Egg Farmers of Ontario

Plan d'affaires 2020

Rapport sur les réalisations de l'organisation

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**

Le lecteur trouvera dans le présent document les réalisations de l'organisation d'après le Plan d'affaires 2020. Chaque objectif, stratégie clé et tactique identifiés dans le Plan d'affaires 2020 ont été évalués par la direction pour en déterminer le degré de réalisation et le progrès accompli.

Les services sont identifiés à l'aide de la légende suivante :
CA = Affaires corporatives et ressources humaines
Exec = Conseil/Exécutif
FIN = Finances
GM = Directeur général
OPS = Opérations
PA = Affaires publiques
QP = Continent et politiques

L'échelle suivante est utilisée pour l'évaluation de chaque stratégie :
0 – Non atteint
1 – À faire
2 – En cours
3 – Complété

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.

1.1.1 Promouvoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme lors du déjeuner annuel d'omelettes pour les membres du Parlement provincial à l'automne de 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	0	La COVID-19 a mené à l'annulation du déjeuner d'omelettes 2020.

1.1.2 Incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme dans le travail accompli avec le GO4 au palier national et lors du déjeuner annuel d'omelettes sur la Colline au printemps de 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	0	Cet événement n'a pas eu lieu en raison de l'état d'urgence associé à la COVID-19.

1.1.3 Incorporer les éléments probants de prix équitables à la ferme dans les communications servant à établir des relations avec les nouveaux députés de l'Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	2	La terminologie et les éléments probants de prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans toutes les communications avec les députés, y compris le Rapport annuel et la table ronde sur la COVID-19.

1.1.4 Continuer à incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme et leur justification dans les activités régulières de relations gouvernementales (notes d'information, comparutions, etc.).

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	2	La terminologie et les éléments probants de prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans les notes d'information, les messages clés, les réunions en personne et les communications durant la course au leadership du parti Conservateur.

1.2 Accroître la compréhension des consommateurs face aux avantages d'un système d'établissement de prix équitables des œufs à la ferme.

1.2.1 Incorporer la terminologie de prix équitables à la ferme et des preuves à l'appui dans les ressources de sensibilisation des producteurs d'ici le 1er mars.

SERV.	Évaluation	Commentaires
PA	2	Les messages sur les prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans les communications avec les producteurs, au besoin (*Cacasseuse*, courriels).

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 Faire valoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme auprès des producteurs de l'Ontario.

SERV.	Évaluation	Commentaires
PA	2	Les messages sur les prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans les communications avec les producteurs, au besoin (*Cacasseuse*, courriels).

1.3.2 Faire valoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme auprès des dirigeants des gouvernements de tous les paliers.

SERV.	Évaluation	Commentaires
PA	2	Les messages sur les prix équitables à la ferme continuent d'être intégrés dans toutes les communications verbales et par écrit avec les dirigeants élus et leur personnel. Le ministre Ernie Hardeman et Randy Pettapiece, adjoint parlementaire, incluent souvent la terminologie des prix équitables à la ferme dans leurs communications verbales et par écrit.

1.3.3 Faire valoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme à l'échelle nationale (Producteurs d'œufs du Canada et autres provinces).

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	2	La terminologie continue d'être suggérée et promue à chaque occasion aux paliers national et interprovincial afin de rehausser les messages en appui à la gestion de l'offre.

1.3.4 Faire valoir l'utilisation de la terminologie de prix équitables à la ferme auprès des autres groupes du GO5.

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	2	La terminologie continue d'être promue et utilisée dans toutes les occasions liées à FarmGate5 afin de rehausser les messages en appui à la gestion de l'offre.

2. Gestion de l'offre et répondre à la demande

OBJECTIFS :

2.1 Équilibrer l'offre et la demande tout en répondant aux besoins d'œufs et de poulettes de qualité.

2.1.1 Travailler étroitement dans le cadre du système national d'allocation afin de répondre de façon opportune à la demande du marché, moins les engagements commerciaux.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	La Egg Farmers of Ontario surveille l'utilisation mensuelle des poules avec, comme objectif, une utilisation de 100 %. Les Producteurs d'œufs du Canada surveillent l'offre et la demande et travaillent avec les provinces sur les allocation de contingents requises et l'approvisionnement du marché.

2.1.2 Revoir et analyser les nouveaux outils prévisionnels utilisés pour le suivi du niveau des inventaires par programme et les systèmes de production, l'objectif étant d'atteindre une utilisation à 100 % d'ici 2021.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Présentation des prévisions au Conseil tous les mois. En 2021, le SGT 2.0 améliorera la fonctionnalité et les analyses.

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

2.2.1 Lors de l'Atelier à l'intention des producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes - examen et évaluation de « Simplifier notre système de contingents : session de consultations avec les producteurs et examen des Politiques et Programmes ».

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	3	Complété.

2.2.2 Mise en œuvre des décisions du Conseil en lien au *Système de transfert des contingents* et concernant les modifications aux programmes (comme la *Réserve de location de pondeuses*) et les décisions en appui à la viabilité des producteurs de taille plus petite en termes d'attribution du contingent provincial.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Première étape de la simplification des contingents complétée avec la conversion du PLP en un CP (à compter du 1er janvier 2021) et les allocations par semaine repère. D'autres travaux seront nécessaires en appui à la viabilité des producteurs détenant un contingent de production inférieur à 1 800 unités et concernant l'accès des nouveaux arrivants.

		Actuellement, le *Système de transfert des contingents* est ouvert aux titulaires actuels d'un contingent d'œufs seulement).

2.2.3 Élaboration continue des politiques à l'égard des contingents de la Egg Farmers of Ontario en lien au *Système de transfert des contingents* afin d'assurer l'évolution des systèmes de contingents, leur transformation et leur raffermissement afin de répondre aux besoins commerciaux actuels et aux besoins des futurs producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
QP	2	En 2020, l'élaboration de politiques qui entreront en vigueur en 2021, y compris le nouveau processus unique d'attribution des troupeaux et la simplification du calcul des allocations « autorisées » a permis de raffermir les contrôles et les disciplines du système. Tel que mentionné, d'autres travaux seront nécessaires en appui à la croissance des producteurs de taille plus petite et pour créer un cadre de travail visant à assurer la viabilité des nouveaux producteurs.

