



# La transformation ? Une question capitale



Par Desjardins Marketing Stratégique

# Plan de la présentation

- Et si c'était vrai ...
- La transformation? Une question capitale
- La transformation? Potentiel et survie
- Éléments pouvant influencer la demande pour le bleuet et les produits transformés
- Désirs du consommateur : principaux axes
- Explorer de nouveaux horizons : créativité
- La créativité à l'œuvre : des exemples
- De la création à la mise en marché
- Prix
- Anecdote et analogie
- Des exemples qui parlent d'eux-mêmes
- Des chiffres qui parlent

**La transformation ? Une question capitale**

**Et si c'était vrai ...**

## **La transformation ? Une question capitale**

*« Juin 2009 : un centre de recherche affecté au CHUL vient de faire une découverte remarquable.*

*En effet, deux éminents médecins viennent d'identifier un nouveau médicament révolutionnaire contre le cancer, à partir d'un extrait de bleuet. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« Une crème anti-ride « bleu de nuit » vient d'être mis au point par un laboratoire japonais, à partir du bleuet récolté au lac Saint-Jean, au Canada.*

*Trois compagnies multinationales ont l'intention d'y installer des usines de transformation et de commercialiser une gamme de produits distinctive. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« Mai 2007; plus de 25 000 croisiéristes se sont arrêtés à Saguenay, dans la baie des Ha-Ha.*

*Ils y ont reçu en guise de cadeau de bienvenue un échantillon du fameux produit « Bleuet de glace », mondialement reconnu. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« La firme canadienne Lise Watier mettra en marché dès 2008 une gamme de produits de beauté appelée tout simplement « Bleu »; cette gamme inclut une lotion après rasage, du baume, des savons et du shampoing, dont le principal ingrédient est le bleuet nain du Saguenay-Lac-Saint-Jean. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« La plupart des gastronomes n'y croyaient pas, mais une entreprise artisanale près de Dolbeau a mis au point un fromage « bleu » qui rivalise avec les « gorgonzola » de ce monde; primé à quatre reprises dans des foires mondiales comme une innovation gustative sans pareil, le bleu du lac Saint-Jean intègre dans sa structure des succulents bleuets. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« En Angleterre, après plusieurs années d'intenses expériences, la compagnie Pfizer vient de mettre au point un médicament qui fera le bonheur des parents*

*puisque il exerce une action calmante globale sur le système nerveux. De nature neuroleptique, le Ritalin fera place à un médicament naturel à base de bleuet. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« Une usine de confitures haut de gamme a ouvert ses portes il y a près de 2 ans à Saint-Félicien; les trois spécialités de la maison « Confitures bleuet et champagnes, confitures bleuet et Grand Marnier, confitures bleuet et Cointreau y sont maintenant produits pour des fins d'exportation. La dernière année, la boutique de cadeaux de l'usine a accueilli quelque 45 000 personnes qui y ont laissé une facture moyenne de 22 \$, soit un million de dollars en vente directe. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

*« Dans le monde des affaires d'aujourd'hui, il serait irresponsable de ne pas s'interroger sur la cohérence de notre produit par rapport aux besoins des clients actuels et futurs. »*

## **La transformation ? Une question capitale**

**Et si la demande pour le bleuet tel qu'on le connaît aujourd'hui se mettait à décliner subitement?**

**Pourrait-on rapidement s'en remettre?**

**Pourrait-on trouver rapidement de nouveaux débouchés?**

**Et si une catastrophe écologique survenait ?**



## **La transformation ? Une question capitale**

**Le producteur de bleuet se doit de se poser les questions suivantes :**

- a)Quelles sont les tendances du marché de la consommation ?
- b)Y a-t-il des besoins non satisfaits dans le marché ?
- c)Y a-t-il de nouvelles opportunités cachées ?

## La transformation ? Potentiel et survie

### Notion du produit à valeur ajoutée

- a) Augmentation des marges bénéficiaires
- b) Contribution au positionnement de la marque
- c) Distanciation de la concurrence
- d) Assurance de nouveaux débouchés commerciaux

