

Bovins du Québec été 2008

L'avantage du bœuf canadien
Se différencier dans le marché mondial et domestique

Francine Jodoin
Directrice des communications
Centre d'information sur le boeuf

Dans la situation actuelle, il devient important de faire de la mise en marché stratégique. Nous offrons un produit de haute qualité et un service de valeur qui subit une forte compétition et des pressions de groupes qui cherchent quelquefois à le discréditer. Nous devons en plus de fournir un bon produit ajouter de la valeur et faire une mise en marché agressive.

L'industrie du bœuf au Canada et ses produits sont reconnus internationalement pour les avantages suivants, bœuf sain et de haute qualité, carcasses à haut rendement, génétique supérieure, environnement propre, standards élevés quant au bien-être des animaux, système d'identification permanente, système HACCP appliqué dans les abattoirs et sur les fermes, système de classification, etc. Tous ces attributs pourraient et devraient être utilisés pour positionner l'industrie et la différencier.

Malgré tout, l'industrie fait face à une crise financière importante, à l'évaluation du dollar et à des coûts réglementaires élevés, plaçant l'industrie canadienne à un désavantage face à l'industrie américaine.

Exergue : Le Canadian Cattlemen Market Development Council (CCMDC) établi par la CCA, croit qu'il devient important de différencier les produits de boeuf canadien en créant une marque identifiant le boeuf canadien afin d'ajouter de la valeur et d'augmenter la demande. Le CCMDC a développé une stratégie globale de marque l'Avantage du bœuf canadien (ABC) dont les principaux objectifs sont d'augmenter et d'assurer que les produits de bœuf soient acceptés dans les différents marchés de la même façon que tout produit de marque compétitif.

L'ABC est basé sur une série de standards et de pratiques adoptés par l'industrie afin de faire reconnaître par les marchés mondiaux et domestiques les avantages du bœuf et des produits de bœuf canadien.

Les producteurs canadiens devront se soumettre à certains standards et devront être prêts à utiliser les programmes de la Canadian Cattle Identification Agency (CCIA) pour la vérification de l'âge, de la source et les programmes de la salubrité à la ferme.

Depuis de nombreuses années, les producteurs nous disent qu'ils aimeraient recevoir de l'information pour les aider à améliorer les troupeaux, l'alimentation et la santé des animaux et la façon de réduire les coûts. En participant à l'ABC les producteurs auront accès à cette information.

Les abattoirs pourront promouvoir le bœuf venant d'animaux inscrits au programme de vérification d'âge, de traçabilité et de santé animale. Cette information sera utile aux détaillants par une valeur accrue de la carcasse. La création d'une marque pour le bœuf canadien résultera par une demande accrue des consommateurs qui s'attendent à recevoir des qualités et un service spécifique pour le produit.

Un projet pilote est en cours afin de déterminer l'efficacité du parcours de l'information à travers toute la chaîne et les résultats seront connus à la fin du projet.