2.2.4 Poursuivre la présentation de rapports mensuels et des analyses périodiques afin d'éclairer les décisions du Conseil de sorte à assurer une équité continue et l'atteinte des objectifs d'accessibilité.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
QP	2	Le point de mire était axé sur les analyses périodiques en appui aux décisions concernant des projets spécifiques comme la simplification des contingents; le SGT 2.0 sera le moteur du leadership visionnaire en matière d'analyse et d'évaluation des indicateurs de rendement clés dans tous les secteurs fonctionnels.

2.2.5 Continuer à fournir des analyses mensuelles sur les transactions de contingents en appui au suivi continu des fonctions du *Système de transfert des contingents* et aux tendances liées aux objectifs de la politique à l'égard des contingents.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
QP	1	Les transactions mensuelles de contingents, le *Système de transfert des contingents* et les transferts entre membres de la famille sont présentés au Conseil à des fins d'approbation; cependant, d'autre travaux s'imposent pour quantifier et comprendre les tendances.

2.2.6 Investiguer les modifications au Système de transfert des contingents afin d'assurer que tout contingent mis en vente soit équitablement et également accessible à tous les producteurs admissibles.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
QP	2	Tous les producteurs ont un accès égal aux contingents à vendre. En suspens, tel que mentionné en 2.2.2. et 2.2.3., citons l'élaboration d'une politique pour faciliter la croissance

		commerciale des producteurs de taille plus petite.

2.2.7 Examen des contingents vendus et achetés par taille de production en appui à l'évaluation continue des objectifs de la politique à l'égard des contingents de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	3	En appui à ce qui précède, un examen des données annuelles a lieu et se poursuivra.

2.2.8 Revoir et évaluer les tendances et les objectifs des nouveaux arrivants établis par la Egg Farmers of Ontario suite aux commentaires reçus dans le cadre du processus d'examen de la politique « Simplifier notre système de contingents ».

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Actuellement, le *Système de transfert des contingents* est ouvert aux titulaires actuels d'un contingent d'œufs; l'élaboration d'une politique du Conseil est en suspens.

2.2.9 Investiguer l'impact sur les producteurs détenant moins de 5 000 unités de contingents en appui à l'évaluation continue des objectifs de la politique à l'égard des contingents de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Toujours en discussion en lien au projet de simplification des contingents afin de trouver des solutions d'accès aux contingents pour les fermes plus petites.

2.2.10 Analyse des résultats du *Système de transfert des contingents* au cours des cinq dernières années, par taille de producteur, en appui à l'évaluation continue des objectifs de la politique à l'égard des contingents de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Les données annuelles sur les contingents sont compilées à des fins de comparaison à celles des années précédentes; cependant, une analyse détaillée des tendances n'a pas encore été complétée.

2.3 Résoudre les questions de vérification dans les systèmes de logement alternatifs par l'intermédiaire du Comité de vérification des troupeaux.

2.3.1 Mise en œuvre des recommandations du Comité de gestion de la production, approuvées par le Conseil, concernant les questions de vérification des troupeaux, le tout appuyé par le plan de travail du personnel d'ici l'été 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
OPS	2	Le service des opérations a visité et complété la vérification des troupeaux dans trois installations de logements enrichis (oiseaux blancs et bruns avec nombre varié d'oiseaux par unité).

2.3.2 À l'aide des analyses disponibles, identifier, élaborer et mettre en œuvre des mesures de vérification secondaires pour chaque système de logement afin de rehausser les procédures de comptage des troupeaux.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
OPS	2	Le service des opérations et l'équipe responsable des contingents se sont penchés sur les drapeaux rouges, les chiffres douteux ou les niveaux de production en utilisant les documents en appui et les vérifications des troupeaux. Il en a résulté 3 vérifications de troupeaux en logements enrichis et 11 vérifications aléatoires des placements en 2020 (d'autres étaient prévues mais ont été annulées en raison de la COVID-19).

2.3.3 Dans le cadre de la stratégie de technologie de l'information, mise en œuvre des systèmes de contrôles identifiés en appui à la vérification des troupeaux (comme les commandes de pondeuses de remplacement numériques, le système de notification des jalons en lien aux cycles des troupeaux, le portail numérique où les producteurs peuvent soumettre leurs données comme la mortalité, une capacité de base de rapport sur le comptage des troupeaux, les oiseaux contingentés et des programmes).

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
OPS	2	Dans le cadre du projet du SGT 2.0, le travail se poursuit pour maintenir notre transition vers une façon plus numérique de faire le suivi des nombres, de la production et des placements d'oiseaux.

2.3.4 Compléter la vérification de la phase 2 du projet pilote de transition au Système de gestion des troupeaux 2.0 d'ici le mois de juin 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	La phase 1 a été complétée en avril 2020 (base de données transférée au serveur SQL); vise le T1 de 2021 pour l'approbation du Conseil à l'endroit de la phase 2 pour lancer le projet officiellement.

2.3.5 Évaluer les changements dans les rôles et la description de tâches du personnel régional relativement à la modification des besoins en matière d'inspection comme résultat des changements au programme et à la politique du Conseil.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
OPS	1	L'évaluation a été mise en pause jusqu'à ce que le SGT 2.0 ait atteint un niveau approprié puisque cela déterminera les visites et le comptage nécessaires à la ferme ainsi que les besoins en matière de dotation.

2.4 Officialiser un plan de suivi des contrats de poulettes par type de logement afin d'assurer que les contingents de productions des éleveurs de poulettes demeurent pertinents à la demande pour des poules pondeuses.