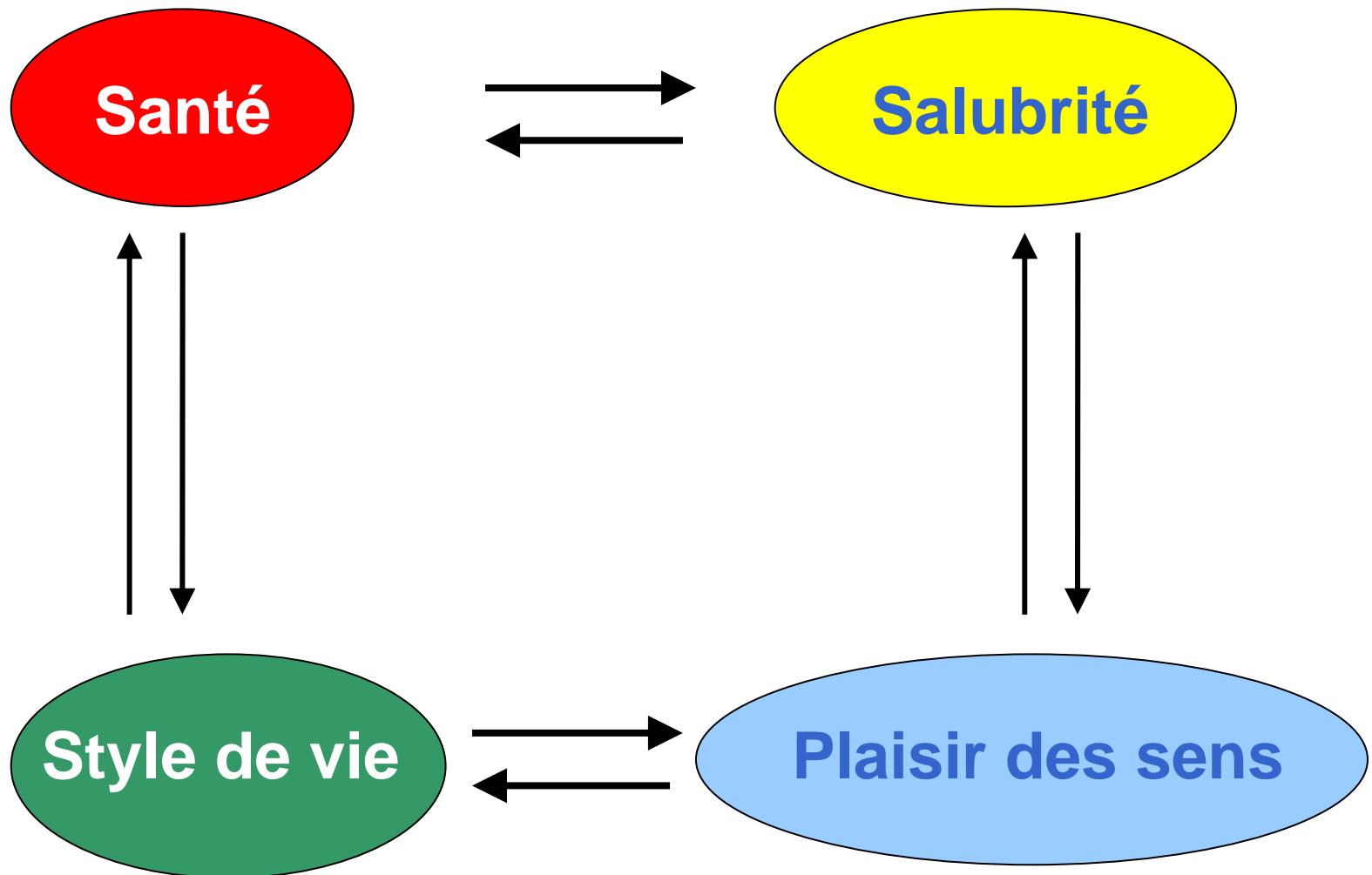
*Le centaure Chiron, fondateur de la médecine, inventa nombre de remèdes à base de plantes, notamment une solution de racines de bleuets, utilisée pour améliorer la vue, d'où son nom de "casse-lunettes" qui a prévalu durant la première guerre mondiale chez les pilotes.*

