



# GRIZZLY

Un objectif sans plan n'est qu'un souhait  
Fumoir Grizzly - Innovation, Croissance et Durabilité dans  
les Produits de la Mer



# À PROPOS DE GRIZZLY

- En affaires depuis 1991
- Situé à Saint-Augustin-de-Desmaures, QC
- Leader canadien dans la préparation du poisson fumé et prêt-à-manger
- 89 employés engagés dans l'innovation et la croissance
- Notre mission : Produits sains, Innovants, Durables
- Nos valeurs : Respect, Collaboration, Qualité



# Planification stratégique comme outil d'évolution



- **Vision à Long Terme :** Leader en sécurité alimentaire, avec un chiffre d'affaires cible de 25,6 millions CAD d'ici 2026.
- **Objectifs Clés :**
  - Croissance annuelle de 11 %.
  - Expansion internationale et diversification des produits pour répondre aux tendances durables et saines.

# Planification stratégique - Une étape à la fois

- Positionnement de Grizzly (ex: croissance, besoins, fonctions, etc.)
- Vision / Mission / Valeurs
- Planification stratégique / Analyse externe et interne
- Objectifs / Indicateurs de performance
- Plan d'action
- Conclusion



# Planification stratégique – le plan d'action

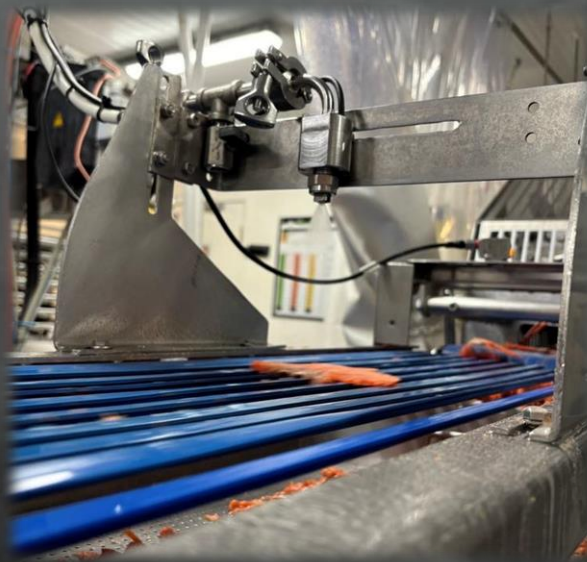
MATRICE TOWS / FFOM 2023		FORCES	FAIBLESSES
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Notoriété</li> <li>2. Appro/matière première</li> <li>3. Facilité à obtenir des capitaux (liquidité)</li> <li>4. QA et certifications</li> <li>5. Bactériocine (Marque privé)</li> <li>6. Structure de l'organisation (Agilité et adaptabilité (technologique))</li> <li>7. Connaissance du marché - force vente</li> <li>8. Politiques RH</li> <li>9. Respect des engagements + relation fournisseurs</li> <li>10. Capacité de Production - efficacité</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stratégie réseaux sociaux et présence médiatique</li> <li>2. Main d'<u>œuvre spécialisée</u> formation en usine et rétention, taux d'absentéisme.</li> <li>3. <u>Présence</u> dans le <u>marché</u> hors Québec</li> <li>4. <u>Coûts</u> de production non <u>maximisé</u></li> <li>5. Intégration des systèmes / historique des données</li> <li>6. Procédures pour gestion des connaissances (Accessibilité)</li> </ol>
OPPORTUNITÉS			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manque main d'oeuvre (opportunité produits)</li> <li>2. Nouvelles tendances d'achats (mangersanté, écoresponsable, produit local)</li> <li>3. Marché Canada(Ontario)</li> <li>4. Subvention</li> <li>5. Réseaux sociaux - Visibilité</li> <li>6. Commercialisation Bacm35</li> <li>7. Relations avec tiers parties</li> </ol>		<ul style="list-style-type: none"> <li>o Profiter de la bactériocine afin d'atteindre de nouveaux marchés (national et international)</li> <li>o ODS – Produit clé en main (format, etc..)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Plan d'accueil (intégration/Santé-sécurité/ processus d'application)</li> <li>o Stratégie pour utiliser le site web pour plus visibilité</li> <li>o Optimiser tous les nouveaux équipements</li> <li>o Intégrations données pour optimiser les couts de production</li> <li>o Gestionnaires de comptes reste du Canada (améliorer la force de ventes )</li> </ul>
MENACES			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Changement d'habitudes (inflation)</li> <li>2. Pénurie/augmentation des coûts</li> <li>3. Enjeux matière première (prix, rareté, transport)</li> <li>4. Conflits politiques et autres bouleversements</li> <li>5. Réseaux sociaux (Bouche oreille négatif)</li> <li>6. Variation du taux de change</li> <li>7. Compétiteurs (un grand nombre et mondialisation)</li> </ol>		<ul style="list-style-type: none"> <li>o Vendre et diversifier au É-U afin de vendre dans la même devise que les matières premières. pour la Bac M35 - Aliotech.</li> <li>o Conserver les opportunités vendre au Canada et É-U (tartare, burgers, saumon fumé congelé)</li> <li>o Négociations de prix grâce à nos bonnes relations clients/fournisseurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Structurer et standardiser les processus afin de diminuer nos coûts à l'interne.</li> <li>o Formation main d'oeuvre compétente, rôles et responsabilité, développer l'autonomie et proactivité, rétention, communications entre départements (réunions, rencontres d'équipes)</li> <li>o Maintenir un haut standard de contrôle de <u>qualité</u></li> </ul>

