



Plan stratégique

pour l'industrie canadienne du poulet

2019 – 2023

Le poulet canadien :

la protéine préférée et digne de confiance des consommateurs





Vision

Le poulet canadien :

la protéine préférée et digne de confiance
des consommateurs.

Mission

Diriger et faire croître une industrie canadienne du
poulet durable, tout en renforçant la confiance des
Canadiens et en créant de la valeur pour eux.

POULET.CA
PRODUCTEURSDEPOULET.CA



Contenu

4 AMBITION STRATÉGIQUE

PRIORITÉS STRATÉGIQUES

6 RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS UN – CONFIANCE
DES CONSOMMATEURS

8 RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS DEUX – COLLABORATION

11 RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS TROIS – SYSTÈME DE
GESTION DE L'OFFRE

15 RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS QUATRE – DÉVELOPPEMENT DURABLE

21 RÉSULTATS STRATÉGIQUES CLÉS CINQ – CONSOMMATION

À propos de nous

Les Producteurs de poulet du Canada représentent les 2 800 producteurs de poulet d'un bout à l'autre du pays et veillent à ce que le poulet qui est servi aux Canadiens soit sécuritaire et délicieux, et élevé selon les normes les plus rigoureuses.



Ambition stratégique

Au cours des cinq dernières années, l'industrie canadienne du poulet et les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont connu de grandes réussites. La croissance de la consommation, le nouveau système d'allocation, le travail réalisé pour réduire les importations frauduleuses, la création de la marque et les programmes de salubrité des aliments et de soins aux animaux ne sont que quelques-uns des exemples de l'excellent travail accompli.

Cependant, malgré l'importance des réussites du passé, il reste encore du travail à faire pour relever les défis auxquels l'industrie fait face et continuer à définir l'orientation des PPC et de l'industrie.

L'ambition stratégique donne le ton au plan quinquennal et rend les objectifs optimaux atteignables par l'industrie. Elle fournit l'énergie et l'orientation nécessaires à l'atteinte des résultats stratégiques clés.



Externe

- » Conviction chez les Canadiens que le poulet est une source de protéines saine et salubre et qu'il est élevé par des producteurs dignes de leur confiance
- » Vaste soutien et reconnaissance par les consommateurs, le commerce de détail et les services alimentaires de la marque *Élevé par un producteur canadien*
- » Programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux normalisés et fondés sur la science dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, des programmes reconnus par le gouvernement, transparents, et soutenus par les consommateurs, les producteurs et la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Soutien manifeste du gouvernement à l'égard de la gestion de l'offre et de ses trois piliers (contrôle des importations, planification de la production et fixation des prix à la production)
- » Croissance durable et rentable – hausse de la consommation
- » Promotion de la vérité à propos de notre industrie, neutralisant ainsi l'impact des tactiques déployées par les activistes véganes

Interne

- » Profonde compréhension, dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, des désirs et attentes des consommateurs
- » Processus d'allocation basé sur des faits entraînant une plus grande harmonisation de l'industrie
- » Efforts de défense des intérêts et de lobbying en vue de développer des valeurs communes au sein des PPC, avec l'appui d'une chaîne de valeur de l'industrie du poulet engagée et collaborative
- » Élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques d'importance pour la médecine humaine
- » Collaboration dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Pratiques agricoles et de la chaîne de valeur durables et respectueuses de l'environnement
- » Engagement de l'industrie envers l'innovation au moyen de l'amélioration continue et de la recherche et du développement

Résultats
stratégiques clés

Un

Confiance des consommateurs

Objectif :

Faire en sorte d'être le fournisseur canadien de protéines le plus digne de confiance.

Contexte :

Les consommateurs croiront et sauront que les producteurs et les PPC sont des sources fiables d'information et que les pratiques de la chaîne de valeur et de l'industrie canadiennes du poulet sont saines. Les consommateurs croiront que les PPC et la chaîne de valeur de l'industrie adoptent les meilleures pratiques en matière de soins et de bien-être des animaux, de salubrité des aliments et de développement durable.