*La Semaine Verte, Radio-Canada, 22 septembre 2002*

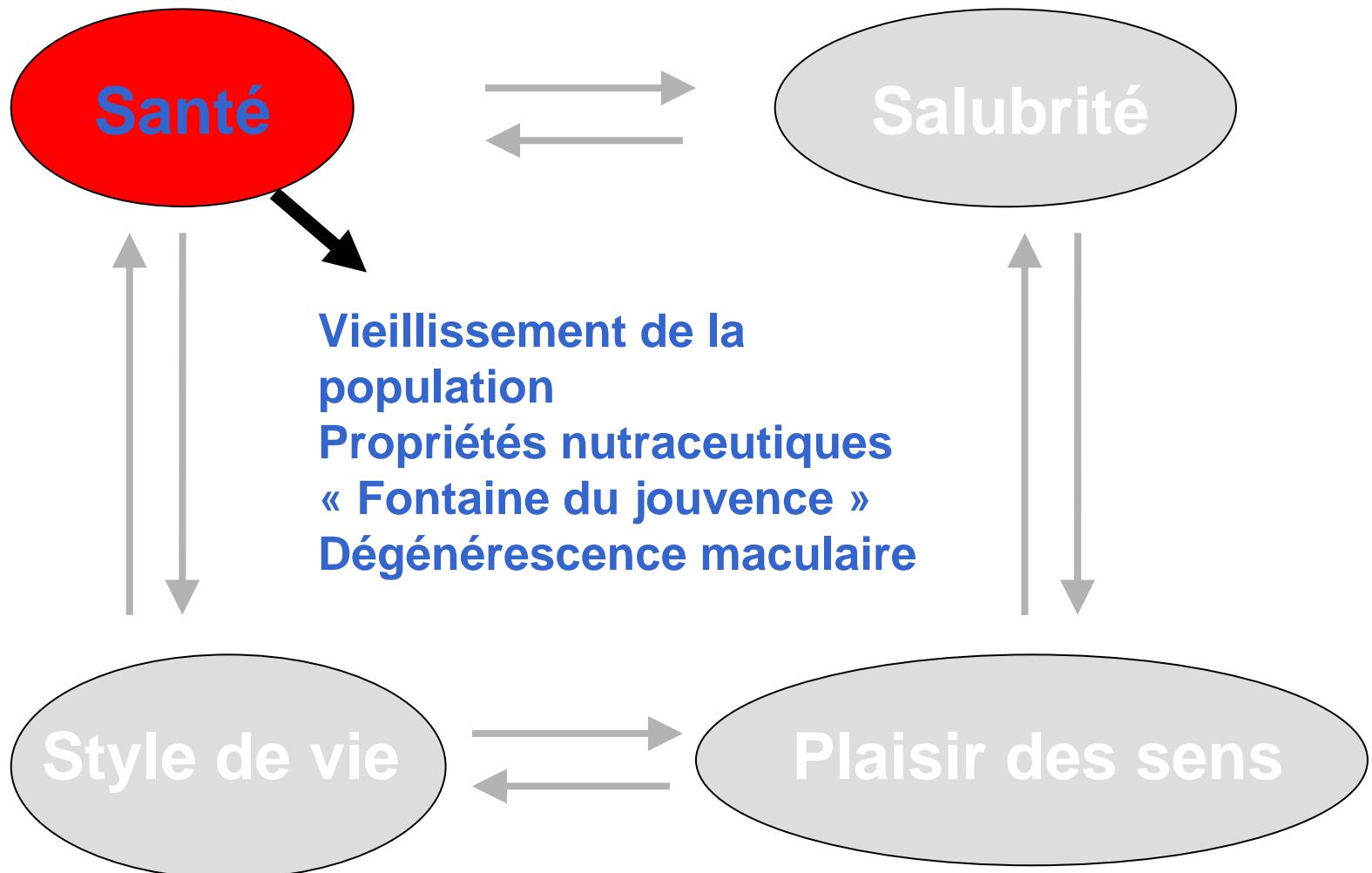
## **Éléments pouvant influencer la demande pour le bleuet et les produits transformés**

- aliments sains faible en teneur en gras;
- soucis pour la protection de l'environnement;
- aliments pratiques et faciles à préparer;
- aliments qui stimulent la sensibilité gustative – expérience de saveur;
- influence de la nourriture ethnique.

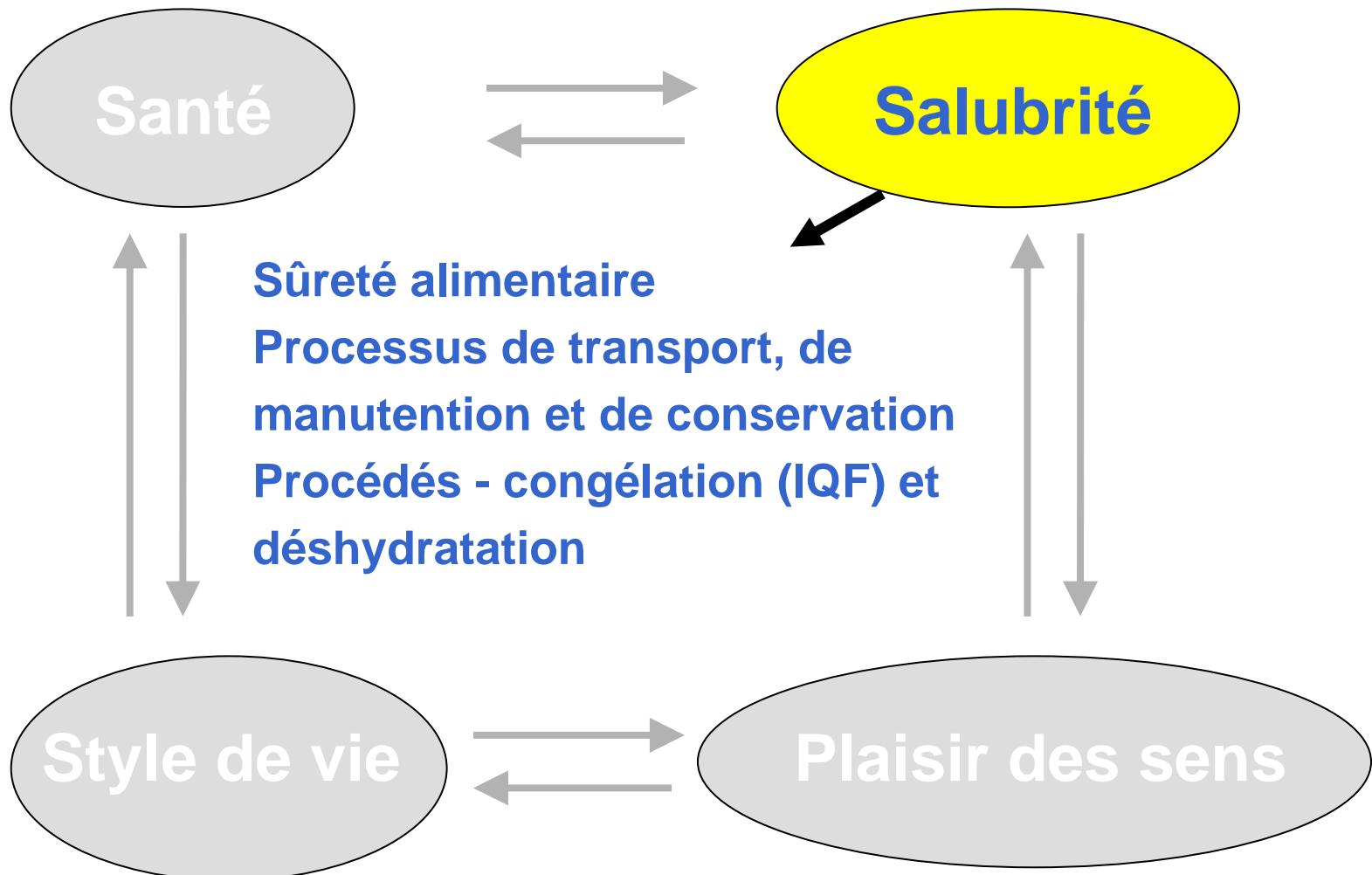
## Désirs du consommateur : principaux axes



