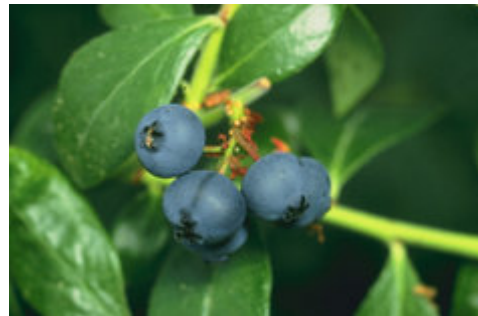


La transformation ? Une question capitale



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 « Bleuets 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 bleuets 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

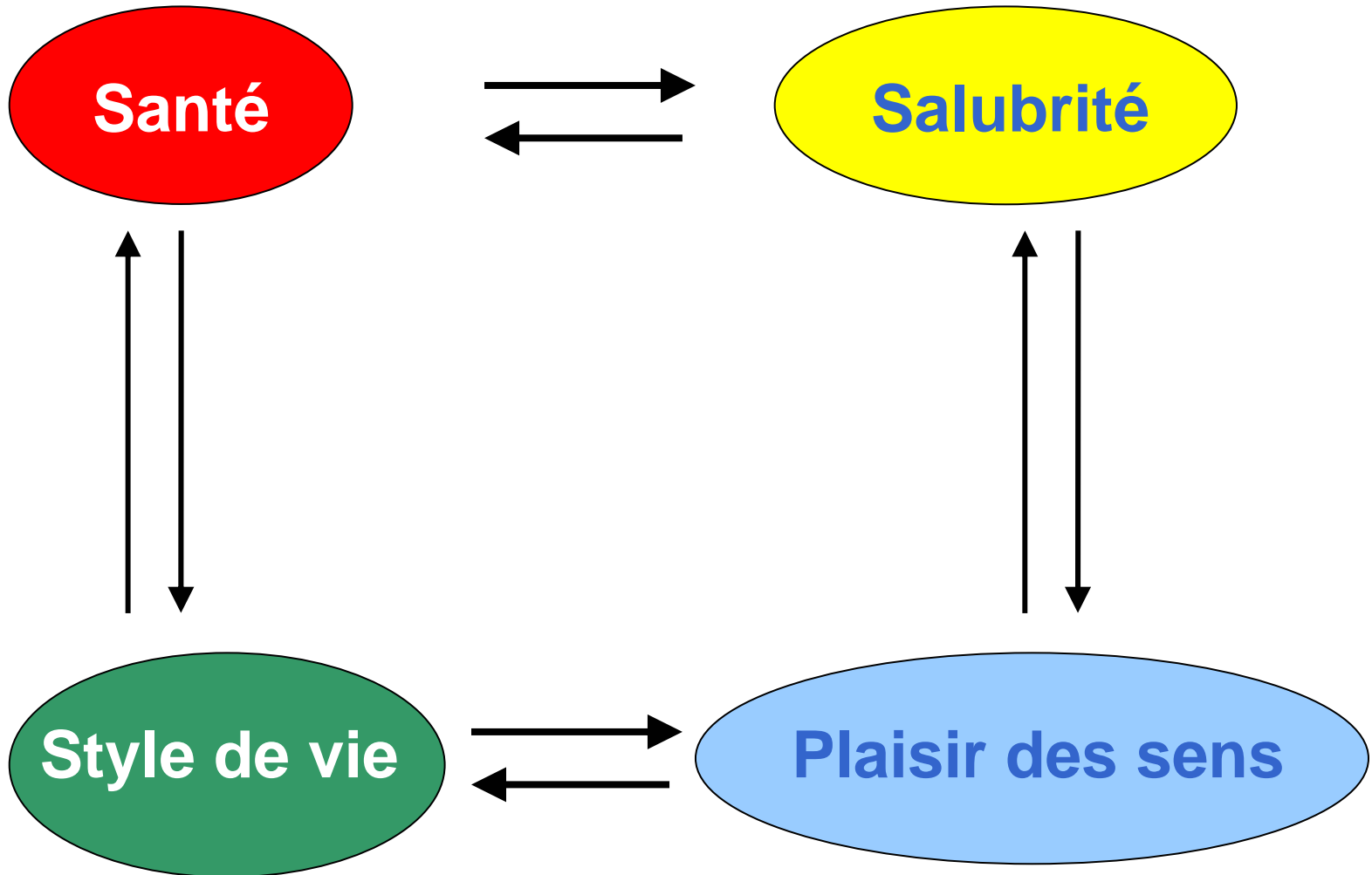
Le centaure Chiron, fondateur de la médecine, inventa nombre de remèdes à base de plantes, notamment une solution de racines de bleuets, utilisée pour améliorer la vue, d'où son nom de "casse-lunettes" qui a prévalu durant la première guerre mondiale chez les pilotes.