Ébauche de stratégies :

- » Programme de soins aux animaux reconnu
- » Programme de salubrité – gestion des pathogènes – utilisation des antimicrobiens
- » Les consommateurs font confiance aux producteurs – bâtir cette confiance encore davantage
- » Déboulonnage des mythes
- » Audit/normes



Objectif 1 : Faire en sorte que les consommateurs aiment les producteurs de poulet canadiens

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Mener des recherches pour comprendre les valeurs des consommateurs
- » Promouvoir et démontrer le fait que les producteurs de poulet possèdent les mêmes valeurs que les consommateurs canadiens
- » Les initiatives miseront sur des messages fondés sur les valeurs communes – p. ex. soins des animaux, environnement
- » Encourager la transparence de la production du poulet
- » Harmoniser la stratégie de marque, là où possible, afin que les consommateurs associent la marque aux producteurs
- » Harmoniser la marque avec la salubrité des aliments, le bien-être animal et le développement durable
- » Veiller à ce que, lorsqu'approprié, la chaîne de valeur de l'industrie milite en faveur du poulet et défende les intérêts des producteurs de poulet
- » Accroître la transparence de la production du poulet au moyen d'audits par un tiers, de bilans, de pratiques et de politiques
- » Continuer d'examiner la possibilité d'associations complémentaires, comme Natation Canada et les banques alimentaires

Objectif 2 : Exposer et déboulonner les mythes

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Cibler les mythes courants au sujet du poulet
- » Véhiculer le vrai message et déboulonner les mythes entourant le poulet
- » Prendre des mesures pour interdire la mention des hormones et des stéroïdes dans l'étiquetage de produits de poulet

Résultats
stratégiques clés

Deux

Collaboration

Objectif :

Collaboration significative avec les intervenants afin de parvenir à une harmonisation quant aux questions d'intérêt mutuel.

Contexte :

1. Gagner la confiance de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
2. Reconnaître la nécessité d'unir la chaîne de valeur de l'industrie du poulet autour des possibilités, des innovations et des défis, du point de vue de la chaîne de valeur
3. Communiquer et mettre en œuvre des stratégies coordonnées et unifiées au sein de l'industrie

Ébauche de stratégies :

- » Déterminer et résoudre ensemble les problèmes communs
- » Assurer une collaboration fructueuse :
 - Au niveau des comités des PPC
 - Au niveau des offices provinciaux/des PPC
 - Au niveau du gouvernement/des PPC
 - Au niveau de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet/des PPC
 - Au niveau des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada/des PPC

Objectifs :

- 1. Accroître la collaboration – offices provinciaux**
- 2. Accroître la collaboration – gouvernement**
- 3. Accroître la collaboration – chaîne de valeur de l'industrie du poulet**

Objectif 1 : Accroître la collaboration – offices provinciaux

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Consulter les offices provinciaux pour la gestion de tous les enjeux pertinents
- » Rencontrer annuellement tous les offices provinciaux
- » Communiquer le plan stratégique à toutes les provinces chaque année afin que les plans des provinces puissent compléter les initiatives des PPC
- » Veiller à ce qu'il y ait un dialogue continu avec le personnel des offices provinciaux
- » Tenter de compléter et de soutenir les orientations stratégiques des offices provinciaux
- » Harmoniser et coordonner les stratégies de communication avec les offices provinciaux
- » Collaborer avec les offices provinciaux dans le cadre de toutes les initiatives fédérales/territoriales/provinciales
- » Offrir du soutien aux offices provinciaux dans leurs initiatives et stratégies de relations gouvernementales



