



La valorisation de l'appellation biologique : un préalable aux initiatives de mise en marché

Jean-François Robert, Marlène Gaudreault
Coopérative de solidarité



Le bio, moteur de l'innovation!

Plan

- Le besoin de se regrouper
- Les défis de la valorisation
- Les moyens
- Des résultats et des ajustements
- Le positionnement
- Conclusion
- Questions

Le bio, moteur de l'innovation!

Le besoin de se regrouper

- **NORD-Bio** : une coopérative de solidarité
 - 19 membres utilisateurs (producteurs agricoles)
 - 6 membres de soutien
 - Active depuis 2009
- Dénominateur commun : certification biologique
- Enjeu commun : mise en marché
- Priorité commune à court terme :
VALORISATION DE L'APPELLATION
- Objectif : crédibilité et confiance du public

Le bio, moteur de l'innovation!

Défis

- **Crédibilité** : Pourquoi acheter bio?
 - Méconnaissance de ce que c'est et de l'intérêt collectif pour l'agriculture biologique
 - Absence d'un message simple et cohérent vs préjugés
- **Visibilité** : Est-ce que c'est bio?
 - Identification déficiente
- **Disponibilité** : Où et quand?
 - Disponibilité aléatoire

Le bio, moteur de l'innovation!

Moyens

- Campagne de communication
 - Financement : PSDAB
 - Appui de la Filière biologique du Québec
 - Échéancier : 2009-2012

Le bio, moteur de l'innovation!

Constatations

- En région,
20 % d'augmentation de la demande???
 - Contexte environnemental
 - Proportion de gens qui achètent bio
 - À qui profite cette augmentation?
- Local vs bio
- La question du prix
 - Cohésion dans les prix
 - Ex. : carottes bio vs lait bio

Le bio, moteur de l'innovation!

Redéfi : plus de cohésion

- À l'échelle nationale
 - Campagne de communication de la FBQ
 - CARTV : des normes signifiantes
 - des **outils d'identification**
 - des outils de contrôle
- À l'échelle régionale
 - Ressource : chargée de projet
 - Arrimage à la campagne nationale
 - Du bio dans le frigo



Le bio, moteur de l'innovation!

Se positionner

- L'agriculture biologique, au-delà d'un créneau de marché
- Se démarquer
 - par des méthodes de production, mais aussi
 - par une **structure originale de mise en marché**
- NORD-Bio : un concept d'agriculture soutenue par la communauté dans son modèle de gouvernance
 - Relation producteurs-consommateurs
 - Complémentarité des fermes membres

Le bio, moteur de l'innovation!

Conclusion

- Un message cohérent
- Plus de cohésion entre les intervenants
- Des paramètres signifiants et mesurables
- Des outils de contrôle adéquats

Le bio, moteur de l'innovation!





Jean-François Robert, producteur et président
Marlène Gaudreault, chargée de projet
Coopérative de solidarité

Période de questions



Le bio, moteur de l'innovation!