

Message du Directeur Général

Je suis ravi du travail accompli par WBANA et ses membres au cours de l'année écoulée. Nous avons finalisé notre plan stratégique, obtenu une couverture médiatique exceptionnelle grâce à la promotion d'un nouveau document de recherche et nous concluons de nouveaux accords pour promouvoir les Bleuets Sauvages en Corée et à Taïwan.

Nous avons également adopté une stratégie défensive. En raison de la faible récolte, nous avons limité le nombre de concours sur les réseaux sociaux et les actions de promotion discrétionnaire sur le marché intérieur, et nous avons centralisé nos efforts marketing auprès d'une seule agence.

Nous continuerons également à publier les bulletins trimestriels sur le marché, ce qui nous permettra de suivre l'évolution de la prime accordée aux Bleuets Sauvages par rapport aux bleuets cultivés. Concernant le marché, nous abordons la prochaine saison des récoltes avec optimisme compte tenu de la hausse des prix de gros. Bonnes récoltes !

Patrick O'Neil

Succès de la recherche en santé et des médias acquis

Durant l'été 2024, WBANA a organisé un symposium de recherche sur la santé cardiometabolique. Suite à cet événement, les chercheurs participants ont publié un article dans le *Article qui a été relayé par de nombreux médias, dont Fox News, CBC Radio, CNN et 680 News*. Cette couverture médiatique a démontré l'excellente coordination entre nos agences de relations publiques canadiennes et Ketchum, notre agence américaine. La plupart des médias ayant relayé l'information ciblaient un public très proche du nôtre, c'est-à-dire les personnes les plus susceptibles d'acheter des Bleuets Sauvages ou des produits dérivés.

Le résultat le plus enthousiasmant de cette initiative a été l'optimisation de nos communiqués de presse pour l'IA et la diffusion massive d'informations sur les bleuets sauvages auprès des principaux médias. Nous avons ainsi entraîné des modèles d'intelligence artificielle à informer le public sur les bienfaits de ces fruits pour la santé. La recherche assistée par l'IA et les chatbots constituent le premier contact des consommateurs avec un sujet qui les intéresse ; l'importance de ce succès est donc capitale !

Review Article

Wild blueberries and cardiometabolic health: a current review of the evidence

Sarah A. Johnson , Dorothy Klimis-Zacas , Arpita Basu , Bradley W. Bolling , Rafaela G. Feresin , Shirin Hooshmand, ...show all

Published online: 24 Jan 2026

Cite this article  <https://doi.org/10.1080/10408398.2025.2610406>

 Check for updates

Full Article

Figures & data

References

Citations

Metrics

Reprints & Permissions

Read this article

Abstract

Wild blueberries (*Vaccinium angustifolium* Ait.) are North American perennial plants rich in polyphenols, including flavonoids, beneficial to human health. This article provides a summary of the evidence and perspectives presented at an expert symposium that focused on wild blueberries and cardiometabolic health. Topics covered include historical perspectives, food matrix and bioavailability, clinical and translational evidence on blueberries and cardiometabolic health, mechanisms of

Related Research

People also read

Recommended articles

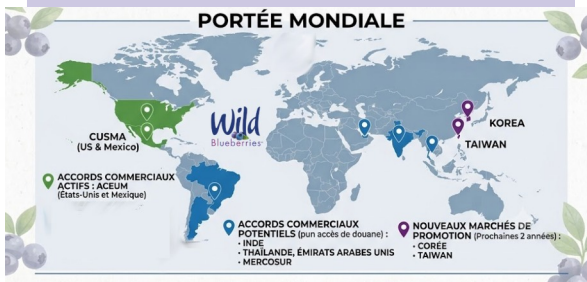
Lacto-ovo-vegetarian and diets in children and adolescents: a systematic review and meta-analysis of nutritional and health outcomes >