Objectif 2 : Accroître la collaboration – gouvernement/organismes de contrôle

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Consulter, pour aborder tous les enjeux, le Conseil des produits agricoles du Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'Agence canadienne d'inspection des aliments, Affaires mondiales Canada, Santé Canada, l'Agence des services frontaliers du Canada et le ministère des Finances Canada
- » Transmettre le plan stratégique au Conseil des produits agricoles du Canada et, lorsqu'approprié, à d'autres organismes ou ministères gouvernementaux afin que les plans de ces organismes complètent les initiatives des PPC
- » Veiller à ce qu'il y ait un dialogue continu avec les représentants des organismes ou ministères

Objectif 3 : Accroître la collaboration – chaîne de valeur

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Consulter, pour aborder tous les enjeux, les membres de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet (transformateurs primaires, surtransformateurs, détaillants, services alimentaires, Producteurs d'œufs d'incubation du Canada, autres organismes du secteur de l'agriculture, Fédération canadienne de l'agriculture, GO-4, GO-5, Fédération canadienne des couvoirs, Association canadienne des médecins vétérinaires, entreprises de moulée, groupes de consommateurs, groupes de protection des animaux, etc.)
- » Communiquer annuellement, lorsqu'approprié, le plan stratégique aux associations de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet afin que les plans de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet puissent compléter les initiatives des PPC et vice versa, dans le but de maximiser l'impact
- » Veiller à ce qu'il y ait un dialogue continu avec le personnel des organisations de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Harmoniser et coordonner les stratégies de communication, lorsqu'approprié, avec la chaîne de valeur de l'industrie du poulet



Résultats
stratégiques clés

Trois

Système de gestion de l'offre

Objectif :

Accroître la flexibilité et l'efficacité du système de gestion de l'offre tout en préservant son intégrité.

Contexte :

1. Efficacité du système national d'allocation afin de répondre aux besoins du marché
2. Grande confiance du public et de la sphère politique
3. Maintien de l'intégrité des trois piliers de la gestion de l'offre, en reconnaissant que les PPC exercent leurs activités dans un cadre où il y a partage des pouvoirs réglementaires entre le fédéral et le provincial
4. Flexibilité et transparence

Ébauche de stratégies :

- » Maintenir le contrôle des importations
- » Maintenir un système d'allocation efficace
- » Améliorer continuellement le système d'allocation pour répondre à la demande des consommateurs
- » Communiquer avec le gouvernement et influencer ses décisions concernant les politiques
- » Mener des efforts de relations publiques.



Objectifs :

- 1. Continuer d'assurer l'intégrité du pilier de contrôle des importations du système de gestion de l'offre du poulet**
- 2. Améliorer l'efficacité du système d'allocation**
- 3. Obtenir la confiance de la sphère politique et le soutien du public envers les producteurs de poulet canadiens et les avantages de la gestion de l'offre**
- 4. Réagir efficacement aux changements dans les marchés**
- 5. Faire en sorte que les négociations commerciales n'entraînent pas une hausse de l'accès aux importations**

Objectif 1 : Continuer d'assurer l'intégrité du pilier de contrôle des importations du système de gestion de l'offre du poulet

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Poursuivre activement les efforts du gouvernement et de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet en vue d'arrêter et de prévenir la perturbation de la chaîne de valeur de l'industrie canadienne du poulet causée par les importations de poules de réforme, le Programme d'exonération des droits et les mélanges définis de spécialité (règle de 13 %)
- » Maintenir un dialogue constant avec le gouvernement et les fonctionnaires sur les questions liées au contrôle des importations, notamment :
 - Affaires mondiales Canada – administration des contingents tarifaires
 - Agriculture et Agroalimentaire Canada – leadership quant aux politiques et information sur le marché
 - Finances – définitions et traitement tarifaire
 - Agence des services frontaliers du Canada – détermination de la classification et mise en application
 - ACIA – inspection et application
- » Plaider auprès du gouvernement en faveur de changements/modifications pour un programme efficace d'importations additionnelles en cas de pénuries sur le marché