La Semaine Verte, Radio-Canada, 22 septembre 2002

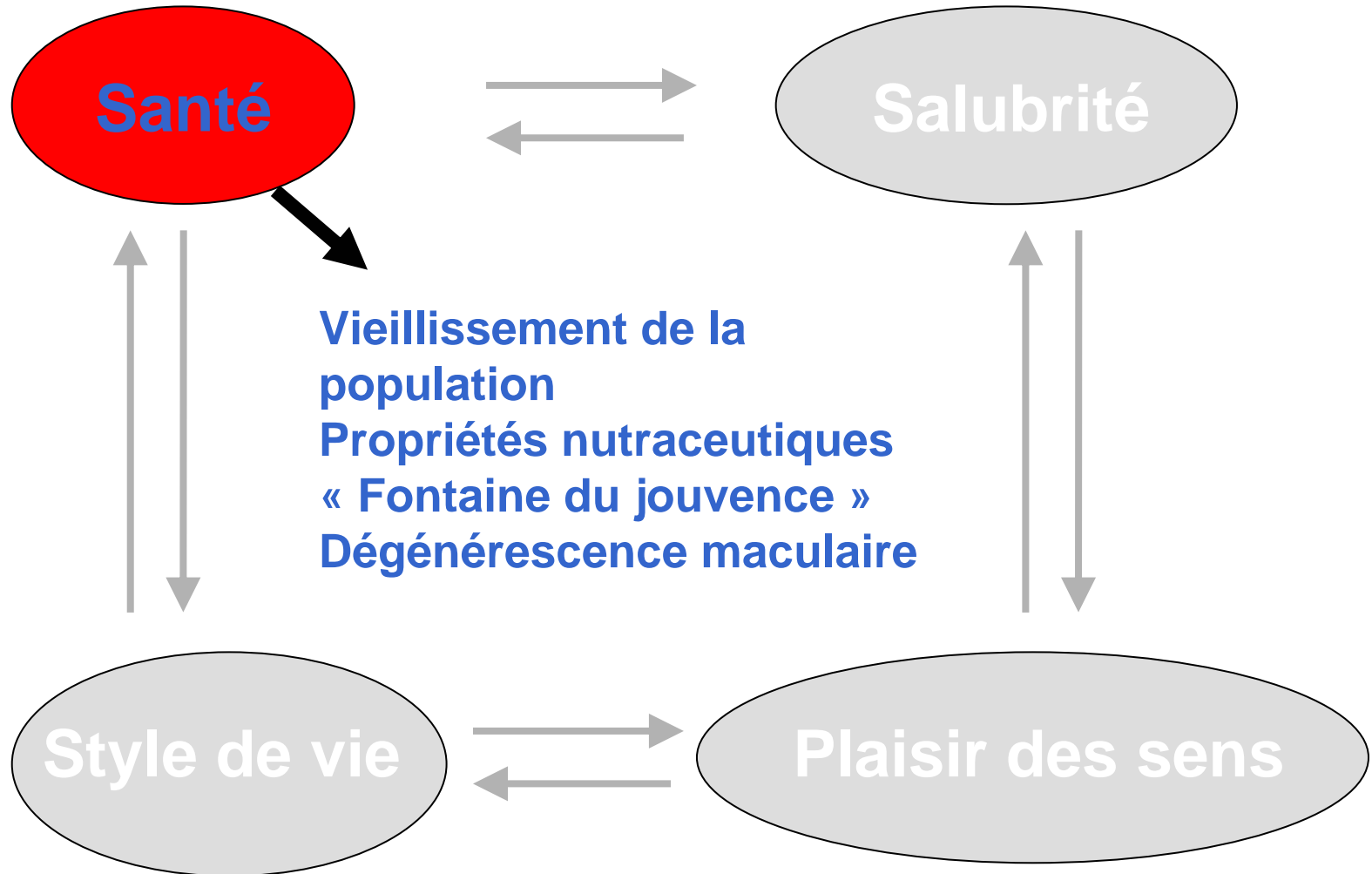
Éléments pouvant influencer la demande pour le bleuet et les produits transformés

