

Plan stratégique de développement (2003 – 2008)



Filière des produits caprins du Québec

PARTIE III : PLAN STRATÉGIQUE

SECTEUR LAITIER CAPRIN

Cible : Mobiliser les intervenants des divers maillons de la filière afin que la demande à la production atteigne 9 M litres en 2008.

Thème 1: Le maillon de la production - Organisé et performant

« Le contrôle laitier est indispensable à l'amélioration génétique du cheptel caprin québécois »

« L'Arthrite encéphalite caprine nous oblige à avoir un taux de renouvellement trop important »

« C'est les producteurs qui forment leurs conseillers »

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Actions retenues</u>	<u>Organismes impliqués</u>	<u>Priorités d'action (année 1-2-3-4-5)</u>
Orientation 1 Régie globale des exploitations	1.1 Étudier la possibilité d'améliorer la qualité du lait	➤ Développer en partenariat avec l'industrie de transformation un guide des bonnes pratiques de gestion du lait	➤ Transformateurs / SPCQ/MAPAQ	➤
		➤ Déterminer la durée optimale de conservation du lait de ferme en étant conscient des contraintes économiques	➤ Transformateurs / SPCQ/MAPAQ	➤

Thème n°2: Le maillon de la transformation artisanale et fermière - moteur de l'industrie laitière caprine

« Les fromagers québécois ne sortent pas des petits fromages frais »

« La qualité des fromages de chèvres artisanaux est loin d'être régulière et ça nuit à leur renommée »

« Il n'y a ni originalité ni typicité dans les fromages de chèvres québécois »

« Il faut pousser le fromage de chèvre en région »

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Actions retenues</u>	<u>Organismes impliqués</u>	<u>Priorités d'action (année 1-2-3-4-5)</u>
Orientation 1 : Notoriété régionale et provinciale et accès aux marchés des fromages artisanaux	1.1 Renforcer le positionnement local et régional de ces entreprises	➤ Favoriser l'agrotourisme (indications sur les routes, économusée, entreprises à visiter, etc	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Faire de la promotion générique « régionale » (Image, message et graphisme générique, logo d'entreprise régionale) en mettant en avant le côté « terroir » des fromages de chèvres régionaux (Ex :Gaspésie, Abitibi, Saguenay, Estrie...)	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Mise en place d'une formation marketing pour les entreprises artisanales : – Identification de consultants compétents – Recherche de support financier	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Faciliter l'accès de ces entreprises à des événements spéciaux (foires ; concours ; salons...) et proposer un kit pour la conservation réfrigérée des produits laitiers.	➤ Transformateurs / ALCQ	➤

		➤ Favoriser le réseautage avec différents organismes régionaux	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Favoriser la mise sur pied d'un concours spécifique aux fromages de chèvres artisanaux	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Favoriser le développement de groupes de producteurs régionaux de produits du terroir (confection d'assiettes repas, de paniers cadeaux, etc.)	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Favoriser la publicité en région en développant un kit multimédia par entreprise artisanale ou fermière	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
	1.2 Envisager la mise en place d'un regroupement de petits transformateurs intéressés à développer le marché provincial	➤ Aider ces entreprises à définir des objectifs de positionnement sur le marché à moyen et long terme ; objectifs de rentabilité et objectifs plus qualitatifs	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Mandater un expert pour jouer un rôle de négociation au nom de l'ensemble des transformateurs artisanaux et fermiers, avec les grandes chaînes	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Aider les distributeurs à présenter et à positionner leurs produits artisanaux de chèvre (fiches signalétiques des produits, dépliants des fromages de chèvre du Québec)	➤ Transformateurs ALCQ/distributeurs /	➤

Orientation 2 : Se démarquer par l'innovation	2.1 Améliorer l'offre pour fidéliser le consommateur	➤ Innover au niveau des caractéristiques fromagères en favorisant un partenariat entre les artisans et les maîtres fromagers. Ce partenariat pourrait être facilité par le biais de l'ALCQ	➤ Transformateurs / maîtres fromagers / ALCQ	➤
		➤ Mettre en place un cahier des charges sur les techniques de fabrications et caractéristiques des fromages en vue de standardiser la qualité des produits puis de les typer	➤ Transformateurs / maîtres fromagers/ MAPAQ	➤
		➤ Mettre en place un programme de traçabilité des produits	➤ Transformateurs MAPAQ	➤
		➤ Favoriser l'innovation au niveau du packaging et du marketing.	➤ Transformateurs / ALCQ	➤