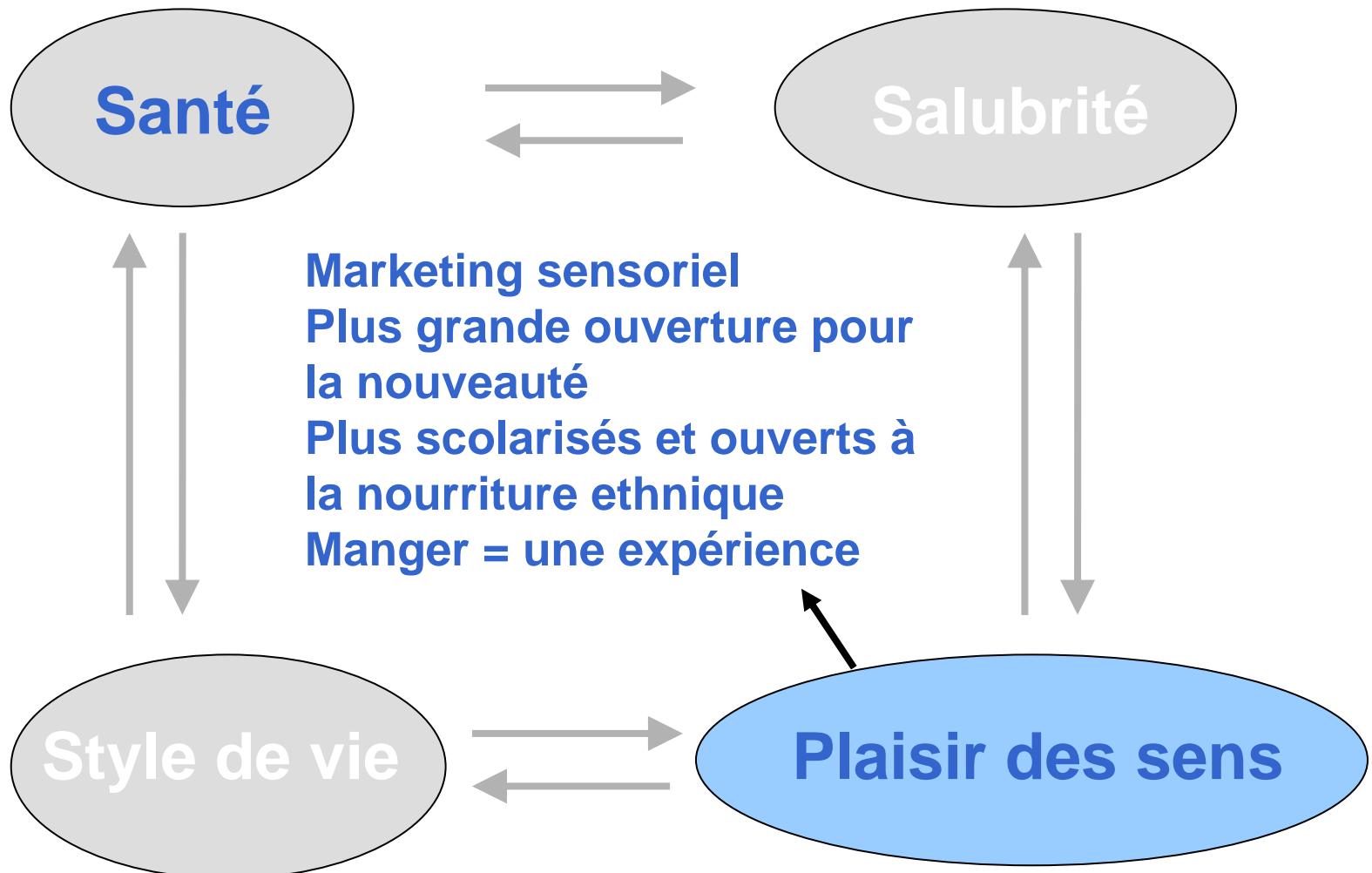
## Désirs du consommateur : principaux axes