- **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.**

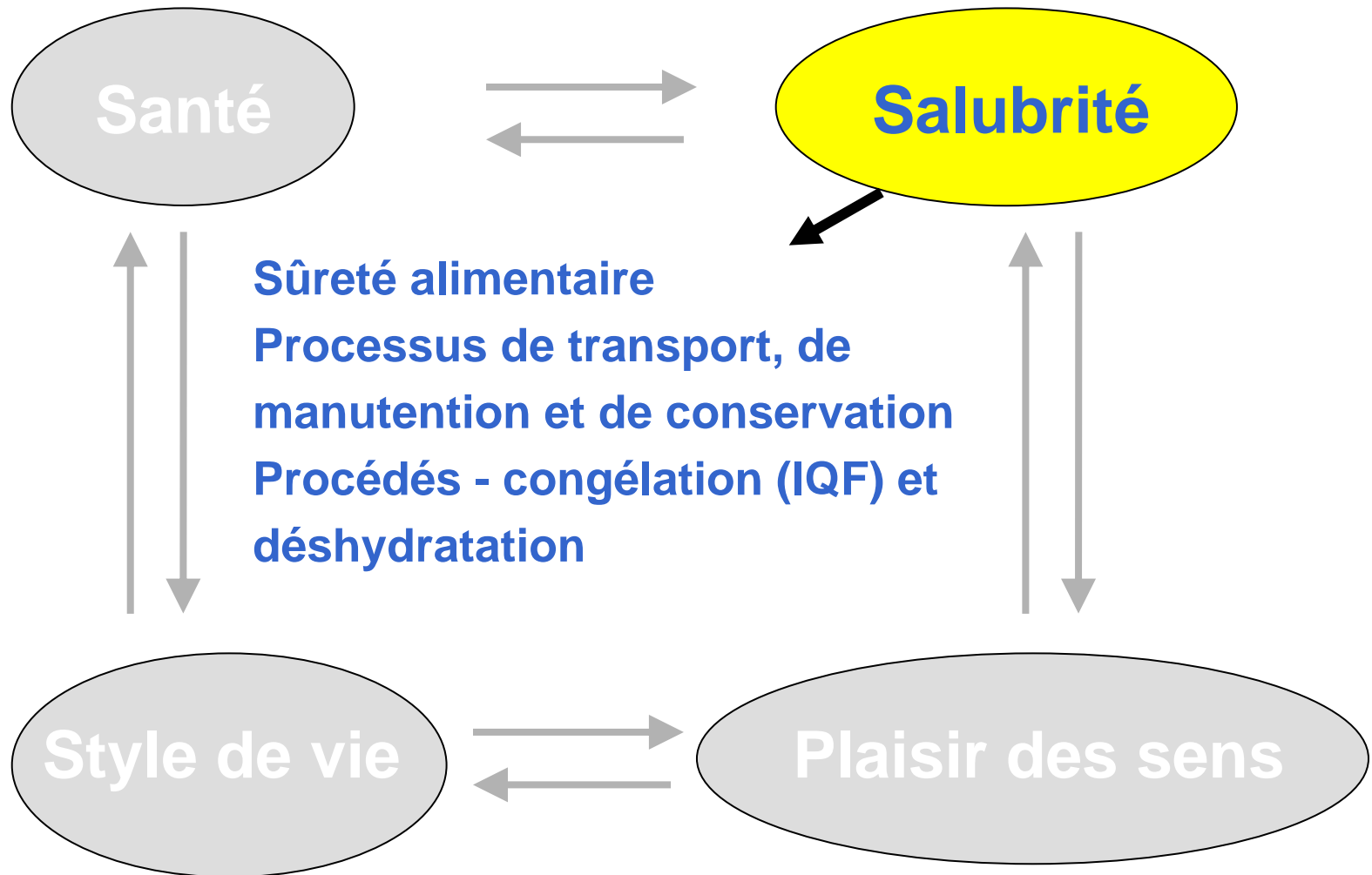
Désirs du consommateur : principaux axes