Objectif 2 : Améliorer l'efficacité du système d'allocation

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Élaborer un ensemble convenu de facteurs fondés sur les faits pour déterminer les allocations à court terme
- » Travailler avec le personnel des offices provinciaux et de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet afin de cibler des données clés pour l'établissement de l'allocation

Objectif 3 : Obtenir la confiance de la sphère politique et le soutien du public envers les producteurs de poulet canadiens et les avantages de la gestion de l'offre

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Coordonner les stratégies de relations publiques et gouvernementales pour promouvoir la pertinence et les avantages de l'industrie canadienne du poulet
- » En collaboration avec la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, faire valoir et comprendre aux politiciens et fonctionnaires les réalités et l'intérêt pour le Canada d'un système typiquement canadien pour la production de poulet
- » Mener des efforts de lobbying auprès du gouvernement pour exiger que tout le poulet importé soit élevé et produit selon nos normes
- » Travailler avec les offices provinciaux et la chaîne de valeur de l'industrie du poulet pour intervenir auprès du gouvernement afin d'obtenir son appui à l'égard de la gestion de l'offre

Établir des relations avec d'autres importants groupes nationaux de producteurs spécialisés.



Objectif 4 : Réagir efficacement aux changements dans les marchés

Initiative – Les PPC feront ce qui suit :

- » Déterminer, avec l'aide de leurs partenaires de la chaîne de valeur de l'industrie, si des changements doivent être apportés au système d'allocation pour promouvoir/faciliter la croissance, notamment dans les marchés innovants, émergents et de spécialité
- » Apporter des changements au système d'allocation au besoin pour promouvoir/faciliter la croissance

Objectif 5 : Faire en sorte que les négociations commerciales n'entraînent pas une hausse de l'accès aux importations

Initiative – Les PPC feront ce qui suit :

- » Viser une approche gouvernementale intégrée quant aux contrôles efficaces des importations
- » Continuer, en collaboration avec les autres intervenants, d'influencer les négociations commerciales
- » Engager un dialogue avec le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux sur les négociations commerciales multilatérales, régionales et bilatérales pour s'assurer que le système de la gestion de l'offre est préservé et que le volume des importations est réduit



Développement durable

Objectif :

Faire progresser une chaîne de valeur de l'industrie du poulet durable au Canada.

Contexte :

1. Social : Programme de salubrité des aliments à la ferme, Programme de soins aux animaux et utilisation des antimicrobiens/résistance aux antimicrobiens
2. Environnemental
3. Économique
4. Innovation
5. Gouvernance efficace

Ébauche de stratégies :

- » Pratiques agricoles et de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet durables et respectueuses de l'environnement
- » Économique – groupe de producteurs sain et en croissance
- » Mise en place de pratiques de gestion des risques

Objectifs :

- 1. Social – Maintenir un leadership dans l'établissement et la mise en œuvre de pratiques de gestion fondées sur la science qui tiennent compte des valeurs et des perceptions communes des Canadiens concernant la santé publique et les soins aux animaux**
- 2. Environnemental – Améliorer la performance environnementale globale de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet**
- 3. Économique – Continuer à chercher des moyens de créer de la valeur pour les producteurs, les transformateurs, les surtransformateurs, les détaillants et les services alimentaires.**
- 4. Amélioration continue**
- 5. Gouvernance renforcée au sein des PPC**

Objectif 1 : Social – Maintenir un leadership dans l'établissement et la mise en œuvre de pratiques de gestion fondées sur la science qui tiennent compte des valeurs et des perceptions communes des Canadiens concernant la santé publique et les soins aux animaux

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Maintenir leur position de chef de file reconnu en matière de salubrité des aliments à la ferme :
 - Communiquer proactivement pour s'assurer que les consommateurs et le gouvernement connaissent les mesures prises concernant la salubrité des aliments et la biosécurité