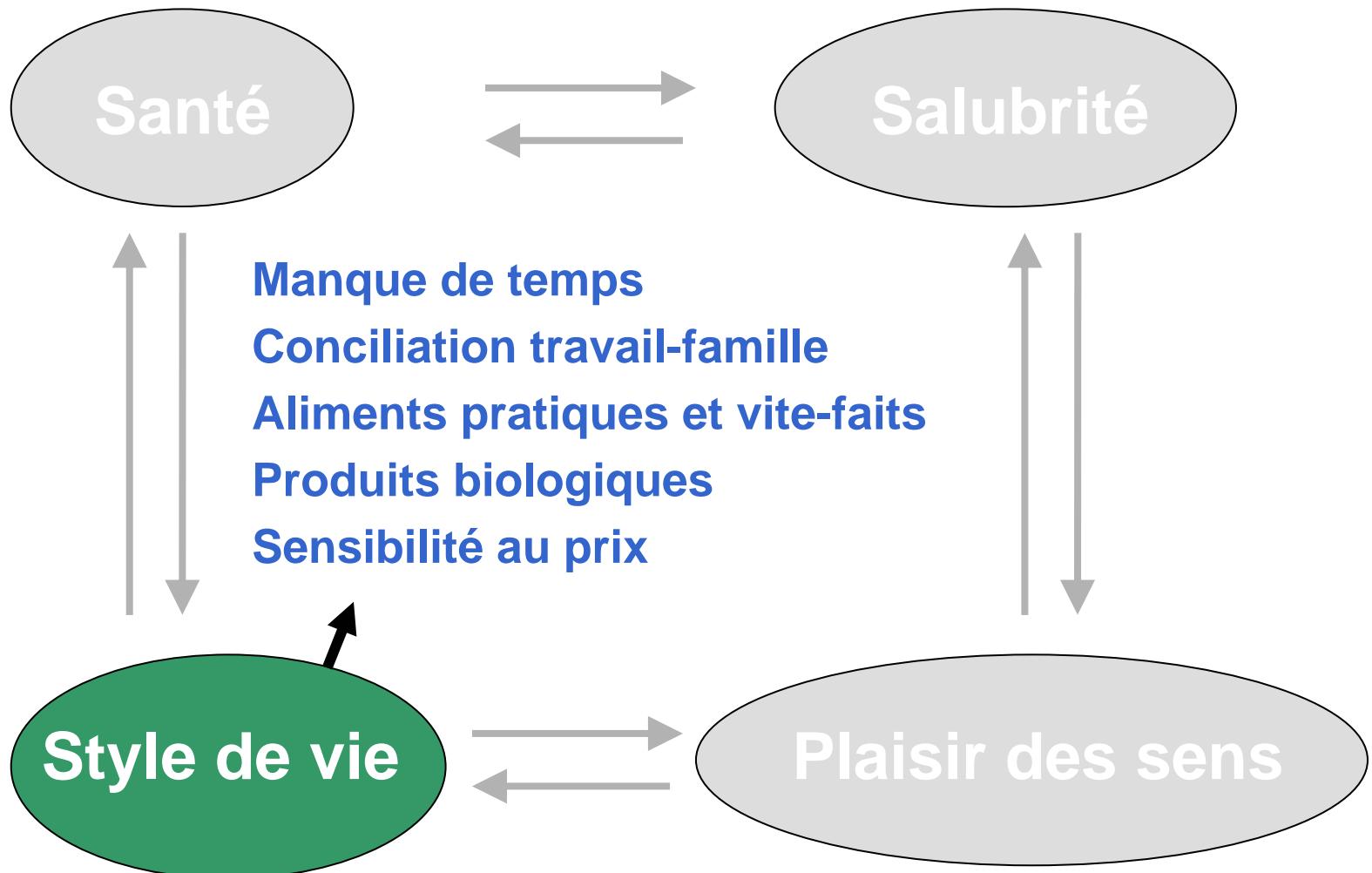
## Désirs du consommateur : principaux axes



