

L'Association canadienne des bovins adopte une nouvelle identité de marque

Le 7 juillet 2022

Ottawa, ON – Aujourd'hui, L'Association canadienne des bovins (ACB) a lancé une nouvelle identité de marque, qui met en évidence le groupe fort et diversifié qui s'investit dans l'élevage de certains des meilleurs bœufs du monde - un groupe dynamique, avant-gardiste, positif sur le plan climatique et typiquement canadien.

Anciennement l'Association canadienne des éleveurs de bovins, le rafraîchissement de la marque comprend un nouveau logo de l'ACB créé en s'inspirant d'éléments clés importants pour l'organisation : notre pays, nos bovins et notre environnement.

Le renouvellement de ce logo, de cette identité visuelle et de ce positionnement réaffirme l'engagement de l'ACB à soutenir les communautés, à privilégier l'innovation et à contribuer à la durabilité globale du système alimentaire canadien.

« Depuis 90 ans, l'ACB est la voix des éleveurs et des producteurs de bovins à travers le pays », a déclaré Reg Schellenberg, président de l'ACB. "Notre organisation a grandi pour inclure les 60 000 membres que nous représentons aujourd'hui. Il est important que notre nom, notre logo et notre marque grandissent également et reflètent l'évolution de notre organisation. »

Alors que les Canadiens continuent de prendre des mesures en matière de durabilité, l'ACB s'appuie sur des générations de pratiques écologiques appliquées à l'échelle de l'industrie, qui comprennent la préservation de la biodiversité, la séquestration du carbone, le rétablissement des terres humides du Canada, le recyclage des ressources, la protection des espèces en voie de disparition et la préservation de la majorité des habitats fauniques sur les terres productrices de nourriture.

« Nous continuerons à faire ce que nous faisons de mieux - élever des bovins de classe mondiale pour les Canadiens et les consommateurs internationaux », a poursuivi M. Schellenberg. " En tant qu'association, nous voulons souligner davantage l'importance des bovins pour l'environnement, le patrimoine, la salubrité alimentaire et l'économie du Canada. Nos actions reflètent le désir d'une plus grande durabilité et d'une meilleure production alimentaire, car nous voulons produire du bœuf qui rend chaque Canadien fier. »

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

Michelle McMullen
Directrice des communications
Association canadienne des bovins
403-451-0931 | mcmullenm@cattle.ca