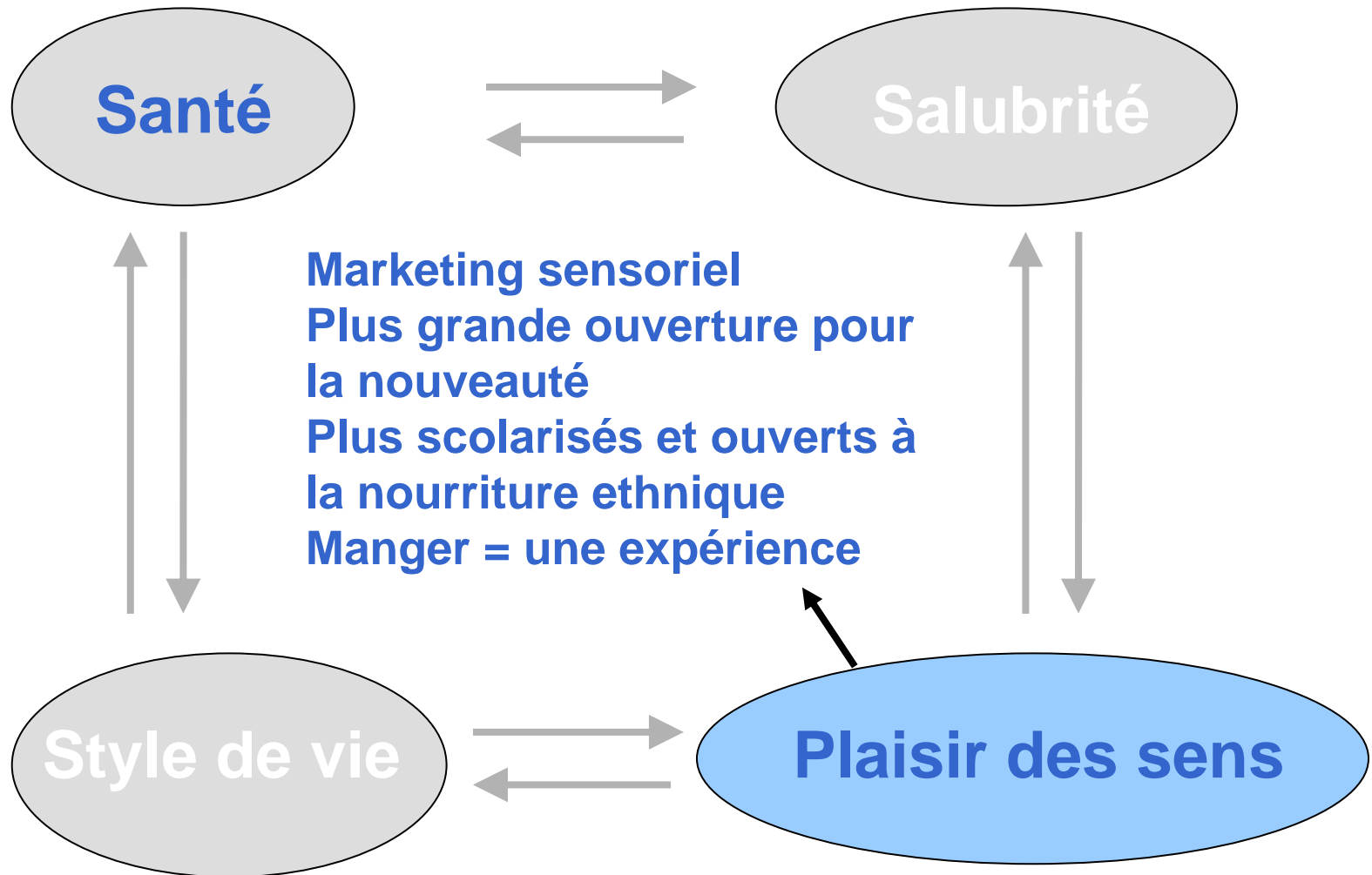
Désirs du consommateur : principaux axes