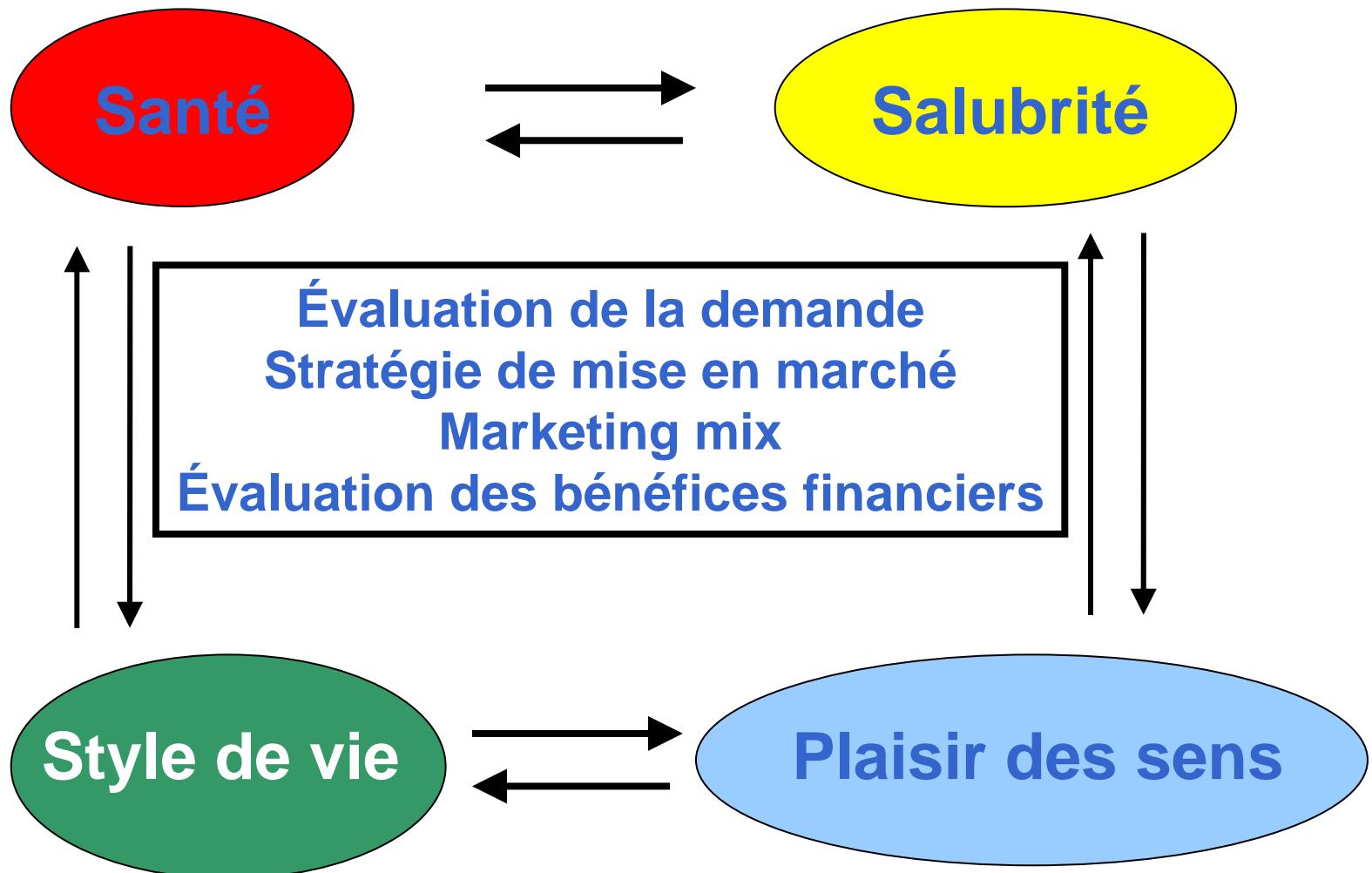
## Désirs du consommateur : principaux axes



## Désirs du consommateur : principaux axes



## Désirs du consommateur : principaux axes



## Explorer de nouveaux horizons : créativité

- s'observer dans la vie de tous les jours;
- fureter les allées des supermarchés et magasins spécialisés;
- comparer avec d'autres aliments : pourrait-on l'appliquer au bleuet?;
- scruter les menus de restaurants pour de nouvelles occasions;
- voir ce qui se fait ailleurs : autres régions, autres pays;
- encourager la créativité auprès des employés.



