

The Food Connected Consumer

Le consommateur alimentaire connecté



By Jim Timlick

Regardless of where you travel, food sustainability is a frequent topic of conversation among people these days, from hardcore foodies, to parents who simply want to make sure their kids are eating right.

While not everyone may agree on what constitutes sustainable food, the one thing they can agree on is its importance. Where does Canada rank in that regard? A recent interactive index published by The Economist ranked Canada third among 67 countries in terms of food sustainability, behind only France and the Netherlands.

The fact that sustainable food is on the minds of so many people hardly comes as a surprise to Ed Treacy, vice-president of supply chain and sustainability for the Produce Marketing Association (PMA). The PMA is a trade organization that represents fresh produce and floral companies around the world, including Canadian-based retailers like Loblaws and Sobeys.

Par Jim Timlick

Quel que soit l'endroit où vous voyagez, la durabilité des aliments est un sujet de conversation fréquent parmi les gens, des gourmands aux assidus, en passant par les parents qui veulent simplement s'assurer que leurs enfants mangent bien.

Bien que tout le monde ne soit pas d'accord sur ce qui constitue un aliment durable, l'un des points sur lequel ils peuvent s'entendre est son importance. Où se situe le Canada à cet égard? Un récent index interactif publié par The Economist a classé le Canada au troisième rang de 67 pays en termes de durabilité alimentaire, derrière la France et les Pays-Bas.

Ed Treacy, vice-président de la chaîne d'approvisionnement et de la durabilité de la Produce Marketing Association (PMA), n'a pas été surpris de constater que de nombreuses personnes se préoccupent de l'alimentation durable. La PMA est une organisation commerciale qui représente des entreprises de produits frais et



Ed Treacy, vice-president of supply chain and sustainability for the Produce Marketing Association. / Ed Treacy, vice-président de la chaîne d'approvisionnement et de la durabilité de la Produce Marketing Association.

The PMA recently stepped up its efforts to promote sustainability around the globe. Last October, the organization added sustainability as one of its five key priorities.

As part of those efforts, the PMA is encouraging its members to adopt the Ethical Charter on Responsible Labor Practices. The document, which was developed in early 2018 in conjunction with the United Fresh Produce Association, outlines the association's guiding principles on the treatment of people working in the industry and is intended to serve as a framework for responsible labour practices.

The PMA also recently added a new sustainability committee that includes representation from more than three dozen industry leaders, including growers, shippers, and retailers.

"Our role as a committee is to inspire the industry to adopt practices that benefit people, the planet and profitability," says Treacy, adding that one of the committee's roles will be to have members share information and apply what they learn in their own companies. "What better way to inspire than to show people an initiative that someone else adopted and how it's benefited their company, their people, and the environment."

In addition to its own efforts, the International Federation of Produce Standards (IFPS), of which the PMA is one of a few founding members, is helping encourage and promote global sustainability initiatives. One of its priorities is to encourage members to form partnerships and share knowledge and insights with each other.

In Canada, Canadian products are represented on the IFPS by the CHC and the Canadian Produce Marketing Association (CPMA). As part of these efforts, IFPS members have recently decided to add a new pillar to their objectives, focusing on the environment from the perspective of the 17 United Nations Sustainable Development Goals. "At IFPS, it's a way of knowing who's doing what and how it's done on a global scale," says Treacy.

"It's really a knowledge-sharing group. There's no other group like it in the world in our industry, with people of like minds who are dealing with sustainability."

When it comes to food sustainability, Treacy says knowledge is power. That's why organizations can consider hiring a communications firm to develop tools to help coach member organizations on how to share their sustainability success stories with their peers and members of the public.

continued on page 26

Un récent index interactif publié par The Economist a classé le Canada au troisième rang de 67 pays en termes de durabilité alimentaire, derrière la France et les Pays-Bas.

de fleurs du monde entier, notamment des détaillants basés au Canada tels que Loblaw's et Sobeys.

La PMA a récemment intensifié ses efforts pour promouvoir la durabilité dans le monde entier. En octobre dernier, l'organisation a ajouté la durabilité parmi ses cinq priorités.

Dans le cadre de ces efforts, la PMA encourage ses membres à adopter la Charte éthique sur les pratiques de travail responsables. Le document, élaboré début 2018 en collaboration avec la United Fresh Produce Association, expose les principes directeurs de l'association concernant le traitement des personnes travaillant dans l'industrie et vise à servir de cadre à des pratiques de travail responsables.

