



Canadian Corrugated and
Containerboard Association
Association canadienne du
cartonnage ondulé et du
carton-caisse



Rapport du président 2019

Le 12 mai 2020, l'Association canadienne du cartonnage ondulé et du carton-caisse (ACCC) a tenu son assemblée générale annuelle par conférence téléphonique. John Pepper, directeur des ventes chez Atlantic Packaging, a présidé la réunion en sa qualité de président de l'Association. Voici ses commentaires sur les activités de l'année précédente.

Au cours de la carrière de chacun des membres de ce conseil d'administration, notre monde n'a jamais connu un changement aussi spectaculaire que celui qui s'est produit au cours des deux derniers mois. Nos gouvernements, les citoyens de notre pays et l'industrie ont été confrontés à la réalité de la pandémie de COVID-19 qui s'est rapidement répandue dans le monde entier après avoir été détectée en Asie et en Europe. Le 17 mars 2020, le gouvernement canadien a décrété des mesures de confinement pour toutes les activités « non essentielles ».

Au moment où le gouvernement définissait ce qui serait « essentiel », l'ACCC et ses membres se sont lancés à fond de train dans une campagne de lobbying sur les fronts provincial et fédéral. Comment nos clients pourraient-ils expédier quoi que ce soit sans nos caisses de carton ondulé? Allait-on nous permettre de fonctionner librement? Comment notre monde fonctionnerait-il si nos gouvernements municipaux, provinciaux et fédéraux nous ordonnaient de rester à la maison? Comment les parents allaient-ils s'organiser si les écoles restaient fermées pour une période indéterminée? Nos employés pourraient-ils venir travailler?

Au début d'avril, le secteur de l'emballage a été considéré comme « essentiel » à l'économie et autorisé à fonctionner librement. Des plans ont immédiatement été élaborés pour offrir à nos employés un milieu de production sécuritaire pour continuer à servir nos clients. Une conférence téléphonique a été organisée le 31 mars pour recueillir les commentaires des responsables de la santé et de la sécurité qui travaillent dans les usines de nos membres. Le partage de pratiques exemplaires de gestion offert par WestRock a été à l'origine d'échanges fructueux sur la façon d'exploiter nos usines en toute sécurité, de susciter la confiance de nos employés, de gérer les risques de maladie et de maintenir la production.

Alors que le volume des expéditions de mars 2020 a largement dépassé celui de l'année précédente, la mobilisation de tous les acteurs de notre secteur a été exemplaire. Nos usines ont réagi de manière exceptionnelle et sans aucune hésitation pour répondre aux exigences qui déferlaient jour après jour.

Notre secteur est indéniablement considéré comme étant « essentiel » à « l'essentiel ». Et tout cela au moment où notre pays a connu le pire déclin économique depuis des décennies et que les milieux de travail de centaines de milliers d'employés partout au Canada ont été fermés.

À l'heure actuelle, les conditions se sont nettement améliorées, mais le monde reste hanté par un virus invisible qui se transmet de façon exponentielle et se multiplie aux dépens des plus vulnérables. Puissent nos experts médicaux mondiaux nous en libérer pour nous permettre de nous engager dans un avenir productif en toute sécurité.

Les affaires de notre industrie et de l'Association évoluaient à un rythme rapide avant l'arrivée soudaine de la pandémie. En matière de gouvernance, nous avons adopté la modification n° 2 de nos règlements administratifs afin d'accorder un mandat de deux ans à notre équipe de direction. Je remercie de leur soutien Marco Studer, secrétaire-trésorier, Jean Parent, premier vice-président, Mike McGugan, second vice-président et le président sortant Mike Lafave. Nous espérons que la deuxième année de notre mandat sera couronnée de succès.

Emballages Montcorr a été accepté comme membre lors de la réunion du Conseil du mois de novembre; Danny Lecompte sera leur directeur.

Durabox a présenté son intention de quitter l'Association à la fin de 2019.

Gary Johnson a démissionné du Conseil d'administration et de son rôle de secrétaire-trésorier à la réunion du mois d'août. Il a pris sa retraite de Maritime Paper à la fin de l'année. Maritime Paper a proposé Sheldon Gouthro comme administrateur au Conseil.

L'Association a reçu une étude de Dart Communications sur les attitudes et les perceptions des Canadiens de la génération Y à l'égard de « l'emballage et l'environnement ». Après avoir discuté avec le personnel de l'Association, les professionnels de Dart ont préparé un questionnaire convivial pour les millénariaux visant à générer des réponses honnêtes sur les sujets qui nous préoccupent. Les résultats sont très instructifs et au-delà de nos espérances. Un document détaillé a été présenté au Conseil, puis à la conférence du salon professionnel. Parmi les nombreux sujets évoqués, deux des facteurs les plus pertinents sont A) que les gens qui nous connaissent nous aiment, mais que trop peu de gens nous connaissent; B) que les gens font plus confiance aux établissements d'enseignement postsecondaires (comme Ryerson et Conestoga) et au gouvernement qu'aux propriétaires de marques et aux détaillants. Ces thèmes feront partie des plans de marketing de l'Association pour l'immédiat et l'avenir à court terme.

Un autre congrès et salon professionnel a eu lieu les 24 et 25 avril 2019. Cet événement, tenu conjointement avec l'AICC sous la direction de Kate Menard et Jana Marmeï, a été couronné de succès. Au total, 52 stands ont représenté un large éventail de fournisseurs et d'autres acteurs de l'industrie, ce qui représente une forte hausse par rapport à l'année précédente. Le Collège Conestoga et l'Université Ryerson ont assuré une présence spéciale qui a permis aux étudiants de comprendre en temps réel le fonctionnement de notre industrie.

Smithcom continue de fournir des plans de marketing professionnels à l'Association. Pour poursuivre sur le thème de la sensibilisation auprès des personnes qui ne nous connaissent pas, l'utilisation des médias sociaux a été mise de l'avant, avec Instagram comme principale plateforme, et une entente a été conclue pour que Ryan Bartlett devienne, à temps partiel, le responsable des communications dans les médias sociaux. Ces mesures se démarquent de la publicité traditionnelle dans les médias imprimés.

Cette campagne de marketing et de communication se prépare alors que l'Europe vient de bannir les plastiques à usage unique et que le gouvernement canadien a annoncé qu'il prévoit mettre en œuvre des mesures similaires. En raison de la pandémie de COVID-19, ces initiatives sont différées au Canada pour le moment.

Les liens de notre association demeurent solides :

- Angelika Christ, directrice de la FEFCO, a accepté une invitation à présenter un « Point de vue de l'Europe » à notre salon professionnel.
- Allen Kirkpatrick a assisté à la réunion de l'ICCA/FBA en mai 2019.
- Le tournoi de golf conjoint de l'AICC a eu lieu en juin.
- Allen a également assisté au séminaire technique de la FEFCO en octobre.
- L'Association des produits forestiers du Canada a formulé des commentaires sur les stratégies relatives au plastique à usage unique.
- Le CEEPC demeure une voix forte, focalisée et très nécessaire pour exprimer les préoccupations de l'industrie.
- Le Paper and Packaging Board continue à fournir un soutien médiatique et marketing sous forme d'imprimés et de médias sociaux.

L'économie nationale et mondiale fait face à de nombreuses inconnues en cette période de pandémie. Le fort taux de chômage et les dépenses astronomiques du gouvernement sont deux des problèmes les plus désastreux auxquels nous sommes confrontés.

Nous restons prêts à nous adapter rapidement pour rester sur la voie du succès.