2.4.1 Procéder à une analyse des contingents de production par type de production, des contingents d'œufs et de poulettes, et évaluer les options disponibles pour

aligner les contingents par type de production ainsi que minimiser les besoins en matière de location de poulettes.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Examen annuel par le Comité du secteur des poulettes et toutes les locations de poulettes seront revues pour déterminer la capacité disponible avant d'approuver lesdites locations.

2.5 Maintenir une base de données prévisionnelles à jour de la capacité future pour toutes les fermes d'élevage de pondeuses et de poulettes, par type de logement.

2.5.1 Collecte continue de données dans le cadre du *Projet de transition des logements conventionnels à enrichis et des prix à la production*, le tout fondé sur des sondages par logement et des discussions à la ferme entre les producteurs et les inspecteurs.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
OPS	2	La communication entre le personnel et les producteurs se poursuit afin de cerner l'information la plus récente sur les modifications prévues de sorte à mieux prévoir les besoins liés à la transition en termes de prix et d'utilisation des contingents puisque certains producteurs sous-produisent actuellement par rapport au contingent ou aux programmes.

2.5.2 D'ici octobre 2020, mise en œuvre des capacités accrues du système afin de cerner la capacité par type de logement et investiguer les nouveaux outils prévisionnels pour 2021.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Le service des opérations s'affaire à mesurer diligemment tous les poulaillers de pondeuses (la majorité est complétée) et a une cible de février 2021 pour mesurer les poulaillers de poulettes. Le SGT 2.0 donnera la fonctionnalité nécessaire pour vérifier la densité au moment des attributions et mettra les meilleurs outils prévisionnels disponibles à la disposition de la Egg Farmers of Ontario.

2.5.3 Le gestionnaire du projet travaillera avec le service des contingents dans le cadre du suivi des nouvelles constructions et nouveaux systèmes de logement. Ce travail a trait à l'identification des besoins en matière de logements enrichis dans le cadre du *Projet de transition des logements conventionnels à enrichis et des prix à la production* (TCEPP) durant le premier semestre de 2020 et à plus long terme pour l'évaluation des tendances de transition aux nouveaux logements en réponse aux besoins du marché.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Les services des opérations, des finances et des contingents travaillent en collaboration sur le *Projet de transition des logements conventionnels à enrichis et des prix à la*

		production et à trouver des solutions en termes de cibles améliorées pour les poulaillers nouvellement construits.

2.5.4 Fournir une analyse trimestrielle aux Comités du secteur des poulettes et de gestion de la production, par type de logement et contingent détenu pour les exploitations de poulettes versus les exploitations de pondeuses.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	3	Cela est complété au moins une fois l'an dans le cadre d'un examen des besoins en matière de contingents de poulettes de sorte qu'ils soient alignés par rapport au contingent de pondeuses attribué dans le cadre du système national.

2.6 Travailler avec le gouvernement fédéral et les intervenants de l'industrie afin d'assurer que les nouvelles allocations du contingent tarifaire permettent au secteur de gérer l'accès accru en douceur et minimiser 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 visant à assurer qu'une allocation optimale et des changements administratifs résultent des hausses en vertu de l'*Accord Canada-États-Unis-Mexique.*

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Les messages élaborés 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 leur personnel.

2.7 Collaborer avec les Producteurs d'œufs du Canada pour qu'ils prennent les mesures nécessaires 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 les redevances de commercialisation, autorisées en vertu des accords commerciaux existants, soient perçues sur les œufs importés en appui aux activités de commercialisation des œufs.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Les messages élaborés 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 leur personnel.

2.8 Continuer de veiller à ce que la réglementation actuelle en matière d'importation demeure en vigueur 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.

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	2	Les messages élaborés 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 leur personnel.

2.9 Collaborer avec les Éleveurs de poulettes du Canada et d'autres organismes provinciaux représentant les intérêts des éleveurs de poulettes de l'Ontario.

2.9.1 Travailler en collaboration avec les Éleveurs de poulettes du Canada sur la mise en œuvre des *Programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux* pour les poulettes.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	1	La Egg Farmers of Ontario s'efforce actuellement d'élaborer un cadre de travail selon lequel les auditeurs des Producteurs d'œufs du Canada pourront administrer le programme et effectuer les audits dans le secteur des poulettes en Ontario.

2.9.2 Fournir un soutien à l'élaboration d'un coût de production tel que demandé par le cabinet Serecon.

SERV.	Évaluation	Commentaires
QP	0	Le cabinet Serecon n'a fait aucun travail à ce chapitre en 2020.

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

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	2	Fournir un soutien au niveau de l'élaboration, de l'examen et de consultations pour le personnel et le président des Éleveurs de poulettes du Canada concernant les communications et les objectifs de lobbying.

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 Créer une culture « d'AQO tous les jours » chez les producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Le programme d'*assurance de la qualité des œufs* va bon train, le personnel régional de la Egg Farmers of Ontario travaillant avec les producteurs pour qu'ils soient conformes aux exigences du programme. *L'assurance de la qualité des œufs* ne fait pas vraiment partie du programme pour poulettes, mais il faudra possiblement lui donner un autre nom si les audits de poulettes sont échoués et que les oiseaux ne peuvent être expédiés aux producteurs d'œufs.

3.1.2 Mettre l'accent sur l'importance du besoin d'une conformité en appui à un secteur viable au sein d'un système de commercialisation réglementée.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Communication continue et soutien aux audits par le personnel de la Egg Farmers of Ontario. Des pénalités existent advenant que les exigences du programme ne soient pas satisfaites.

3.1.3 Application continue de pénalités dans le cadre des programmes de *salubrité des aliments à la ferme*, de *soins aux animaux* et du programme d'*assurance de la qualité des œufs* lorsque les producteurs ne s'acquittent pas des exigences des éléments desdits programmes dans les délais prescrits.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Les audits annuels internes et de tierce partie tous les trois ans se poursuivent.

3.1.4 Le Manuel des programmes de *salubrité des aliments à la ferme et de soins aux animaux sera mis à jour d'ici mars 2020.*

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	3	Les mises à jour ont été complétées et entraient en vigueur en juillet.