- Maintenir la cohérence dans la mise en œuvre et le respect du Programme de salubrité des aliments à la ferme 100 % obligatoire dans l'ensemble des provinces
- Travailler avec le gouvernement et d'autres secteurs en vue de promouvoir le modèle du Programme de salubrité des aliments à la ferme à l'échelle nationale
- Numériser les éléments du Programme de salubrité des aliments à la ferme afin de faciliter leur utilisation par les producteurs
- » Maintenir la reconnaissance par un tiers pour le Programme de salubrité des aliments à la ferme
- » Revoir et mettre à jour le Programme de salubrité des aliments à la ferme lorsque nécessaire
- » Effectuer une coordination avec le gouvernement et la chaîne de valeur de l'industrie du poulet pour comprendre les agents pathogènes et réduire leur prévalence
- » Effectuer des recherches et élaborer une stratégie de réduction des agents pathogènes en collaboration avec la chaîne de valeur de l'industrie
- » Éduquer les consommateurs quant aux techniques appropriées de manipulation et de cuisson du poulet
- » Dans le contexte de l'utilisation des antibiotiques et de la résistance aux antibiotiques :
 - Viser la mise en œuvre d'une stratégie de réduction de l'utilisation des antibiotiques dans le cadre de pratiques d'élevage globales responsables
 - Éliminer dans l'industrie du poulet l'utilisation préventive des antibiotiques d'importance pour les humains :
 - ~ Utilisation préventive des antibiotiques de catégorie II d'ici la fin de 2018
 - ~ Travail en vue d'éliminer l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie III d'ici la fin de 2020
 - Améliorer la connaissance, la compréhension et l'engagement des producteurs au sujet de l'utilisation des antibiotiques
 - Collaborer avec la chaîne de valeur de l'industrie du poulet afin de modifier les pratiques de gestion des reproducteurs, des couvoirs et des fermes d'élevage de poulets dans le but de contribuer à améliorer la qualité et à réduire l'utilisation d'antibiotiques
 - Accroître l'utilisation de solutions de rechange aux antibiotiques, leur acceptabilité et la confiance des gens à leur égard : moulée, vaccins, in-ovo
 - Militer pour qu'un changement soit apporté au système réglementaire du Canada pour permettre une homologation plus rapide des solutions de rechange aux antibiotiques



- » Continuer la mise en œuvre intégrale du Programme de soins aux animaux :
 - Assurer la cohérence et la mise en œuvre intégrale du Programme de soins aux animaux des PPC ainsi que la conformité à ce programme dans l'ensemble des provinces
 - Travailler dans le but d'établir un protocole de reconnaissance fédéral-territorial-provincial pour le Programme de soins aux animaux
 - Continuer à mettre en œuvre, en collaboration avec la chaîne de valeur de l'industrie du poulet, un programme national pour les soins aux animaux basé sur des normes étayées par la science, responsables et pratiques
 - Collaborer avec la chaîne de valeur de l'industrie du poulet sur des enjeux connexes, par exemple la production, la capture, la manipulation et le transport
 - Réviser et mettre à jour le Programme de soins aux animaux, au besoin
 - Numériser les éléments du Programme de soins aux animaux afin de faciliter leur utilisation par les producteurs

Objectif 2 : Environnemental – Améliorer la performance environnementale globale de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Établir des points de référence par rapport à l'empreinte écologique actuelle des PPC et de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Aider la chaîne de valeur de l'industrie du poulet à se fixer des objectifs environnementaux
- » Établir leurs propres objectifs environnementaux





Objectif 3 : Économique – Continuer à chercher des moyens de créer de la valeur et d'atténuer les risques pour l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Travailler en partenariat avec les offices provinciaux sur la gestion des risques
- » Disposer de plans de gestion des contingences pour toutes les éclosions des principales maladies animales
- » Tirer parti des systèmes d'identification des troupeaux et des exploitations des offices provinciaux au moyen de protocoles de partage de données avec le gouvernement
- » Réaliser une évaluation nationale des risques pour la chaîne de valeur de l'industrie du poulet.
- » Communiquer les pratiques exemplaires pour accroître l'efficacité et la rentabilité de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet

