

# Votre gouvernement

A stylized logo consisting of a dark blue leaf-like shape at the top, with two smaller, light blue shapes below it, resembling a fleur-de-lis or a stylized plant.

Québec 

The logo for the Government of Québec, featuring the word "Québec" in a serif font followed by the fleur-de-lis symbol, which is a blue square containing four white fleur-de-lis symbols.

# Valoriser les viandes distinctives

Par Lynn Bourassa, conseillère en transformation alimentaire

14 novembre 2019



# Plan de la présentation

## Principaux sujets abordés

- **Identification des besoins**
- **Outils de valorisation**
- **Marche à suivre**
- **Exemples**
- **Facteurs de succès**

# Que veut-on valoriser?

Plusieurs questions à se poser...

- **Pour qui?**
- **Pourquoi?**
- **Quel serait le caractère distinctif?**
- **Quelle est la méthode d'élevage à privilégier?**
- **Quel est le périmètre à favoriser?**
- **Quelle serait la proposition de valeur?**

# « De l'identification des besoins vers la création d'un concept de qualité »

# Comment valoriser vos méthodes de production?

- **Quel serait le cahier de charges? (inclusif ou restrictif)**
- **Qui serait l'organisation gestionnaire du programme de certification?**
- **Combien de membres serait souhaitable? Quelles seraient leurs implications humaines et financières?**
- **Quel serait le budget? la rentabilité?**

# Le cahier des charges

## Principales caractéristiques du caractère distinctif

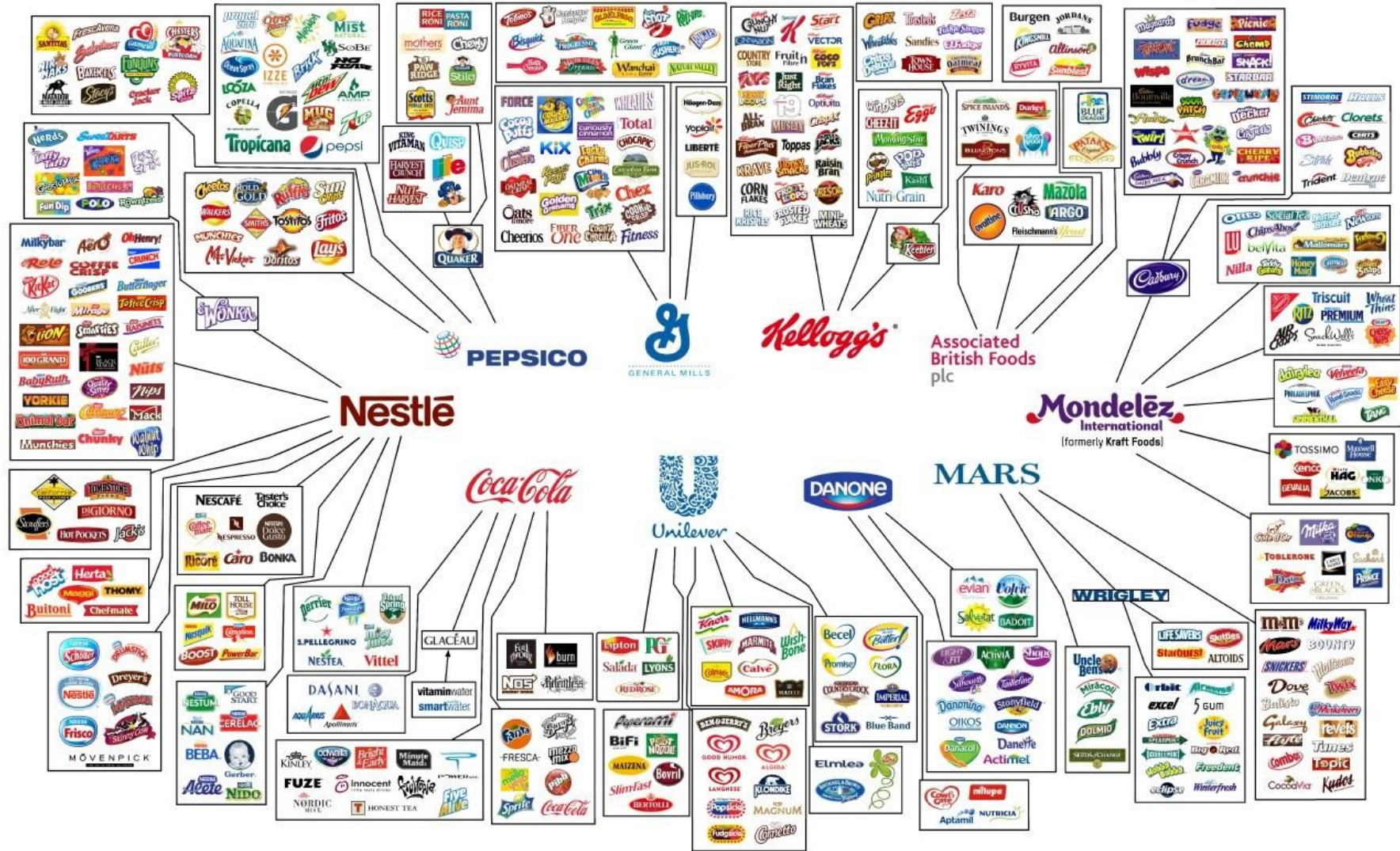
- **Mesurable**
- **Reconnaissable par le consommateur ou recherché par le transformateur**
- **Vérification de conformité (Authenticité-contrôle)**
- **Compensations financières pour les coûts associés à cette production distinctive**
- **Reconnaissance**