3.1.5 Continuer à finaliser les mises à jour au manuel du programme pour poulettes de sorte que le Conseil puisse approuver son contenu, les détails et les délais de mise en œuvre, en collaboration avec les Éleveurs de poulettes du Canada.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	3	Les nouveaux manuels ont été approuvés, imprimés et distribués.

3.2 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.

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

SERV.	Évaluation	Commentaires
QP	2	Un nouveau rapport détaillé sur les contingents de production par *semaine repère* a permis de procéder à une analyse devant équilibrer à un « haut » niveau la répartition des oiseaux entre les éleveurs de pondeuses.

3.3 Collaborer avec les Producteurs d'œufs du Canada pour assurer une interprétation claire des normes et des délais de mise en œuvre du Code de pratiques.

3.3.1 Poursuivre la communication avec les Producteurs d'œufs du Canada au sujet des enjeux identifiés par les producteurs individuels ou dans le cadre des processus internes de la EFO afin d'assurer une interprétation appropriée des décisions au sujet des normes et des délais de mise en œuvre.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	La Egg Farmers of Ontario continue de communiquer avec les Producteurs d'œufs du Canada sur l'interprétation du Code et à partager les préoccupations ou questions des producteurs et de l'industrie. Nous attendons une réponse sur certains de ces points ainsi qu'au sujet des dates d'entrée en vigueur.

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

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

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Les communications sont partagées avec les producteurs et l'industrie en ce qui a trait aux nouvelles ou mises à jour concernant les préoccupations ou les manifestations de maladies. Les procédures et protocoles en lien à la COVID-19 ont aussi été inclus en 2020.

3.4.2 Continuer à transmettre les messages dans les communications avec les producteurs et les réunions de l'industrie pour encourager une vigilance continue.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Travailler en étroite collaborations avec le Feather Board Command Centre et partager de l'information sur les régions en province qui pourraient avoir des préoccupations relativement à une maladie.

3.5 Rationaliser et simplifier les opérations à la ferme et la « paperasserie ».

3.5.1 Mise en œuvre de la phase 1 de la *Stratégie de technologie de l'information*, la « levée et le transfert » de la base de données existante de la EFO à une base de données sur serveur SQL d'ici le 1er mars 2020.

SERV.	Évaluation	Commentaires

QP	3	Complété en avril 2020.

3.5.2 Obtenir l'approbation du Conseil à l'endroit de la Stratégie de technologie de l'information et des exigences budgétaires d'ici le 31 janvier 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	3	Complété pour la phase 1 du projet; l'approbation du budget pour la phase 2 est prévue pour la réunion de décembre 2020 du Conseil.

3.5.3 Tenue de consultations pour les groupes de réflexion des producteurs sur la *Stratégie de technologie de l'information* et le projet de transformation numérique d'ici le printemps de 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	1	Socialisation et soutien du Conseil requis.

3.5.4 Travailler avec le conseiller juridique de la Egg Farmers of Ontario pour définir notre autorité et nos politiques pour la numérisation des processus d'affaires.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Cela sera complété dans le cadre du travail de la phase 2 du projet.

3.5.5 Finaliser la phase 2 de la Stratégie de technologie de l'information et débuter la mise en œuvre d'ici l'automne 2020 avec un portail remanié des producteurs, une réduction des présentations de formulaires sur papier et des inscriptions manuelles par le personnel de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Le travail de conception pour la phase 2 est complété; les prochaines étapes consistent à s'entendre sur le budget et la portée du travail (approbation du Conseil) et la mise en œuvre en 2021 (dates à déterminer).

3.5.6 Travailler pour que la *Stratégie de technologie de l'information* fasse inclusion des progrès permettant à la Egg Farmers of Ontario de lier les données disponibles à un portail en ligne pour les producteurs et autres partenaires afin de les aider à gérer leurs entreprises.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
QP	2	Cette fonctionnalité fera partie de la conception de la phase 2. Une stratégie générale de technologie de l'information devra toujours être mise au point et fera appel au leadership éclairé d'experts indépendants.

3.6 Veiller à ce que le secteur avicole dispose de plans et de capacités d'intervention robustes en cas de manifestation de maladies et de situations d'urgence.

3.6.1 Continuer à impliquer activement le personnel dans les activités du Feather Board Command Centre.

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	2	Donna Lange, Albert Visser et Pam Kuipers continuent de participer et sont disponibles comme personnes-ressources en appui aux efforts du Feather Board Command Centre.

3.6.2 Continuer à impliquer activement le personnel dans les activités de Agricultural Response Materials Management Incorporated.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	3	Agricultural Response Materials Management Incorporated existe toujours, mais le soutien financier de la EFO et d'autres offices avicoles a pris fin. Son Conseil doit décider de poursuivre les activités de l'organisation sur une base indépendante pendant un certain temps ou fermer ses portes.

3.6.3 Solliciter une décision du Feather Board Command Centre concernant la viabilité de Agricultural Response Materials Management Incorporated.

SERV.	Évaluation	Commentaires
GM	3	Une décision a été prise de discontinuer le financement futur de Agricultural Response Materials Management Incorporated.

3.7 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.

3.7.1 Donner suite à l'évaluation d'un projet de recherche possible de la Livestock Research Innovation Corporation sur la bronchite/les fausses pondeuses.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	3	La The Livestock Research Innovation Corporation a tenu une réunion de l'industrie pour revoir ce qui a été appris suite aux problèmes qui se sont produits avec les fausses pondeuses en 2016/2017. Actuellement, il n'existe aucune recherche à consulter sur ce sujet. Une recherche a toutefois lieu dans diverses régions du pays et aux États-Unis. Les conclusions de ces projets pourraient être utiles.

3.7.2 Poursuivre la contribution de la Egg Farmers of Ontario totalisant 104 275 $ par année 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 à des fins d'approbation.

SERV.	Évaluation	Commentaires
OPS	2	Le Comité de la recherche a présenté une recommandation au Conseil demandant d'approuver deux propositions détaillées pour deux projets, et attend une mise à jour sur les projets de recherche déjà financés.

