

CONFÉRENCE
Innovations dans la mise en marché bio
L'Europe peut-elle inspirer le Québec?
Avec Burkhard Schaer, Ecozept

Organisé par le
Centre d'expertise et de transfert en agriculture biologique et de proximité
Cégep de Victoriaville
Denis La France, chargé de projet
Les 25, 26 et 27 janvier 2011.

Faits saillants

En collaboration avec les partenaires ci-dessous, le cégep de Victoriaville a organisé une conférence d'une journée avec Burkhard Schaer, spécialiste européen des marchés bio, suivie d'une journée de formation pour un groupe restreint ainsi que d'une rencontre à la Filière biologique du Québec.

118 personnes se sont inscrites à la conférence du 25 janvier, dont 78 agriculteurs et 40 intervenants. En collaboration avec des conseillers du MAPAQ, la conférence a été transmise par visioconférence à 59 personnes à Rouyn-Noranda, New Richmond, Les Méchins, Cap-aux-Meules, Rimouski, Alma, Gatineau. 18 personnes ont participé au cours et 11 personnes à la rencontre à la filière. Les participants étaient répartis entre des agriculteurs, à environ 65 %, et des intervenants.

Présentation du conférencier

Burkhard SCHAER est ingénieur agronome diplômé de l'université technique de Munich. Après cinq ans de travail scientifique à l'université de Munich et de conseil à la politique agricole en Bavière (thèse de doctorat sur les filières bio en Allemagne) il crée, en 2000 la société ECOZEPT où il est, depuis, responsable de l'activité marchés bio / études de marché, conseil en marketing. Sa vocation est d'apporter plus d'informations stratégiques et plus d'outils de décision aux acteurs dans les filières durables. Avec une équipe d'une douzaine d'experts, Burkhard Schaer a réalisé plus de 160 projets d'études de marché et de conseil en mise en marché des produits bio, en Allemagne, en France et dans d'autres pays européens. Il est basé à Montpellier.

Contenu de la conférence :

Introduction

La situation des marchés bio en Europe

L'évolution des marchés et son influence sur la production

Circuit court vs circuit long

Les nouvelles tendances

Stratégies innovatrices dans les façons de mettre en marché, nouvelles façons de vendre, nouveaux développements comme la restauration collective, les AMAP, les stratégies collectives, etc.

Nombreux exemples pratiques.

Objectifs

L'objectif général était de :

Transférer des connaissances issues de la situation européenne pour soutenir l'organisation et le développement des marchés québécois pour les produits biologiques.

Les objectifs spécifiques :

Augmenter les ventes des produits bios québécois.

Améliorer la promotion des produits biologiques auprès des consommateurs.

Améliorer les stratégies de mise en marché.

Les objectifs de l'atelier :

Permettre au participant d'analyser sa situation et de développer des stratégies appropriées pour l'améliorer.

Objectif de la rencontre à la filière :

Réfléchir sur le thème : Positionnement stratégique des produits bio québécois ou Comment développer les filières bios en Québec

Résultats pour l'industrie

La transmission en région facilite l'accès à des participants qui ne pourraient pas se déplacer vers les régions centrales.

Informations obtenues :

Informations concernant les marchés mondial et européen des aliments bios.

Effets de la crise de 2008.

Présentation des joueurs européens en commercialisation.

Tendances actuelles dans la consommation et divers profils de consommateurs.

Évolution des marchés et perspectives.

Motivation des consommateurs.

Nouvelles tendances.

Innovations : stratégies, acteurs, exemples.

Applications et suivi à donner

Plusieurs stratégies européennes méritent d'être examinées et possiblement adaptées.

Des associations d'agriculteurs pour la mise en marché :

— Une laiterie recevant le lait de 130 fermes distribue sur toute l'Allemagne. Label bio équitable.

Le numéro sur le produit permet de retracer la ferme dont il provient, avec photos des agriculteurs et de la ferme sur le site web.

-34 fermes associées pour des paniers bio en Allemagne : achats groupés, site web commun, service de comptabilité, analyses économiques, formations.

— Les AMAP en France (1200), équivalent des ASC. Les consommateurs s'impliquent dans la distribution et organisent les points de chute. 200 000 consommateurs.

Chaînes spécialisées

— Réseau des épiceries Biocoop en France : 300 magasins sur un total de 2000 magasins bio en France.

Ententes avec les producteurs portant sur les prix et les quantités achetées.

— Chaîne Tegut en Allemagne : Dans un marché concentré avec compétition féroce et faibles marges, cette chaîne régionale a une approche très différente. Exemple : Création d'une marque de viande, 40 fermes, un atelier de transformation.

Note : cette entreprise exceptionnelle a été visitée lors du voyage Lait bio Suisse, Allemagne, Danemark en 2005— plus de renseignements sont inclus dans le rapport disponible sur Agrireseau.

<http://www.agrireseau.qc.ca/agriculturebiologique/navigation.aspx?r=danemark>

Entreprises de transformation :

— HIPP : Entreprise de transformation a mis tous ses produits en bio en début 90 et monté les prix de 20 %.

Les consommateurs sont restés fidèles; après une baisse des ventes, l'entreprise a dominé le marché, notamment dans les aliments pour bébés.

-Euronat-Priméal a développé le Quinoa bio équitable en 1989. Projet petit épeautre de Haute Provence.

Politique française suite au Grenelle de l'environnement :

— En restauration collective, selon une politique française, on doit offrir 20 % d'aliments bio. Plusieurs cafétérias arrivent à mettre du bio sans trop augmenter les coûts. Le personnel et les consommateurs sont satisfaits.

Ce rapport est partiel : s.v.p., consultez le document sur Agrireseau.

Pour information : Denis La France, courriel : dlafrance@cgpvicto.qc.ca, tél. : 819 758-6401 poste 2776.

Laissez un message détaillé.

Références

Voir rapport sur Agrireseau- Agriculture biologique

<http://www.agrireseau.qc.ca/agriculturebiologique/navigation.aspx?pid=185&sid=0&r=&p=2>

Partenaires du projet

Partenaires financiers

- *Innovbio – MAPAQ*
- *Réseau Agriconseils*
- *Emploi-Québec*
- *Collectif régional en formation agricole*

Partenaires à l'organisation

- *La filière biologique du Québec*
- *Conseillers en agriculture biologique du MAPAQ*