Thème 3: Le maillon de la transformation industrielle - Offensive face à la concurrence

« Le marché s'en va vers l'affiné et les transformateurs québécois n'y sont pas »

« Les fromages en vogue en ce moment ont des emballages modernes ou fonctionnels...Pas ceux des fromages de chèvre »

"Il faut éduquer le consommateur en partant des jeunes »

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Actions retenues</u>	<u>Organismes impliqués</u>	<u>Priorités d'action</u>
Orientation 1 : Être innovant en matière de R&D produits	1.1 Se situer dans le groupe leader mondial en terme de produits nutritionnels à base de lait de chèvre	➤ Intensifier la recherche sur le lait de chèvre et le développement de produits santé (alimentaires, pharmaceutiques, nutraceutiques et cosmétiques)	➤ Transformateurs / ALCQ/organismes de recherche	➤
		➤ Travailler avec des médecins, nutritionnistes, diététistes et santé Canada à la reconnaissance des bienfaits du lait de chèvre	➤ Transformateurs / ALCQ / Gouvernement	➤
	1.2 Être audacieux et précurseurs dans le développement de produits laitiers caprins	➤ Proposer et développer des produits pour des marchés spécifiques dont les HRI (sauces, crème, salades au goût chèvre...)	➤ Transformateurs /	➤
		➤ Travailler les packagings pour les fromages frais, pour le lait destiné aux enfants, etc.)	➤ Transformateurs	➤
		➤ Se doter d'un plan de développement des fromages de chèvres affinés	➤ Transformateurs /ALCQ	➤
Orientation 2 : Sensibilisation des consommateurs	2.1 Sensibiliser les consommateurs occasionnels de fromages fins à l'existence des fromages de chèvre.	➤ Travailler à la mise en place de fromages fantaisistes ou à destination d'un jeune public	➤ Transformateurs	➤
		➤ Intensifier la promotion dans des lieux ciblés : boutiques ; supermarchés favorables à la promotion de la chèvre, etc.	➤ Transformateurs / ALCQ	➤

		➤ Choisir les messages adéquats : goût, plaisir, origine	➤ Transformateurs ALCQ/aliments Québec / du	➤
	2.4 Convaincre le consommateur de boire, manger et utiliser les produits laitiers de la chèvre du Québec	➤ Travailler à une identification obligatoire du lait de chèvre québécois matière première	➤ ALCQ/ Aliments Québec/ Société des fromages	➤
		➤ Travailler au développement d'un label d'identification d'origine « produit Québécois » ou « régional »	➤ Aliments Québec/ Société des fromages	➤
Orientation 3 : Se donner les moyens de se faire connaître sur les marchés d'exportation.	3.1 Mieux connaître ses forces, ses faiblesses, celles de ses concurrents le marché étrangers potentiel	➤ Travailler sur une stratégie de positionnement des différents produits laitiers caprins par rapport aux différents concurrents (proximité ; qualité...) sur les marchés américains et de l'ouest canadien	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Réaliser une étude de marché (fromages, lait, beurre, produits nutraceutiques et cosmétiques) dans différentes villes dont Ottawa, Toronto et la Côte-est américaine	➤ Transformateurs / ALCQ	➤
		➤ Développer un réseautage avec des intervenants du club export	➤ ALCQ	➤
		➤ Encourager les fromagers caprins québécois à participer à des concours hors Québec	➤ ALCQ	➤

CHÈVRE DE BOUCHERIE

Cible : Qu'en 2008, le secteur de la chèvre de boucherie soit bien structuré

Thème 4 - La chèvre de boucherie : Un casse tête à éclaircir

« Comment c'est organisé ? Mais rien n'est organisé... »

« La chèvre Boer est en apparence un animal qui demande peu d'entretien...Sauf si vous faites vraiment de l'élevage de chèvre de boucherie ! »