3.7.3 Poursuivre notre contribution de 58 000 $ par année à la bourse Donald Shaver de l'Université de Guelph afin de promouvoir la production avicole durable.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
FIN	3	Complété dans le T3 de 2020.

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

3.8.1 Répertorier les programmes et les ressources en matière de bien-être et de santé mentale disponibles pour les producteurs par l'intermédiaire de groupements agricoles en Ontario et des fournisseurs commerciaux d'ici le mois de juin 2020, et élaborer des recommandations à des fins d'inclusion dans le Plan d'affaires de 2021.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Un inventaire des services et programmes existants a été complété dans le T1 de 2020. Une page d'accueil a été créée de sorte à permettre l'accès à ces services et a été affichée sur le site www.getcracking.ca et dans le portail des producteurs en juin 2020. Des soumissions pour des services accrus des fournisseurs commerciaux ont été préparées et seront considérées dans le Plan d'affaires de 2021.

3.9 Maintenir un *Plan de protocoles d'urgence* à jour pour la Egg Farmers of Ontario, y compris les liens au *Plan de gestion des urgences* du Feather Board Command Centre (au besoin).

3.9.1 Effectuer un examen complet de notre *Plan de gestion des urgences* d'ici le mois de décembre 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	3	Le *Plan de gestion des urgences* a été entièrement revu et mis à jour en août 2020. Ce plan (et ses annexes) a été distribué au personnel et est disponible sur le serveur partagé.

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 nos partenaires des services alimentaires.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	2	Des tactiques spécifiques de sensibilisation ont été utilisées en appui à cet objectif, y compris la promotion du contenu de nutrition dans le portail remanié *Vos questions sur les œufs*, dans les médias sociaux et dans le cadre de notre blogue. En collaboration avec les diététistes professionnelles Shannon Crocker et Carol Harrison, la Egg Farmers of Ontario a tenu, en juin 2020, un webinaire à l'intention de plus de 187 diététistes en magasin, des économistes domestiques et des nutritionnistes concernant la valeur nutritionnelle et la polyvalence des œufs. Grâce à un partenariat avec le Food Network, les œufs ont été mis en vedette dans des annonces numériques, des vidéos et des recettes en octobre, créant pus de 1 730 000 impressions. Des tactiques spécifiques de sensibilisation conçues pour stimuler la demande pour les œufs en raison de leur value fonctionnelle incluaient des ressources pour les services alimentaires, des réunions individuelles avec les exploitants de ces établissements, une collaboration avec Restaurants Canada, le chef Tom (cantine mobile Egg Man), #CanadaTakeOutDay et Les Lauréats des saveurs du Canada. Le personnel responsable des services alimentaires a tenu un webinaire à l'intention des exploitants de ces établissements et leurs distributeurs en juin, l'accent étant porté sur le partage de la recherche concernant la demande à la consommation pour des repas nutritionnels et le positionnement des œufs comme un ajout économique et polyvalent à leurs menus. Des endosseurs tiers du secteur des œufs, y compris Dietetic Directions, Shannon Crocker, Carol Harrison, Fareen Samji, Lois Betteridge et Rachel Naud, ont prêté leur concours dans les médias sociaux et les campagnes de sensibilisation télévisées pour promouvoir la valeur nutritionnelle et fonctionnelle des œufs. En partenariat avec le Brescia College Food Resources Education for Student Health Program, la Egg Farmers of Ontario a commandité un programme sur campus pour les nouveaux étudiants portant sur les avantages nutritionnels et la polyvalence des œufs en mars 2020. En collaboration avec les Producteurs d'œufs du Canada, la Egg Farmers of Ontario a participé au Terroir Symposium du 15 septembre, le forum de choix du Canada pour les industries alimentaires, touristiques et de l'hôtellerie afin de positionner les œufs à l'avant-plan de l'événement.

		Une nouvelle ressource en nutrition (*Bon pour le corps à l'intérieur et à l'extérieur*) a été créée en anglais et en français et plus de 30 000 exemplaires ont été imprimés et distribués. Durant l'année 2 de notre partenariat avec le Collège Algonquin, un contenu numérique a été créée et partagé avec les chefs étudiants, ainsi que des ressources à des fins d'inclusion dans les programmes scolaires, les œufs ont été mis en vedette dans les menus du restaurant dirigé par les étudiants et une nouvelle plaque a été présentée au Laboratoire de pâtisseries. Le portail des *Chefs* a été entièrement remanié dans le T1 de 2020 et lancé lors du salon de Restaurants Canada en mars. Les œufs ont été mis en vedette lors de deux salons des services alimentaires en 2020 : Restaurants Canada (mars) et le salon virtuel Gordon Food Service (septembre).

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 « Un œuf de plus par semaine » et les « œufs n'importe quand ».

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	Le concours de recettes a été mis en évidence dans plus de 20 éditoriaux publicitaires et six messages télévisés en 2020, en plus d'avoir été affiché dans tous les réseaux de médias sociaux. La Egg Farmers of Ontario a commandité le *Baking Guide* du Food Network en octobre afin de garder les œufs et les recettes d'œufs présents à l'esprit des consommateurs, créant pus de 1 730 000 impressions. La sensibilisation durant les congés (Pâques, Journée mondiale de l'œuf, l'Action de grâce et Noël) mettait en vedette des recettes d'œufs stimulantes que les consommateurs pouvaient inclure dans leurs plans de réception. La plateforme de recettes de la Egg Farmers of Ontario a été promue comme outil permettant aux consommateurs d'accéder facilement au contenu de recettes et aux ressources de planification de repas avec les œufs comme ingrédient principal. Le bulletin *Eggs & Bakin* continue d'inspirer activement les consommateurs à consommer plus d'œufs. Les courriels mensuels ont augmenté le nombre d'abonnés de 67 % par rapport à 2019. En juin, le personnel responsable des services alimentaires a tenu un webinaire à l'intention des exploitants de services

		alimentaires et leurs distributeurs portant sur une recherche concernant la demande des consommateurs pour des repas nutritionnels, et positionner les œufs comme un ajout économique et polyvalent à leurs menus. En collaboration avec les Éleveurs de dindon de l'Ontario, des recettes ont été partagées dans trois messages télévisés. Pour célébrer la Journée mondiale de l'œuf, la Egg Farmers of Ontario a travaillé avec les 100 meilleurs et cinq autres influenceurs canadiens pour partager des idées de recettes et les inspirer à cuisiner avec les œufs.

