Continuer à offrir aux producteurs de multiples occasions pour faire valoir leurs commentaires et faire connaître le processus aux producteurs.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AC	2	Des commentaires ont été reçus régulièrement lors de diverses réunions virtuelles et en personne durant l'année, y compris : les élections annuelles des Zones (janvier/février), l'Assemblée générale annuelle (juin), la séance d'information à l'intention des producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes (juin), les réunions d'été (juillet/août) et l'Atelier à l'intention des producteurs (novembre).  Les producteurs sont encouragés à faire valoir leurs commentaires lors des réunions régulières; nous continuerons d'examiner des façons d'évaluer et d'améliorer nos communications.

5.2 Améliorer continuellement l'efficacité du Conseil.

5.2.1 Élaborer un programme pluriannuel de formation en gouvernance à l'intention du Conseil d'administration et investiguer la possibilité d'inclure des occasions de formation pour les conseillers/délégués.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	2	Le module 3 (introspection sur l'industrie) s'est déroulé en même temps que l'Assemblée générale annuelle pour les producteurs.  Les modules 4 et 5 sur la gouvernance financière ont eu lieu en août et en octobre à l'intention du Conseil d'administration.  Le contenu de modules additionnels dans l'année 3 est en cours de préparation.

5.2.2 Achèvement des modules 3 et 4 du programme de gouvernance en leadership et du module d'introspection sur l'industrie à l'intention des conseillers et délégués.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AP	3	Élaboration et lancement du module 3 (introspection sur l'industrie) à l'intention des producteurs.  Élaboration et exécution des modules 4 et 5 (gouvernance financière I et II) à l'intention du Conseil d'administration.

5.2.3 Effectuer un examen annuel du rendement du directeur général et amorcer le processus d'évaluation du Conseil.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AC	3	L'évaluation annuelle du Conseil a été menée par le People Management Group en novembre/décembre.

5.2.4 Effectuer un examen annuel de la Politique de gouvernance de la Egg Farmers of Ontario.

<i>SERV.</i>	<i>Note</i>	<i>Remarques</i>
AC	3	Examen en novembre et achèvement à la réunion de décembre du Conseil.

**5.3** Revoir chaque année le mandat, les politiques de gouvernance et les plans de travail de chaque comité du Conseil.

5.3.1 À revoir par chacun des comités du Conseil lors de leur première réunion, les recommandations étant présentées à la prochaine réunion régulière du Conseil d'administration à des fins d'approbation officielle.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AC	2	Les mandats des comités suivants ont été examinés et approuvés : Comité exécutif, Comité des finances, Comité du secteur des poulettes, Comité de gestion de la production, Comité des affaires publiques, Comité de la recherche et de l'innovation. L'examen du mandat du Comité de vérification doit avoir lieu dans le T1 de 2023.

**5.4** Continuer de recueillir régulièrement les commentaires des producteurs lors des réunions de Zone, régionales et générales tenues à leur intention.

5.4.1 Impliquer activement les producteurs dans le processus de planification stratégique.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AC	2	Des commentaires ont été recueillis lors de la séance de discussion en table ronde durant l'atelier de novembre. Les producteurs participeront à des réunions régionales dans le T1 de 2023 et nous recevrons alors leurs commentaires qui aideront à déterminer l'orientation future de la Egg Farmers of Ontario.

5.4.2 Continuer à tenir des séances publiques et des occasions de poser des questions lors de l'Assemblée générale annuelle et l'Atelier à l'intention des producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes de sorte que les producteurs puissent exprimer leurs idées, faire valoir leurs commentaires et offrir leurs suggestions.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AC	2	Les commentaires et les questions des producteurs et de l'industrie ont été encouragés par le biais de sessions publiques, de questions-réponses et de chats lors de diverses réunions virtuelles et en personne tenues tout au long de l'année, notamment : les élections annuelles des Zones (janvier/février), l'AGA (juin), la séance d'information à l'intention des producteurs d'œufs et des éleveurs de poulettes (juin), les réunions d'été (juillet/août) et l'Atelier des producteurs d'œufs et des éleveurs de poulettes (novembre).