# Aliotech

Par Fumoir Grizzly

## La division de bio-conservation de Fumoir Grizzly

- Créé en 2022
- Création de bio-ingrédients innovants et naturels : BAC-M35
- Partenariat U. Laval



# Innovation & Développement de Produits

- **Objectif d'innovation** : 2 nouveaux produits par année.
- **Stratégies d'Innovation** :
  - Adaptation aux Besoins des Consommateurs : Saines et pratiques.
  - Design Thinking : Processus d'innovation interne centré sur le consommateur.
  - Collaboration avec d'autre producteur et joueurs de l'industrie.
  - Partenariats en R&D : Collaboration pour des innovations basées sur les nouvelles technologies alimentaires.
  - Demande des clients : utilisation, défis, nouveauté, besoin etc.



# Innovation & Développement de Produits

- **Stratégies d'Innovation :**

- Diversifier les produits pour diversifier le risque, rentabiliser nos équipements augmenter nos parts de marchés, augmenter chiffre d'affaires en fonctions de différents critères :
  - Espèces de saumon
  - Place dans l'assiette
  - Méthode de production et équipement utilisé
- Partenariats avec des institutions d'enseignement pour la R&D.
- Intégrer des pratiques/produits durables : c'est une tendance du marché, démarches pour l'obtention de certifications.



# Intégration de pratique et produits Durables



- **Approvisionnement Responsable** : Certification Ocean Wise, MSC et ASC pour des pratiques durables.
- **Engagement Durable** : Optimisation de la chaîne d'approvisionnement pour une empreinte réduite.
- **Responsabilité Sociale** : Soutien communautaire et implication dans des initiatives régionales pour l'innovation et le développement durable.



# Bureau de projets pour la gestion des innovations

- **Rôle** : Centraliser et structurer la gestion de chaque projet d'innovation.
- **Processus** :
  - **Rencontres et Collaboration** : Brainstorming et suivi.
  - **Indicateurs de Performance** : Évaluer chaque étape et limiter les coûts d'échec.
  - **Échéanciers et Décisions** : Structure rigoureuse pour optimiser les projets jusqu'à leur mise en marché.

# Bureau de projet – le processus

- Démarrage du projet → Planification → Mise en œuvre → Suivi de l'efficacité → Aboutissement à terme
- Soutient et planification avec l'aide de notre chargé de projet régulier
- Importance des échéanciers
- Communication au sein de l'équipe : bon déroulement de chacune des tâches
- Gestion des priorités



# Bureau de projets pour la gestion des innovations

				Septembre 2024		Octobre 2024		
#	Projet	Sorte du projet	Responsable	Commentaires et suivis	Prochaine action	Commentaires et suivis	Contraintes/défis et éléments de solutions	Prochaine action
1	Effiloché de saumon fumé sans sauce	Nouveaux produits	Normand					
2	Cube sans antibiotique	Nouveaux produits	Normand / Sarah-Myriam	Rendu avec nous depuis juin 2024	Contrat fini fin mars 2025, a renouveler	tout est prêt .	l'augmentation de prix est de plus de \$/lb.	_ Normand doit leur parler pour savoir s'ils sont prêt a faire le saut et considerer le prix en mars avant le Boston Seafood show.
4	Project recyclabilité-emballages (SUBVENTION)	Nouveaux produits	Michelle	NR a remit carte d'affaire a Dayana d'une entreprise rencontrer au salon Sobeys fin septembre 2024. En suivi pour passer l'inventaire des sacs IT reçu la fiche de spécification de la pellicule des sacs (Foodpak) et la composition répond aux normes de recyclabilité. L'usine de fabrication , en Corée, a une certification GFSI. Contact	Produire tous les sacs d'ici le 31 décembre 2024. soumission commence bientôt, on va recevoir leur document officielle prochainement			
5	Belly	Nouveaux produits	Mathieu P			Pause	Pause	Pause
6	Tartare	Nouveaux produits	Normand	Sarah-Myriam a fait le suivi septembre 2024 pour les commentaires et points a corriger sur leur boîte	En attente des commentaires envoyé et suivi du projet	Dayana a envoyé un mail de rappel pour leur dire que nous attendons leur retour afin de continuer avec la collaboration. Ils sont rendus à l'étape d'envoyer des échantillons pour pouvoir sécuriser un listing et nous reviendra dès qu'ils ont une confirmation pour finaliser les emballages.		Nous attendons leur retour pour prendre action



# Conclusion

- **Synthèse** : Innovation, durabilité, et partenariats sont au cœur de la stratégie de Grizzly.
- **Perspective Future** : Expansion internationale et renforcement de notre rôle dans la sécurité alimentaire et la biotechnologie.
- Projet de recherche majeur en bioconservation ! On veut changer le futur de l'agroalimentaire !



« Si vous avez des objectifs de croissance et d'expansion,  
faites un plan et vous les atteindrez assurément! »

MERCI!