La PMA a également récemment ajouté un nouveau comité de développement durable composé de plus de trois douzaines de leaders de l'industrie, notamment des producteurs, des expéditeurs et des détaillants.

« Notre rôle en tant que comité est d'inspirer l'industrie à adopter des pratiques qui profitent aux personnes, à la planète et à la rentabilité », déclare Treacy, ajoutant que l'un des rôles du comité sera de faire en sorte que les membres partagent les informations et appliquent ce qu'ils ont appris dans leurs propres entreprises. « Quel meilleur moyen d'inspirer que de montrer aux gens l'initiative adoptée par une autre personne et en quoi cela a profité à leur entreprise, à leurs employés et à l'environnement ».

En plus de ses propres efforts, la International Federation of Produce Standards (IFPS), dont la PMA est l'un des membres fondateurs, aide à encourager et à promouvoir les initiatives mondiales en faveur du développement durable. L'une de ses priorités est d'encourager les membres à former des partenariats et à partager leurs connaissances et leurs points de vue.

Au Canada, les produits canadiens sont représentés à l'IFPS par le CCH et l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (AQDFL). Dans le cadre de ces efforts, les membres de l'IFPS ont récemment décidé de rajouter un nouveau pilier à leurs objectifs, se concentrant sur l'environnement du point de vue des 17 objectifs de développement durable des Nations Unies. « A l'IFPS, il s'agit d'une façon de savoir qui fait quoi et comment cela est fait à l'échelle mondiale », dit Treacy.

suite à la page 26

“ A recent interactive index published by The Economist ranked Canada third among 67 countries in terms of food sustainability, behind only France and the Netherlands. ”

continued from page 25

Another subject that is producing plenty of food for thought here in Canada is food safety, a term used to describe how food is produced, all the way from the farm to your fork.

One of the key players in the international food safety movement is the Global Food Safety Initiative (GFSI), which includes a United States-Canada working group comprised of members from the industry across North America. The role of the GFSI, which is run by the Consumer Goods Forum, is to set food safety standards that can be used to benchmark food safety systems or programs in member countries.

In Canada, the program, originally designed by the CHC, is known as CanadaGAP. Its objective is to promote good agricultural practices, or GAPs, while helping implement and maintain effective food safety measures. In 2017, it was recognized by the Canadian Food Inspection Agency's Food Safety Recognition Program. CanadaGAP is also GFSI compliant.

“It's a really good program for the conditions we have here in Canada,” says Jeff Hall, a food safety specialist with the CPMA.

“The nice thing about it is that it's a scheme that is easily moved or transferrable to other countries as well.”

suite de la page 25

« C'est en fait un groupe de partage des connaissances. Il n'y a pas d'autre groupe du même genre dans notre industrie, avec des gens d'esprit semblable qui s'occupent de durabilité. »

Pour ce qui est de la durabilité des aliments, Treacy dit que la connaissance, c'est le pouvoir. C'est pourquoi les organisations peuvent envisager de faire appel à une firme de communication pour développer des outils permettant d'aider les organisations membres à partager leurs expériences réussies en matière de développement durable avec leurs pairs et le public en général.

Un autre sujet qui produit beaucoup de matière à réflexion ici au Canada est la sécurité alimentaire, un terme utilisé pour décrire la manière dont les aliments sont produits, de la ferme à la fourchette.

L'un des principaux acteurs du mouvement international de la sécurité alimentaire est la Global Food Safety Initiative (GFSI), qui comprend un groupe de travail États-Unis-Canada composé de membres de l'industrie de l'Amérique du Nord. Le rôle de la GFSI, qui est gérée par le Consumer Goods Forum, consiste à définir des normes de sécurité des aliments pouvant être utilisées pour évaluer les systèmes ou programmes de sécurité des aliments dans les pays membres.

Au Canada, le programme, conçu à l'origine par le CCH, s'appelle CanadaGAP. Son objectif est de promouvoir de bonnes pratiques agricoles, ou BPA, tout en aidant à mettre en œuvre et à maintenir des mesures efficaces de sécurité des aliments. En 2017, il a été reconnu par le programme de reconnaissance de la sécurité des aliments de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. CanadaGAP est également conforme à la GFSI.

« Il s'agit d'un très bon programme pour les conditions que nous avons ici au Canada », déclare Jeff Hall, spécialiste de la sécurité des aliments à l'ACDFL.

« Ce qui est bien, c'est qu'il s'agit d'un programme facile à transférer dans d'autres pays. »

Financing the future of agriculture.

BMO  **We're here to help.™**

Visit bmo.com/agriculture or call **1-877-629-6262**