## **Explorer de nouveaux horizons : créativité**

**Développer de nouveaux produits et élargir le marché :**

- **Addition de caractéristiques (ex.: propriétés nutraceutiques);**
- **Extension de la gamme de produits (ex.: nouveaux formats, nouvelles clientèles cibles);**
- **Amélioration de la qualité (ex.: apparence, maturité du produit)**

## **La créativité à l'œuvre : des exemples**

**Burgers avec une purée de bleuets**

**Nourriture pour chiens composée de bleuets**

**Dentifrice à la saveur d'oranges**

**Confitures à base de purée de carottes**

**Vin à base de jus de rhubarbe**

**Caramels aux pommes (« Apple Toffees »)**

**Jus de canneberges pour certains formes d'atteinte à la moelle épinière**

**Frites de betteraves**

**Parapluies faits de peaux de bananes dans certaines tribus**

## De la création à la mise en marché

**Vous avez eu une idée de produit transformé ?**

### Recherche marketing

Acceptation du produit  
Identification des marchés-cibles  
Connaissance du processus d'achat  
Sensibilité au prix  
Tests de goût  
Adaptation du produit / ajustements

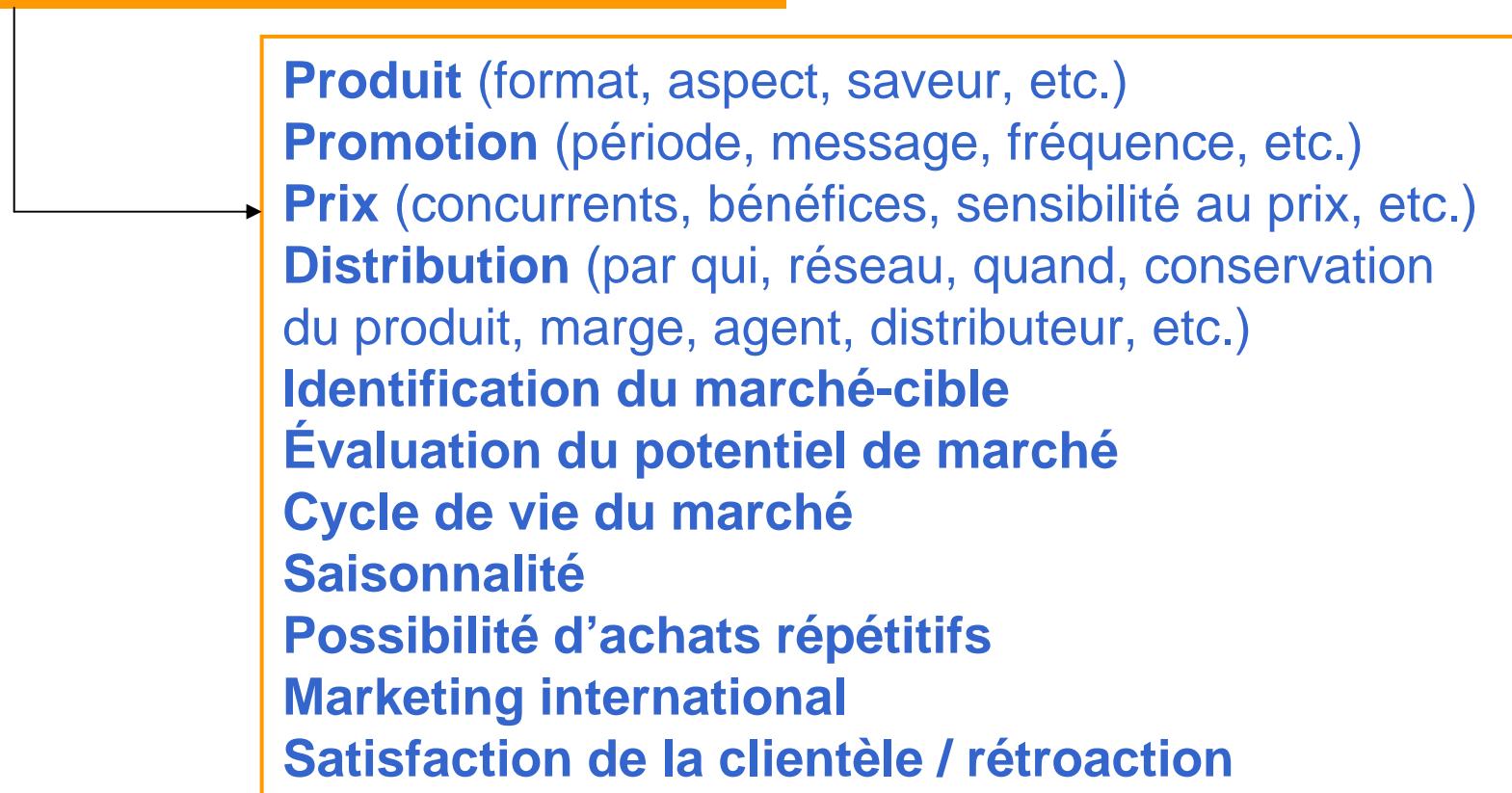
### Identification de partenaires

Finances  
Marketing  
Chimie / Ingénierie des processus  
Légal  
Distribution

## De la création à la mise en marché

**Vous avez eu une idée de produit transformé ?**

### Mise en marché



***Le bon produit, au bon moment, au bon endroit et au bon prix.***

## De la création à la mise en marché

**Vous avez eu une idée de produit transformé ?**

### Ressources humaines

Nouveaux procédés / nouvelles façons de faire  
Résistance au changement  
Employés : partenaires à l'interne  
Nouveau projet – engouement / insécurité