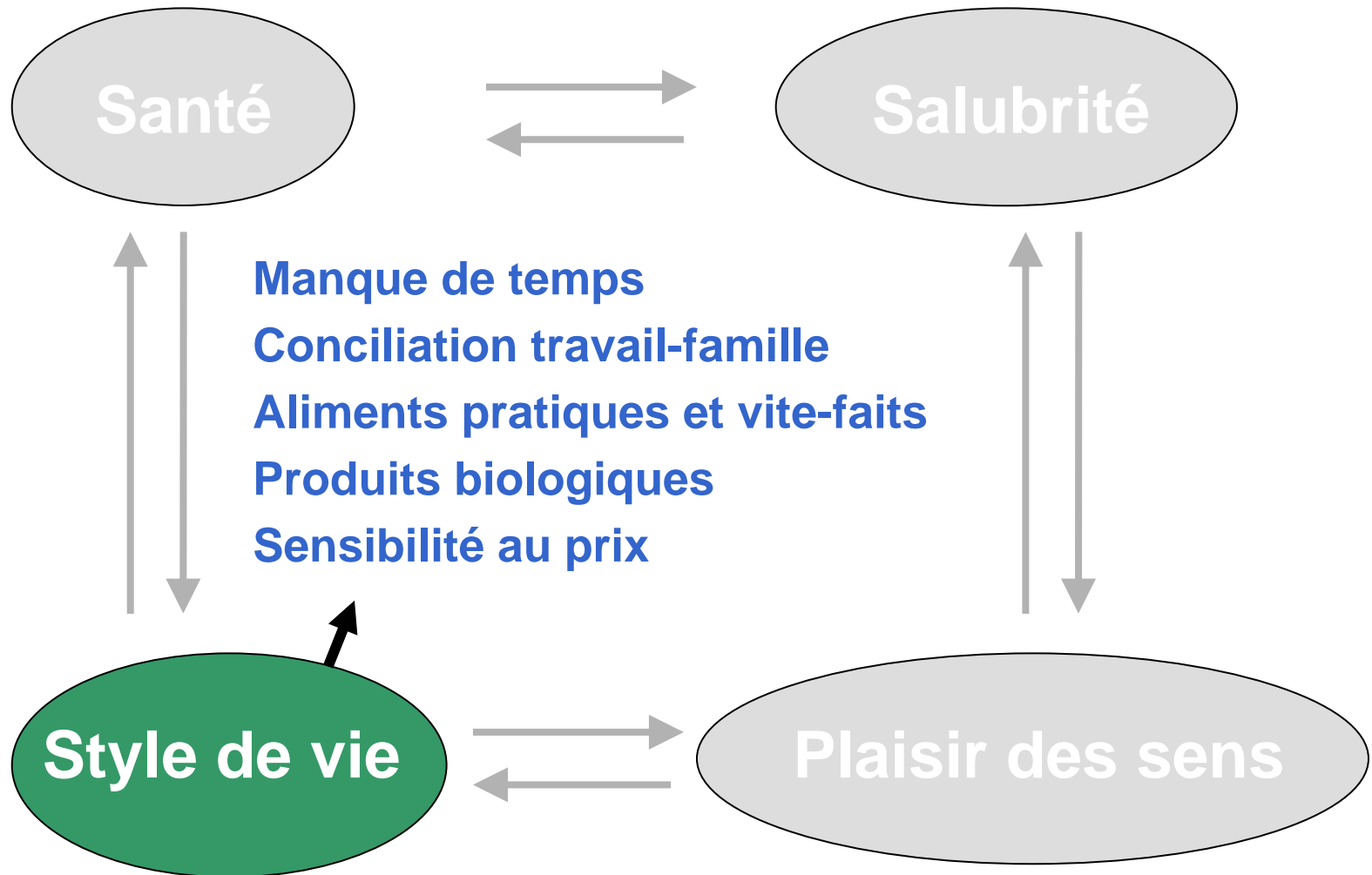
Désirs du consommateur : principaux axes