# Outils de valorisation

## Les marques de commerce

- **Représentent les produits ou les services offerts**
- **Constituent des éléments de la propriété intellectuelle**
  - Mots (slogan)
  - Images (logo)
  - Couleurs (emballage)
  - Goûts, odeurs, textures
- **Servent à promouvoir l'image de marque**
- **Répondent à la Loi sur les marques de commerce**





# Outils de valorisation

## Les marques de certification

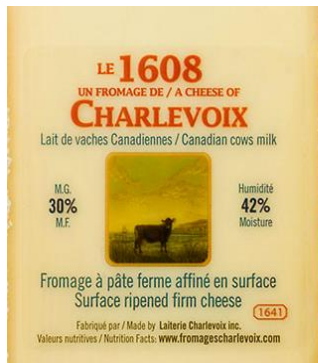
- Désignent les produits ou les services répondant à une norme définie



# Outils de valorisation

## Les appellations réservées

- Désignent des produits qui se distinguent en raison de leurs caractéristiques particulières ou de leur mode de fabrication
- Favorisent le développement régional
- Donnent le droit exclusif d'utiliser le nom du produit, à condition qu'elles respectent le cahier des charges ou la norme



# Outils de valorisation

## Les appellations réservées

- **Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants est l'organisme (CARTV) et il a juridiction sur les produits agricoles et alimentaires portant une appellation réservée et qui sont vendus sur le territoire du Québec.**

# Marche à suivre

## Première étape



### Effectuer un diagnostic

- Quelles sont les forces?
- Quelles sont les faiblesses?
- Quelles sont les menaces?
- Quelles sont les opportunités?

# Marche à suivre

## Deuxième étape



### Stratégies d'affaires

- Étude de marché
- Étude de faisabilité
- Modèle
- Plan d'affaires

# Marche à suivre

## Troisième étape



### Définir le concept

- Spécifications
- Prototype
- Cahier des charges
- Plan de contrôle
- Projet pilote



# Marche à suivre

## Quatrième étape



### Stratégie marketing

- Les 4P (produit, prix, place, promotion)
- Budget
- Image de marque
- Plan de communication

# Marche à suivre

## Cinquième étape



**Lancement**

## Sixième étape



**Retour**

– Indicateur de performance

**« Plus l'exercice de planification est minutieux, plus on peut s'attendre à des retombées positives et pérennes de la démarche »**

# Exemples

## Projets d'ici et d'ailleurs

- **Bœuf Québec**
- **Viandes Sélectionnées des Cantons**
- **American Grass-fed**



# Bœuf Québec

- **Partenariat entre la Société des parcs d'engraissement du Québec et le distributeur Colabor depuis 2 ans.**
- **Objectif : Garantir une traçabilité de la ferme à la table.**
- **Promesse : Bœuf de grande qualité produit dans une perspective de production durable.**
- **Attributs de marque : Origine, traçabilité, classement, salubrité, localisation des points de vente**



ACCUEIL | BŒUF QUÉBEC | PARTENARIAT | ÉLEVEURS | VIDÉOS | OÙ TROUVER | NOUVELLES



**Le Programme Boeuf Québec est né**  
et vous offre un produit de classe mondiale



# Viandes Sélectionnées des Cantons (VSC)

N'existe plus

- Principale valeur : **le bien-être animal**
- La région est mise de l'avant
- La génétique, le bien-être animal, l'espace, l'alimentation
- Élevé sans l'usage d'hormones ajoutées et sans antibiotiques
- Cahier des charges, audité
- Chaîne de valeurs

# American Grass-fed

- **Origine américaine**
- **Bien-être animal, élevé au pâturage**
- **Respect du cahier des charges**
- **Production dans une perspective de développement durable**
- **Priorités : l'alimentation, l'espace, la traçabilité**
- **Élevé sans l'usage d'hormones ajoutées ou d'antibiotiques**  
**espace**



Sign Up for Our Free Newsletter: \*

**SIGN UP**



 **JOIN AGA** **DONATE**

 **FOR PRODUCERS** ▾ **FOR CONSUMERS** ▾ **RESOURCES** ▾ **ABOUT US** **MARKETPLACES** ▾



PROMOTING GRASSFED COMMUNITY FOR

# AMERICA'S FAMILY FARMS

AMERICAN GRASSFED ASSOCIATION

# Facteurs de succès

- ✓ **Différentiation significative de la production**
- ✓ **Plus-value perceptible sur le marché dans sa catégorie**
- ✓ **Validation de marché**
- ✓ **Masse critique d'entreprise**
- ✓ **Engagement humain et financier (organisme porteur)**

# Facteurs de succès

- ✓ **Chaîne de valeur**
- ✓ **Démarche rigoureuse de planification, de structuration, de mise en œuvre et de suivis (gestion de projet)**
- ✓ **Stratégie de lancement, de pénétration de marché et de suivi (communication marketing)**

# Merci

## Période de questions