4.1.3 Lancer une nouvelle plateforme publicitaire durant le premier trimestre de 2020 mettant en vedette la campagne de *Vrais producteurs. De vrais œufs.* de sorte que nos efforts de marketing répondent efficacement aux enjeux qui préoccuperont le secteur au cours des trois à cinq prochaines années.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	3	La campagne *de Vrais producteurs. De vrais œufs.* a été lancée avec succès durant le premier trimestre de 2020, y compris par la voie d'imprimés, la télévision, les placements numériques et les marchés hors foyer, résultant en plus de 330 200 000 impressions lors de la campagne initiale.

4.1.4 Continuer à suivre notre calendrier de publication dans les médias sociaux en appui à une stratégie stimulante dans de multiples réseaux de médias sociaux, le tout axé sur les familles productrices d'œufs et d'élevage de poulettes en Ontario.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	La Egg Farmers of Ontario continue de peaufiner et d'améliorer sa stratégie de médias sociaux dans de multiples réseaux avec du contenu captivant sur les familles de producteurs, les soins aux animaux, la qualité des œufs, les avantages nutritionnels des œufs, des recettes d'œufs et la polyvalence des œufs. Les données suivantes sur les engagements reflètent nos réalisations en 2020 : Instagram – hausse de 44 % dans le nombre d'abonnés et de 69 % dans le nombre d'engagements Facebook – hausse de 24 % dans le nombre d'abonnés et de 854 % dans le nombre d'engagements Twitter – hausse de 6 % dans le nombre d'abonnés et de 21 % dans le nombre d'engagements Pinterest – hausse de 131 % dans le nombre d'engagements

4.1.5 Continuer à offrir un programme de recettes robuste qui comprend la création de 12 nouvelles recettes d'œufs (y compris deux cartes d'épices) en 2020 afin de faire valoir la polyvalence des œufs et appuyer l'objectif d'accroître les volumes en faisant la promotion des œufs comme se prêtant parfaitement à de multiples occasions de repas.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	3	12 nouvelles recettes ont été créées en 2020 et ajoutées à notre banque exhaustive de recettes qui convient à tous les niveaux de compétences et à tous les goûts. Ces recettes ont été présentées dans plus de 20 éditoriaux publicitaires au cours de l'année, dans des messages disséminés dans les médias sociaux et incluses dans notre partenariat avec Les Lauréats des saveurs du Canada. 2 cartes d'épìces ont aussi été créées en 2020 mais n'ont pas été imprimées en raison de la COVID-19.

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 Accroître la confiance des consommateurs par la promotion du programme d'*assurance de la qualité des œufs*, accompagné d'un marketing stratégique et des messages imprimés, sur le Web et dans les réseaux de médias sociaux.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	Le personnel continue de travailler sur un cadre de travail pour diverses tactiques d'exécution devant promouvoir le programme d'*assurance de la qualité des œufs*; cependant, la COVID-19, les problèmes d'approvisionnement du marché et l'inventaire des contenants ont freiné le progrès dans le domaine de l'utilisation du logo sur les emballages. Des messages sur le programme d'*assurance de la qualité des œufs* ont été affichés sur notre site Web et furent inclus dans notre calendrier de publication dans les médias sociaux.

4.2.2 Obtenir l'acceptation de l'*assurance de la qualité des œufs* de la part des épiceries au détail, des services alimentaires et des clients institutionnels, le tout coordonné avec les classificateurs de l'Ontario.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	Les discussions concernant l'acceptation du programme d'*assurance de la qualité des œufs* n'ont pas abouti à la lumière des effets de la COVID-19 sur le secteur des services alimentaires.

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 nos produits.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	La campagne de marketing *De vrais producteurs. De vrais œufs.* a été langée au début de 2020 avec des exécutions de marketing intégré dans les imprimés, par voie numérique, dans les médias sociaux et hors foyer. La Egg Farmers of Ontario a participé à deux campagnes *Fields to Forks* (août/septembre à London et octobre/novembre à Ottawa). Un calendrier imposant de contenu destine aux médias sociaux a été établi pour 2020 avec une hausse de 25 % dudit contenu étant axé sur la confiance publique. Le travail continue d'appuyer l'initiative du Conseil du président d'explorer une approche multisectorielle pour le projet de défense de la licence sociale. Pour la Journée mondiale de l'œuf, une vidéo a été publiée ainsi que des articles imprimés, montrant notre gratitude pour l'humble œuf – de la ferme à la table (et les banques d'aliments) et tous les gens impliqués dans le processus. La Egg Farmers of Ontario a participé aux initiatives multisectorielles *C'est bon Canada* (été/automne), *Journée canadienne de l'alimentation* (août) et la *Semaine locale de l'alimentation* (juin) dans un effort pour maintenir et accroître la confiance publique. Ces initiatives incluaient du contenu social, des vidéos et des visites à la ferme. En raison de la COVID-19 qui a forcé l'annulation des événements en personne, notre remorque éducative n'a pas circulé cette année. Nous en avons profité pour rénover et mettre les remorques à niveau, et déterminer les procédures et les présentations en vue de la saison 2021. Avec l'annulation des événements en personne en 2020, la Egg Farmers of Ontario a participé au programme virtuel Western Fair's FARM F.A.N, au salon Lindsay, à la Western Fair et à la Royal Agricultural Winter Fair. Chaque événement a fourni l'occasion d'interagir virtuellement avec les participants et de partager les histoires de nos producteurs ainsi que le processus de la ferme à la table. La Egg Farmers of Ontario a contribué financièrement et fourni du contenu pour le remaniement de la ressource *La*

		vérité au sujet de l'agriculture de Farm and Food Care. Le portail *Questions sur les œufs* a été relancé en mars 2020 et continue d'être une plateforme active pour les consommateurs qui peuvent interagir et en apprendre davantage au sujet des œufs, les producteurs d'œufs et la production d'œufs. En 2020, nous avons constaté une hausse de 1 286 % dans les questions des utilisateurs.