5.4.3 Poursuivre la présentation des rapports des réunions et des Zones lors des réunions mensuelles du Conseil de sorte que les administrateurs puissent exprimer leurs idées, poser des questions et offrir les suggestions de leurs Zones respectives.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AC	2	Ce point demeure à l'ordre du jour des réunions du Conseil d'administration.

**5.5** Continuer d'offrir des services et des ressources en français, le cas échéant.

5.5.1 Maintenir les services en français lors de l'Assemblée générale annuelle, l'Atelier à l'intention des producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes, les élections de la Zone 10 et les réunions d'été.

<b>SERV.</b>	<b>Note</b>	<b>Remarques</b>
AC	3	Des services en français ont été offerts.

5.5.2 Continuer à fournir les politiques, la documentation en vue des réunions et les bulletins mensuels en français.

SERV.	Note	Remarques
AC	3	Complété.

5.5.3 Veiller à ce que la connaissance du français soit une considération clé au moment d'engager du personnel à n'importe quel poste.

SERV.	Note	Remarques
AC	2	La connaissance du français est une considération clé dans le processus d'embauche; un nouveau membre du personnel bilingue a été engagé au service des affaires publiques.

5.6 Continuer de coordonner des consultations régulières, au besoin, avec le *Comité consultatif de l'industrie des œufs*, la Commission de commercialisation des produits agricoles et les intervenants et partenaires de l'industrie afin de maintenir et d'améliorer les occasions de participation et les relations de travail.

5.6.1 Travailler avec la Commission de commercialisation des produits agricoles pour tenir des réunions annuelles du *Comité consultatif de l'industrie des œufs*. Continuer à convoquer des réunions ad hoc additionnelles avec les sous-comités d'intervenants de l'industrie sur des enjeux spécifiques et nos partenaires lorsque nécessaire pour discuter de toute question émergente.

SERV.	Note	Remarques
DG	2	La Commission n'a pas prévu de réunion du <i>Comité consultatif de l'industrie des œufs</i> en 2022. En juin, les représentants de la Commission ont assisté à une réunion du secteur des poulettes pour discuter des droits d'élevage des poulettes en 2023 et d'autres questions liées aux poulettes.

5.7 Évaluer, sur une base annuelle, le rôle et les services des membres du Conseil d'administration de la Egg Farmers of Ontario représentant les intérêts des producteurs d'œufs de l'Ontario auprès des Conseils d'administration des Producteurs d'œufs du Canada, des Éleveurs de poulettes du Canada et d'autres intervenants (p. ex. le Conseil de l'industrie avicole, la Fédération de l'agriculture de l'Ontario, Farm & Food Care, etc.).

5.7.1 Les représentants de la Egg Farmers of Ontario auprès de différents Conseils (Producteurs d'œufs du Canada, Farm and Food Care Ontario, Fédération de l'agriculture de l'Ontario, Conseil de l'industrie avicole et les Éleveurs de poulettes du Canada) seront élus annuellement lors de la réunion d'avril du Conseil d'administration.

SERV.	Note	Remarques
AC	3	Complété en avril 2022.

5.7.2 Au besoin, les représentants élus de la Egg Farmers of Ontario assisteront aux réunions de leurs Conseils respectifs (Producteurs d'œufs du Canada, Farm and Food Care Ontario, Fédération de l'agriculture de l'Ontario, Conseil de l'industrie avicole et les Éleveurs de poulettes du Canada) et présenteront des rapports réguliers lors des réunions mensuelles du Conseil d'administration.

SERV.	Note	Remarques
DG	2	Les représentants des administrateurs de la Egg Farmers of Ontario participent à des réunions régulières avec les Conseils d'administration respectifs et des rapports continus sont fournis lors des réunions mensuelles du Conseil. En outre, des représentants des Producteurs d'œufs du Canada, de la Livestock Research Innovation Corporation et de Farm & Food Care Ontario ont assisté aux réunions du Conseil d'administration de février, mai et septembre respectivement pour présenter des mises à jour supplémentaires.