Objectif 4 : Amélioration continue

Initiative – Les PPC feront ce qui suit :

- » Continuer à soutenir la recherche et l'innovation par l'intermédiaire du Conseil de recherches avicoles du Canada conformément aux priorités stratégiques

Objectif 5 : Renforcer la gouvernance au sein des PPC

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Veiller à bien comprendre leurs rôles et responsabilités, de même que ceux des offices provinciaux et de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet
- » Évaluer leurs pratiques de gouvernance et leur rendement actuels dans le but d'améliorer la gouvernance
- » Réaliser chaque année une évaluation du rendement du conseil d'administration et des membres de ce conseil
- » Élaborer une matrice des compétences du conseil d'administration des PPC afin de maximiser les compétences des membres
- » Continuer à chercher les possibilités d'amélioration continue quant à leur travail et à leur administration
- » Développer davantage le programme pour la relève agricole afin de promouvoir et de soutenir les jeunes producteurs de poulet partout au Canada





Consommation

Objectif :

Accroître de manière durable la demande des consommateurs à l'égard du poulet élevé au Canada.

Contexte :

1. Compréhension approfondie des consommateurs et de leurs valeurs
2. Compréhension de l'évolution des tendances

Ébauche de stratégies :

- » Renforcer la notoriété de la marque
- » Comprendre les consommateurs

Objectifs :

- 1. Tirer parti du succès du programme de marque national pour le poulet et accroître son adoption dans le commerce de détail et les services alimentaires**
- 2. Mieux comprendre les consommateurs pour permettre à la chaîne de valeur de l'industrie du poulet de mieux les servir et accroître la consommation**
- 3. Accroître de manière durable la consommation par habitant de poulet canadien d'un kilogramme par année**



Objectif 1 : Tirer parti du programme de marque national pour le poulet et accroître son adoption dans le commerce de détail et les services alimentaires

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Promouvoir la marque *Élevé par un producteur canadien* auprès des consommateurs et les sensibiliser à cet égard
- » Promouvoir la marque auprès des services alimentaires, du commerce de détail et des intervenants
- » Démontrer l'utilité de la marque pour les détaillants et les transformateurs
- » Explorer le bien-fondé de la création d'un office de promotion de recherche

Objectif 2 : Mieux comprendre les consommateurs pour permettre à la chaîne de valeur du poulet de mieux les servir et accroître la consommation

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Dans le but de cibler des occasions, mener des recherches pour comprendre les attentes, l'évolution et les tendances en lien avec les consommateurs et établir des initiatives concernant les éléments suivants :
 - Élevé sans antibiotiques
 - Bien-être animal
 - Développement durable
 - Usages et attitudes en lien avec le poulet



- » Travailler avec les détaillants et les services alimentaires, conjointement avec les transformateurs, pour comprendre les besoins et stratégies qui influent sur leur demande pour du poulet canadien et leur promotion de ce produit
- » Faire la collecte de données auprès de la chaîne de valeur de l'industrie du poulet pour établir les profils des consommateurs

Objectif 3 : Accroître de manière durable la consommation par habitant de poulet canadien d'un kilogramme par année

Initiatives – Les PPC feront ce qui suit :

- » Étudier la possibilité d'utiliser des produits alimentaires complémentaires
- » Étudier les possibilités de partenariats et d'associations avec d'autres aliments comme les légumes, le riz et les protéines végétales en réponse au *Guide alimentaire canadien*
- » Étudier les possibilités de s'associer à des partenaires pour développer le marché de la viande brune
- » Utiliser leur influence pour assurer au poulet la place qui lui revient en tant que protéine saine dans le *Guide alimentaire canadien*
- » Promouvoir les bienfaits santé et la polyvalence du poulet
- » Communiquer de façon plus efficace les bonnes nouvelles au sujet du poulet canadien afin d'avoir une influence sur le comportement des consommateurs. Communiquer ce que nous faisons déjà très bien