### Légal

Réglementation sur la salubrité  
Respect de brevets et marques de commerce  
Concurrence

## De la création à la mise en marché

**Vous avez eu une idée de produit transformé ?**

**Chimie / ingénierie**

Procédés de fabrication/emballage/entreposage  
Conservation – durée de vie du produit  
Recette  
Innovation

**Finances**

Investissements (physiques, formation, etc.)  
Plan de financement  
Retour sur investissement  
Délai de récupération  
Valeur actualisée nette  
Diversification – risques et avantages  
Intégration avec flux financiers existants

Prix

Prix comptable

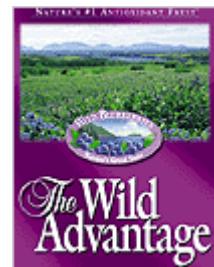
≠

Prix marketing

## Prix

Prix de vente = Coûts totaux + Profits +

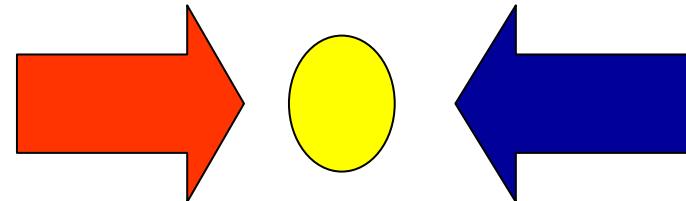
Prime pour l'avantage perçu



The Power of Blue™

## Prix

### Forces d'influence



- Prime pour l'avantage perçu
- Phénomène de rareté (réel ou perçu)
- Risques perçus
- Concurrence
- Bénéfices escomptés
- Stratégies de promotion
- Coûts de la chaîne de distribution
- Saisonnalité du produit
- Taxes applicables
- Économies de volume



Labatt Bleue  
24 X 341 ml  
2,62 \$ / L



Heineken  
12 X 330 ml  
4,80 \$ / L



Marque maison  
Compliments  
6 X 341 ml  
2,19 \$ / L



Kick  
Bière+Guarana  
12 X 341 ml  
4,15 \$ / L

## Anecdote et analogie

*Un représentant pour une compagnie de sandales a été envoyé très loin dans un pays désertique, où tout le monde marchait pieds nus, pour y vendre des sandales.*



## Anecdote et analogie

*Après quelques semaines, il appela au siège social, pour démissionner. Il dit alors : « Personne ne porte de sandales ici, ni même de souliers. Il n'y a pas de marché ici pour nous. »*

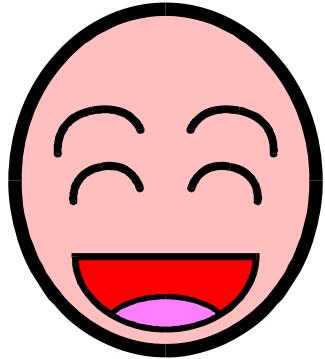


## Anecdote et analogie

*Un nouveau représentant fut rapidement dépêché dans le pays, pour tâter le terrain à nouveau.*

*Après quelques semaines, il appela lui aussi le siège social.*

## Anecdote et analogie



*Il dit alors :*  
*« C'est super ! Personne ne porte de sandales ici, ni même de souliers. Il y a un marché énorme pour nous. »*

## Des exemples qui parlent d'eux-mêmes

### Des exemples qui parlent d'eux-mêmes

- « Je me sens rejet » (tourbe)
- Petit poisson deviendra « grand » (maquereau)
- Fumer est interdit (le hareng fumé)
- Pomme d'api (la pomme)
- Etc.

## **Le bleuet : quelques données**

### **Des chiffres qui parlent :**

- **90 % à 95 % de la production des bleuets au Québec est concentrée au Saguenay-Lac-Saint-Jean (MAPAQ);**
- **De cette proportion, 82 % est produite en bleuetière et 18 %, en forêt (approx. 16 400 000 kg et 3 593 975 kg);**
- **90 % de la production canadienne de bleuets est exportée;**
- **La majorité des bleuets nains importés des États-Unis proviennent du Canada (principalement entre les mois de juin et septembre, avec un pic en août);**

## Le bleuet : quelques données

### Des chiffres qui parlent :

- Au Canada, on récolte 2 fois plus de bleuets sauvages que de bleuets cultivés mais pour des revenus comparables (2002)
  - Bleuets sauvages 43 511 tonnes métriques ➔ 42,4 M \$
  - Bleuets cultivés 20 083 tonnes métriques ➔ 47,3 M \$
- En comparaison à certains fruits similaires et certains légumes, le bleuet serait celui ayant la plus grande capacité antioxydante (test ORAC, Journal of Agricultural and Food Chemistry)