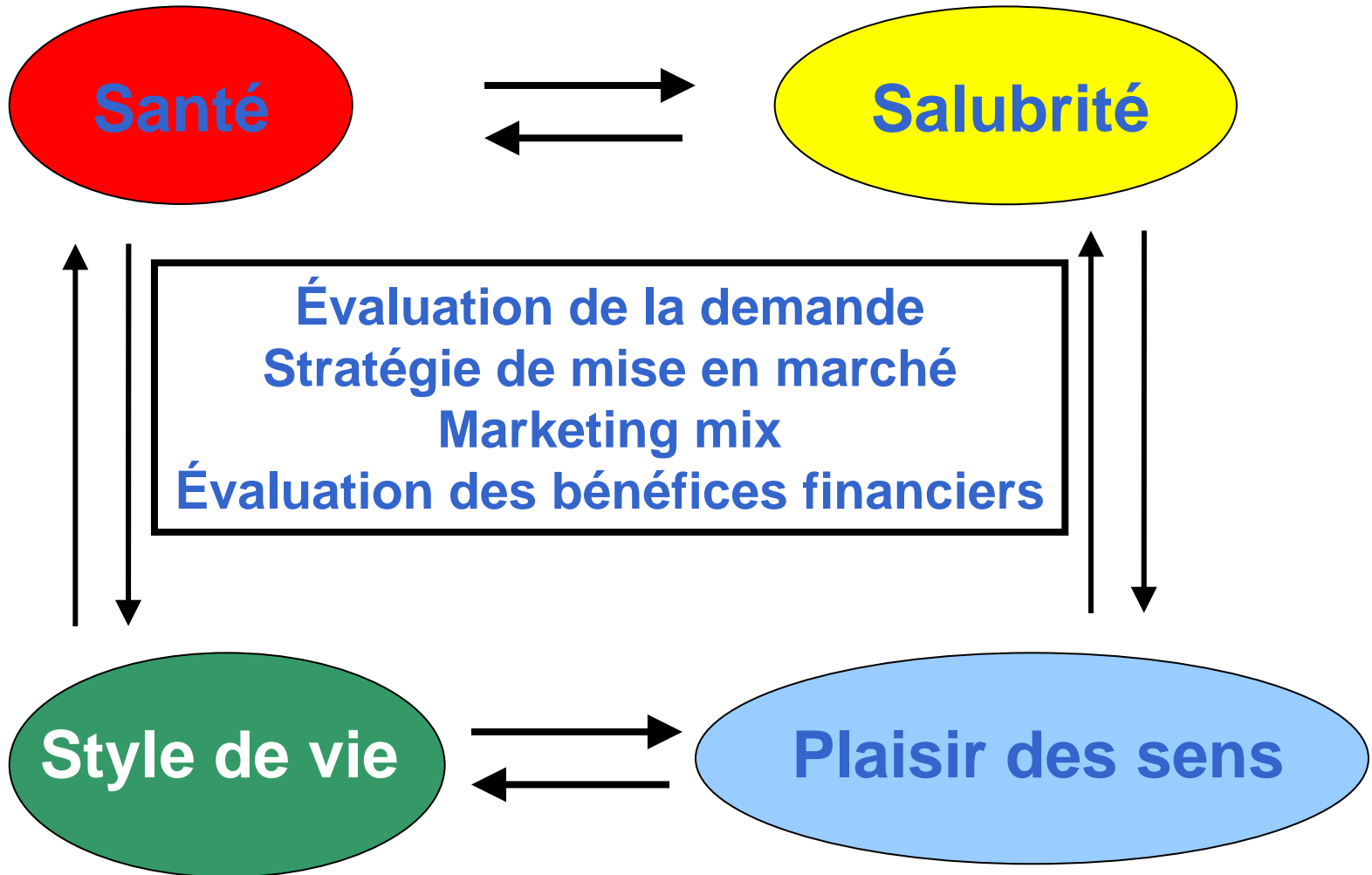
Désirs du consommateur : principaux axes