4.3.2 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.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
PA	2	Dans le cadre du Programme de commandite des Zones, un montant de 120 000 $ a servi en appui à une variété d'initiatives locales et aux paliers de base à l'échelle de l'Ontario. En raison de la COVID-19, les événements communautaires ont été annulés donc nous n'avons pu soutenir les producteurs lors des événements locaux. Lorsque possible, la Egg Farmers of Ontario a participé à des programmes virtuels en appui aux efforts communautaires (partage de vidéos, de ressources, des visites à la ferme en direct sur Facebook, et la distribution électronique de ressources et de contenu). La Egg Farmers of Ontario a poursuivi le programme de commandite de *Rocks & Rings* en collaboration avec les Producteurs d'œufs du Canada et d'autres offices de producteurs d'œufs. Nous avons aussi continué de commanditer les éliminatoires de l'Association de hockey mineur de l'Ontario dans les communautés locales à l'échelle de la province. La commandite de Sport and Social Group, l'organisation qui représente plus de 120 000 joueurs des ligues récréatives locales, s'est poursuivie en 2020. Dans le cadre de nos efforts d'intervention par temps de COVID-19, plus de 43 000 douzaines d'œufs ont été distribuées aux banques d'aliments communautaires pour les aider à nourrir les membres de la communauté qui sont dans l'insécurité alimentaire. La Egg Farmers of Ontario a continué ses commandites pluriannuelles d'Équipe Homan (équipe de curling féminin championne mondiale et du Canada) et, en partenariat avec la Fédération des producteurs d'œufs du Québec, a poursuivi sa commandite de Valérie Grenier, médaillée et membre de l'Équipe de ski alpin du Canada.

4.3.3 Inclure une section des Zones dans chaque numéro de la *Cacasseuse* afin de partager et d'optimiser le succès des initiatives locales.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	2	La COVID-19 a affecté l'aptitude des Zones à participer aux événements locaux. Ainsi, la « section des Zones » du nouveau bulletin remanié a porté sur les dons des Zones aux banques d'aliments dans le deuxième semestre de 2020.

4.4 Étudier les possibilités de travailler avec d'autres organisations de produits agricoles sur des communications de défense des intérêts dans l'ensemble du domaine de l'alimentation afin d'accroître la confiance du public consommateur.

4.4.1 Continuer à soutenir l'initiative du Conseil du président visant à engager un cabinet de marketing pour élaborer un programme multisectoriel de représentation/sensibilisation à des fins d'examen par le Conseil en 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Participation aux discussions du Conseil du président et de son groupe de travail concernant cette initiative de surveillance du travail du Groupe Edelman sur un programme à long terme sous considération vers la fin de 2020.

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

4.5.1 Continuer à soutenir le *Programme de dons d'œufs* à Feed Ontario (anciennement l'Association des banques alimentaires de l'Ontario) en donnant chaque année une valeur de 250 000 $ en œufs.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	3	En 2020, une valeur de 250 000 $ en œufs a été donnée à Feed Ontario conformément à notre partenariat annuel. Un total de 47 000 douzaines d'œufs supplémentaires ont aussi été données dans le T2 de 2020 dans le cadre de leur programme d'aide par temps de COVID-19.

4.5.2 Donner suite au renouvellement du partenariat actuel d'un an avec Nutrition des élèves de l'Ontario pour l'année scolaire 2019-2020 et poursuivre un nouveau partenariat pluriannuel.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	3	Le partenariat de 2019-2020 avec Nutrition des élèves de l'Ontario a changé de point de mire au début de 2020 suite à la fermeture des écoles. Les fonds restants dans le cadre du programme ont servi à fournir des aliments nutritifs aux étudiants à la maison. Le renouvellement d'un partenariat triennal (75 000 $ par année) a été approuvé à la réunion de mai du Conseil d'administration et fut lancée en septembre 2020.

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 Élaborer des ressources de sensibilisation expliquant la durabilité de la production d'œufs dans tous les réseaux de communication de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
PA	2	Des messages sur la durabilité ont été inclus dans le calendrier de publication mensuelle des médias sociaux en 2020. La Egg Farmers of Ontario a commandité le Pavillon de la durabilité lors de la Royal Agricultural Winter Fair. En consultation avec les Producteurs d'œufs du Canada, des messages sur la durabilité ont été éprouvés auprès des consommateurs à des fins d'inclusion dans les futurs réseaux de communication.

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

OBJECTIFS :

5.1 Revoir et mettre à jour les ententes liées au Code de conduite à la fois pour le Conseil et le personnel, y compris les processus de résolution et les conséquences.

5.1.1 Tenir des consultations avec le personnel, les producteurs et le Conseil d'administration.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
CA	3	Les consultations avec le personnel et les producteurs ont été complétées à l'automne de 2019; celles avec le Conseil ont été complétées au début de 2020.

5.1.2 Le Code de conduite pour le Conseil, le personnel et les producteurs doit être présenté au Conseil d'administration et aux producteurs et finalisé d'ici le premier trimestre de 2020.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
CA	2	L'ébauche finale sera présentée au Conseil; fait actuellement l'objet d'un examen par le conseiller juridique et le service des ressources humaines.

5.2 Améliorer continuellement l'efficacité du Conseil.

5.2.1 Effectuer un examen annuel du rendement des administrateurs et le processus d'évaluation du Conseil.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*

GM	1	Des discussions ont eu lieu avec le Comité exécutif concernant les options d'exécution dans le T4 de 2020.