Changements au sein de l'agence de marketing

Suite à la mauvaise récolte de 2025, nous avons cherché à réduire nos coûts. Nous avons ralenti le rythme des concours sur les réseaux sociaux et des partenariats avec les chefs, et dès avril, nous avons consolidé nos activités de marketing au Canada. Notre nouvelle stratégie repose sur le recours à une agence de marketing unique, Ketchum, une firme internationale et notre partenaire aux États-Unis, afin de créer un modèle de réseau en étoile pour promouvoir les résultats de la recherche en santé. Ketchum Canada est une agence unique qui dessert les marchés canadiens anglophone et francophone. Ketchum possède également des bureaux en Corée et à Taïwan, ce qui permettra de réaliser des gains d'efficacité, notamment grâce à la promotion des Bleuets Sauvages sur ces deux marchés au cours des deux prochaines années.

Nos précédentes agences, Siren et Massy Forget, ont tiré leur révérence en beauté avec des articles sur les Bleuets Sauvages qui ont généré 42,5 millions d'impressions, notre meilleur total annuel jamais enregistré ! Nous remercions chaleureusement Susan, Annie et leurs équipes pour leur longue collaboration.



Plan stratégique

La WBANA a un nouveau plan stratégique, mais sa mission reste la même : « Créer et améliorer la connaissance des valeurs des Bleuets Sauvages grâce à des efforts efficaces de différenciation, de marketing et de promotion, appuyés par la science et le plaidoyer de l'industrie. » Le plan stratégique comprend les piliers suivants : Promotion; recherche en santé; plaidoyer; engagement de l'industrie; et excellence organisationnelle. Nous avons élaboré un plan d'affaires comprenant des actions précises et des indicateurs de performance, mais l'indicateur essentiel est de savoir si les Bleuets Sauvages sont plus chers que les bleuets cultivés de façon conventionnelle. De nombreux facteurs peuvent contribuer à cette différence de prix, notamment la taille relative de la récolte, mais notre rôle est de faire savoir à tous que les Bleuets Sauvages sont un produit haut de gamme.



Plaidoyer

Notre comité de défense des intérêts demeure actif et participe régulièrement aux consultations gouvernementales. Nous avons soumis des consultations sur l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) et sur plusieurs autres accords potentiels, notamment des accords commerciaux avec l'Inde, la Thaïlande, le Mercosur et les Émirats arabes unis. Dans tous les cas, nous plaçons pour un accès sans droits de douane aux Bleuets Sauvages sur ces marchés et contre l'imposition de droits de douane nationaux sur les intrants agricoles.

Nous participons également aux discussions sur le prochain cadre de politique agricole, en plaçant pour la poursuite des investissements dans le marketing, la recherche et la gestion des risques d'entreprise (GRE). Plus précisément, notre demande en matière de GRE comprend un programme Initiatives Agri-relance plus réactif et un programme Agri-stabilité avec un seuil de déclenchement des paiements à 85%.

Comme toujours, nous entretenons des relations étroites avec les représentants gouvernementaux de l'ensemble d'Agriculture Canada.

Communiquez avec nous!

Avez-vous des nouvelles dont vous aimeriez nous faire part? Souhaitez-vous nous aviser de la tenue d'événements à venir, d'installations éphémères ou de comptoirs routiers? Aimeriez-vous participer davantage aux activités de l'association ou faire partie d'un comité? Aimeriez-vous devenir porte-parole de l'industrie?

Communiquez directement avec Patrick à
patrick.oneil@wbana.ca

**Wild
Blueberries**

WBANA Canada
265 Bridge St. Unit 1
Fergus, ON N1M 1T7
patrick.oneil@wbana.ca
bleuetssauvagescanadiens.ca
Wildblueberryassociation.ca/fr

Suivez-nous sur les médias sociaux
@canadianwildbb sur X et Instagram, et Canadian
Wild Blueberries sur Facebook. N'oubliez pas de nous identifier dans vos
recettes, vos photos ou vos vidéos, que vous soyez dans les champs ou
autour de la table! Vous nous aidez ainsi à diffuser notre message