Désirs du consommateur : principaux axes

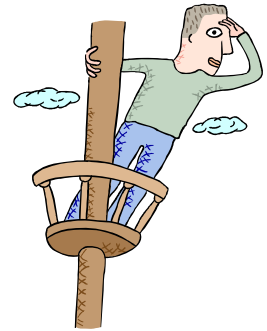


Désirs du consommateur : principaux axes



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 moëlle 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

Produit (format, aspect, saveur, etc.)
Promotion (période, message, fréquence, etc.)
Prix (concurrents, bénéfiques, sensibilité au prix, etc.)
Distribution (par qui, réseau, quand, conservation du produit, marge, agent, distributeur, etc.)
Identification du marché-cible
Évaluation du potentiel de marché
Cycle de vie du marché
Saisonnalité
Possibilité d'achats répétitifs
Marketing international
Satisfaction de la clientèle / rétroaction

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

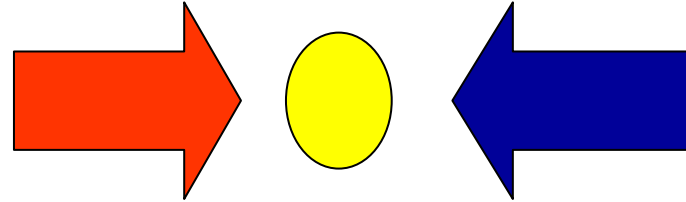
$$\text{Prix de vente} = \text{Coûts totaux} + \text{Profits} + \text{Prime pour l'avantage perçu}$$



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



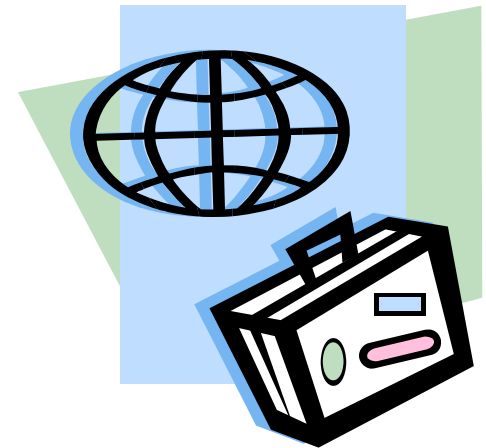
Marque maison
Compliments
6 X 341 ml
2,19 \$ / L



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. »

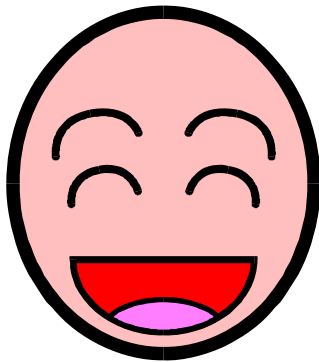


Anecdote et analogie

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)