



TIRER PARTI DE LA HAUSSE DU PRÉLÈVEMENT DU BŒUF CANADIEN AFIN D'OPTIMISER LE RENDEMENT DU MARKETING

La Stratégie nationale du bœuf du Canada vise à positionner notre industrie de manière à augmenter son rendement et sa croissance, ainsi qu'à soutenir la production d'une viande dont la grande qualité est reconnue partout dans le monde. Agissant sous le pilier « Accroître la demande » de la Stratégie nationale, Bœuf canadien apporte un soutien essentiel aux producteurs.

La hausse du Prélèvement (*check-off*) du bœuf canadien à 2,50 \$ par tête de bovin devrait entrer en vigueur dans la plupart des provinces au printemps 2018. Dans cette optique, Bœuf canadien tenait à mettre en lumière comment elle compte utiliser sa part de cette allocation pour renforcer ses programmes courants et établir pour l'avenir les bases d'une forte demande.

Viser les segments de marché à forte croissance

Bœuf canadien sera en mesure de faire passer la marque à un niveau supérieur.

Au moyen d'outils de segmentation du marché, nous procéderons à l'identification de catégories de consommateurs à forte croissance et à valeur élevée, selon des caractéristiques démographiques, de comportement, ethniques et géographiques.

En cernant les besoins et les attentes des groupes cibles, nous élaborerons des campagnes de marketing et de promotion pertinentes à chacun. Il en résultera une notoriété accrue, une meilleure perception, une hausse du désir et, à terme, des achats.

Élargir les programmes auprès de nos partenaires de la vente au détail et des services alimentaires ayant une portée régionale ou nationale

Bœuf canadien sera en mesure d'intensifier et d'augmenter la quantité d'offensives marketing au consommateur en créant des partenariats avec des chaînes de détaillants et des entreprises de services alimentaires.

Ces programmes permettront d'augmenter la visibilité de la marque en région et à l'échelle nationale. Ils renforceront - chez les partenaires commerciaux comme chez les consommateurs - la loyauté envers le bœuf canadien et l'engagement à en faire la promotion, créant ainsi une demande soutenue pour le produit et des retombées pour les producteurs.

Protéger et faire croître la demande pour le bœuf canadien dans les marchés importateurs

Devant la vive concurrence que nous livrent d'autres pays exportateurs, nous devons renforcer notre marque et nos programmes d'expansion commerciale dans les marchés où nous sommes déjà présents. Ceux-ci comprennent le Mexique, le Japon, la Chine, l'Asie du Sud-Est, la Corée, Taïwan, l'UE et la MENA, où les occasions de croissance se présentent aussi bien du côté de la vente au détail que de celui des services alimentaires. Les marchés émergents seront également identifiés et explorés dans le but d'y être les premiers.

Doubler les ventes générées par le Centre d'excellence du Bœuf canadien

Avec les investissements que permettra la hausse du Prélèvement, le Centre d'excellence du Bœuf canadien prévoit doubler les ventes de ses partenaires canadiens au cours des cinq prochaines années. À ce jour, le Centre d'excellence a mené des missions internationales où il a représenté plus de 460 entreprises, aidant ainsi à générer de nouvelles ventes de bœuf canadien estimées à 380 millions de dollars.

Les activités du Centre seront davantage focalisées sur l'innovation et sur le resserrement des collaborations avec ses partenaires des secteurs de la transformation, de la vente au détail et des services alimentaires.

Pour en savoir davantage sur Bœuf canadien, visitez le <https://canadabeef.ca> où vous pourrez entre autres vous abonner gratuitement à l'infolettre *The League* (en anglais seulement), conçue pour informer les producteurs des initiatives en cours.