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Stratégies</u>	<u>Organismes impliqués</u>	<u>Priorités d'action</u>
Orientation n°1 : Connaissance de la demande	1.1 Connaître les caractéristiques de consommation de la viande caprine - le marché canadien et du nord-est des USA (consommation, lieu et type de consommation, concurrence...)	➤ Réaliser une étude sur la consommation de chèvre de boucherie - chez les immigrants et dans les marchés de proximité : Qui en mange ? A quelle occasion ? (quelles dates et fêtes religieuses), Quel type de carcasses ? (chevreaux lourds, chevreaux de lait...) ➤ Réaliser une étude de marché pour le Québec et les régions d'Ottawa Toronto et dans le nord-est des États -Unis	➤ SPCQ /RECBQ	➤
	2.2 Produire des chèvres de boucherie dont les caractéristiques correspondent aux besoins du marché	➤ Élaboration d'un guide de production pour l'élevage de chevreaux pour satisfaire la particularité de chaque marché (lourd, léger)	➤ SPCQ /RECBQ/ CRAAQ	➤
		➤ Mettre en place un système de traçabilité du produit	➤ SPCQ /RECBQ	➤
		➤ Mise en place d'une grille d'évaluation de la qualité des carcasses dans le chevreau lourd	➤ Réf. agneau lourd /SPCQ /RECBQ	➤
		➤ Mettre en place un programme d'évaluation génétique des troupeaux caprins	➤ SPCQ /RECBQ	➤

CHÈVRE ANGORA

Cible : Qu'en 2008, le secteur du mohair soit bien structuré

Thème 5 : La chèvre mohair - Un potentiel à organiser

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Stratégies</u>	<u>Organismes impliqués</u>	<u>Priorités d'action</u>
Orientation n°1 : Efficacité de la production	1.1 Améliorer la rentabilité	➤ Profiter de la notoriété de la génétique de la chèvre angora du Québec pour relancer l'exportation des sujets reproducteurs	➤ AECAPSQ	➤
Orientation n°2 : Positionnement des produits finis	2.1 Faciliter la commercialisation des produits finis	➤ Produire un dépliant sur la chèvre angora, les produits finis et laisser un espace pour l'identification du producteur –transformateur	➤ AECAPSQ	➤
		➤ Construire un site Internet voué à la production et à la transformation du mohair, échantillons de produits et coordonnées des producteurs	➤ AECAPSQ	➤
		➤ Bâtir une campagne de promotion générique pour faire connaître les produits de mohair	➤ AECAPSQ	➤
		➤ Soutenir les producteurs transformateurs qui désireraient vendre leurs produits sur le marché américain (Vermont, Boston)	➤ AECAPSQ	➤

LA CONCERTATION DES INTERVENANTS DE LA FILIÈRE CAPRINE

Thème6 - L'interprofession caprine québécoise : Cohérente et efficace

« Il y a beaucoup de regroupements, associations, fédérations en tout genre dans la chèvre...Mais pas assez de communication entre tous ces organismes »

<u>Orientations</u>	<u>Objectifs</u>	<u>Stratégies</u>	<u>Responsables impliqués</u>	<u>Priorités d'action (année 1-2-3-4-5)</u>
Orientation n°1 : L'ALCQ, son mandat, son mode de financement et la hauteur de son financement	1.1 L' ALCQ devrait avoir un rôle de coach, de référent auprès des producteurs et des transformateurs en prenant bien soin de différencier les transformateurs artisanaux et fermiers et les transformateurs industriels	➤		➤
		➤ Développer les relations et partenariats ANICAP/ALCQ, CIRVAL, ITPLC, NZ...	➤ ALCQ	➤
		➤ Inclure de la veille informationnelle et technologique mondiale dans le mandat de l'ALCQ Édition d'un bulletin périodique (trimestriel) diffusion sur le site Agri- Réseau et/ou dans le chèvre de file	➤ ALCQ/CRAAQ/SPCQ	➤
		➤ Concerter les intervenants des divers maillons de la filière pour s'assurer qu'ils poursuivent des objectifs communs.	➤ ALCQ/MAPAQ/SPCQ/SECLQ...	➤