5.2.2 Fournir une formation en gouvernance et un processus de familiarisation pour les nouveaux administrateurs.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Les nouveaux administrateurs ont reçu le cartable des procédures du Conseil d'administration décrivant les rôles et les responsabilités, ainsi que les politiques, les règlements et les règlements administratifs de la Egg Farmers of Ontario. Une séance d'orientation a été dirigée par le conseiller juridique de la Egg Farmers of Ontario lors de la réunion d'avril 2020 du Conseil. Le programme de formation en gouvernance de la Commission de commercialisation des produits agricoles a été annulé en raison de la COVID-19. Un programme de formation en gouvernance sur mesure est en voie de développement pour la Egg Farmers of Ontario.

5.2.3 Tenir une séance annuelle d'évaluation du rendement du directeur général menée par une tierce partie avec des séances complémentaires en avril et août dirigées par l'Exécutif/Conseil.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
Exec.	2	Ce processus a été ajusté en réponse au changement apporté dans la haute direction en juillet. Le consultant en ressources humaines de la Egg Farmers of Ontario a entamé un examen de 90 jours du directeur général par intérim durant le T4.

5.2.4 Établir un calendrier d'examen et de mise à jour des Politiques de gouvernance de la Egg Farmers of Ontario conformément au Plan stratégique.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
CA	2	Les commentaires des membres du Conseil ont été reçus; le Comité exécutif de la Egg Farmers of Ontario a entamé un examen complet des Politiques de gouvernance.

5.2.5 Continuer à améliorer le processus d'élaboration de politiques de la Egg Farmers of Ontario.

SERV.	*Évaluation*	*Commentaires*
GM	2	Travailler avec les directeurs de services pour améliorer le processus du « livre blanc » sur l'élaboration de politiques, et établir des protocoles en appui à l'amélioration du processus décisionnel du Conseil relativement aux politiques.

5.3 Rehausser l'efficacité des communications avec les producteurs.

5.3.1 Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de communication, de protocoles régissant les messages et un plan annuel de communication à des fins d'utilisation par tous les services.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	2	Des lignes directrices ont été rédigées et distribuées à l'automne de 2019; il s'agit d'un travail en cours et le personnel continue d'examiner des façons de rationaliser les communications.

5.3.2 Mesurer l'efficacité des communications avec les producteurs chaque année à l'aide d'un sondage et(ou) de sessions de rétroaction.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	2	Dans le cadre du Plan d'affaires de 2020, le sondage d'août demandait aux producteurs d'évaluer le rendement en matière « d'assurance d'une bonne gouvernance et de communications efficaces avec les producteurs ». Les commentaires des producteurs sont toujours les bienvenus lors des réunions régulières; nous continuerons de chercher des façons d'évaluer et d'améliorer nos communications.

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

5.4.1 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.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	3	Le mandat de chaque comité de la Egg Farmers of Ontario a été revu et approuvé par le Conseil.

5.5 Continuer de recueillir régulièrement les commentaires des producteurs lors des réunions de Zones, régionales et générales tenues à leur intention.

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

SERV.	Évaluation	Commentaires
PA	3	En août, un sondage devant aider à élaborer le Plan d'affaires de 2021 de la Egg Farmers of Ontario a été adressé aux producteurs. Lors des réunions d'été virtuelles des Zones, les producteurs ont été encouragés à faire part de leurs commentaires afin de guider la mise à jour du Plan stratégique et l'établissement des priorités.

5.5.2 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 des suggestions.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	3	Les réunions en personne ont été annulées en raison de la pandémie de COVID-19. Des séances publiques virtuelles ont été offertes pour remplacer notre Assemblée générale annuelle traditionnelle, les réunions d'été des Zones et l'atelier de novembre.

5.5.3 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.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	2	Ce point figure en permanence à l'ordre du jour des réunions du Conseil.

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

5.6.1 Les services en français sont offerts lors de l'Atelier à l'intention des producteurs d'œufs et éleveurs de poulettes, la réunion annuelle, la réunion d'été et les élections de la Zone 10. Les politiques, règlements et bulletins mensuels sont aussi offerts en français.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	2	Comme résultat de la pandémie de COVID-19, l'Assemblée générale annuelle, les réunions d'été et l'Atelier de novembre de la Egg Farmers of Ontario se sont déroulés sur une plateforme virtuelle. Ces réunions ont été tenues en anglais mais la documentation préparée pour l'occasion était disponible en anglais et en français. Des services d'interprétation simultanée en français ont été offerts pour la réunion d'octobre des éleveurs de poulettes et le webinaire de mise à jour de novembre. La réunion des élections de la Zone 10 ainsi que les politiques, règlements, bulletins mensuels et mises à jour du Conseil continuent d'être offerts en anglais et en français.

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

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	3	Voir 5.6.1

5.6.3 Continuer à fournir les politiques et la documentation des réunions en français lorsque la chose est appropriée comme les communications avec les producteurs de la Egg Farmers of Ontario et la documentation distribuée pour les réunions de la Zone 10.

SERV.	Évaluation	Commentaires
CA	3	Voir 5.6.1

5.7 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 possibilités de participation et les relations de travail.

5.7.1 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 avec nos partenaires lorsque nécessaire sur les enjeux en développement.

SERV.	***Évaluation***	***Commentaires***
GM	0	La COVID-19 a retardé les progrès à ce chapitre. Le personnel travaille avec celui de la Commission des produits agricoles de l'Ontario afin d'organiser une réunion virtuelle potentielle du Comité consultatif en novembre.

5.8 Évaluer, sur une base annuelle, le rôle et les services des membres du Conseil d'administration de la EFO 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.).

5.8.1 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.	***Évaluation***	***Commentaires***
GM	3	Complété en avril 2020.

5.8.2 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.	***Évaluation***	***Commentaires***
GM	2	Les administrateurs représentant la EFO assistent à des réunions régulières de leurs Conseils respectifs et des rapports réguliers sont présentés aux réunions mensuelles du Conseil d'administration.