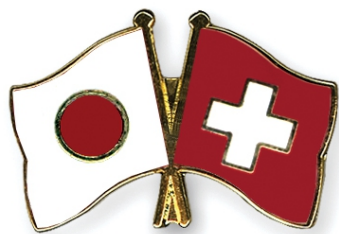


Production et commercialisation de viande de bœuf de Kobe en Suisse Stratégie de niche à forte valeur ajoutée



Réseau – animaux de rente, Journée de conférences et Workshop
Grangeneuve, 11 novembre 2021

Emmanuel Kichenmann, candidat au Brevet et à la Maîtrise agricole

Plan

1. Brève vue d'ensemble de l'entreprise
2. Analyse de l'entreprise
3. Environnement et analyse du marché
4. Stratégie Marketing
5. Marketing-Mix
6. Conclusion

1. Brève vue d'ensemble de l'entreprise

- Exploitation agricole axée uniquement grandes cultures
- Passé : porcherie et engraissement de taureaux
- Surfaces : 120 SAU, disposée sur 3 sites géographiques éloignés de 5 à 6km chacun. District Sarine aux abords de Fribourg.
- Rotation : objectifs d'atteindre 7 cultures selon exigences PER accrues
- Cultures : Céréales, Colza, Maïs, Blé immatures, Pdt, Bettereves sucrières
- Main d'œuvre : 3 EPT, intégration de ma sœur à partir de la saison 2022 afin de former une communauté PER

2. Analyse de l'entreprise

Strength

- Charge légère de travail due uniquement à l'exploitation des grandes cultures.
- Parc de machines ancien mais complet et bien entretenu.
- Gestion entrepreneuriale très dynamique et professionnelle.
- Forte capacité à travailler en équipe ou avec d'autres partenaires.
- Surface de terres agricoles importante (75 hectares).
- Très forte motivation de grandir et d'améliorer l'entreprise.
- Grande expérience dans l'agriculture, en particulier dans les pommes de terre et les betteraves.
- Sécurité quant aux terres très élevée, location à long terme et propriétaire d'une partie des terres.
- Forte rentabilité par unité de travail, dès lors qu'il y a que moi et très partiellement mon père qui travaillons sur toute la surface.

Opportunity

- Création ou construction de nouvelles infrastructures pour la garde d'animaux de rente.
- Diversifications dans les grandes cultures vers des types oignons, carottes, plus rentables.
- Proximité à la ville de Fribourg du site de Cormagens près de Granges-Paccot est une opportunité pour la vente de certains produits directement à l'agglomération.
- Location ou acquisition de nouvelles terres ou de domaines agricole dans la région afin d'améliorer la structure de coût et les économies d'échelle..

Weakness

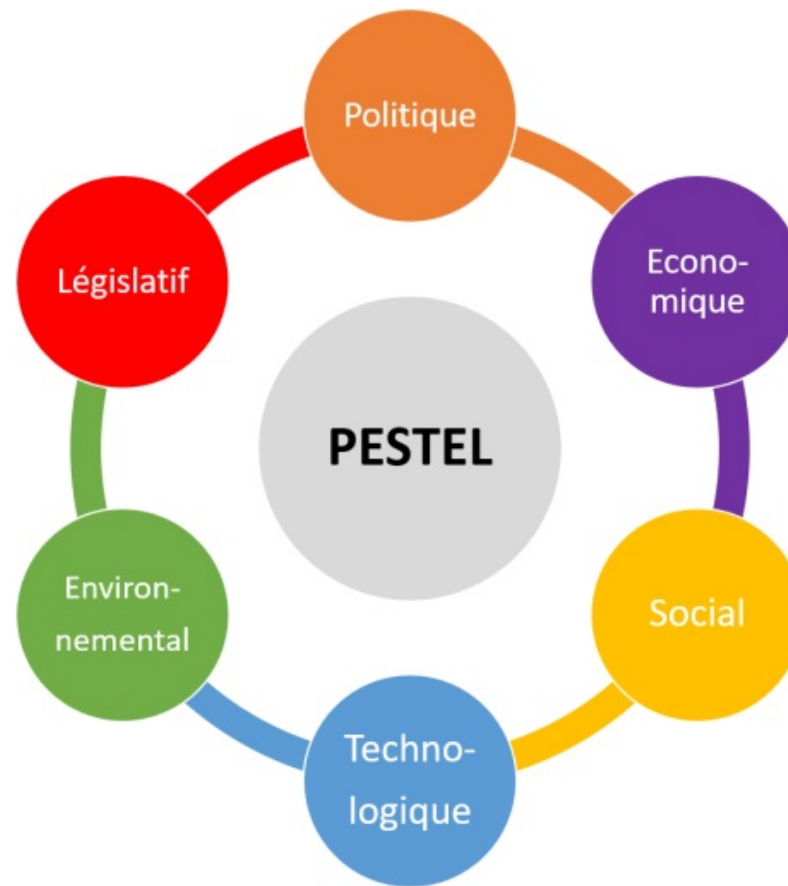
- Après l'arrêt de la porcherie, plus d'animaux sur l'exploitation. Donc, plus de création de matières organiques lisiers et fumiers.
- Espacement des terres entre Léchelles et Cormagens de 7-8km
- Certains bâtiments agricoles sont vétustes et dépassés.

Threat

- Proximité à des habitations types villas sur le site de Cormagens où la construction est prévue (risque d'opposition).
- Evolution du cadre réglementaire très dynamique dans l'agriculture les prochaines années.
- Restriction des moyens ou des possibilités de production intensive dans le cadre des grandes cultures.

3. Environnement et analyse du marché

3.1 L'analyse des facteurs externes à l'entreprise : PESTEL



3. Environnement et analyse du marché

3.2 Type de marché

- Type de marché → l'oligopsonie
 - caractérisé par un très grand nombre de vendeurs, les agriculteurs, et un petit nombre d'acheteurs, les coopératives et la grande distribution. De ce fait, certains mécanismes de concurrence ne fonctionnent pas pleinement.
- Régulations évlées : LDFR, OPD, PER, Protection animale.
- Si nous analysons le type de marché de la viande en Suisse, nous rencontrons les mêmes caractéristiques que pour le marché de l'agriculture dans son ensemble évoqué ci-dessus.

3. Environnement et analyse du marché

3.3 Volume de marché, part de marché, potentiel de marché

3.4 Analyse des clients

3.5 Analyse des concurrents

4. Stratégie Marketing

- Segmentation du marché
- Le ciblage
- Positionnement du produit
- Formulation de la stratégie

1. Produire de la viande de bœuf de Kobe de haute qualité en Suisse et dans des conditions de garde des animaux particulièrement respectueuses de la dignité animale.

2. Le but est que chaque bœuf de Kobe soit vendu avant d'avoir débuté l'engraissement sur mon exploitation. Cela aura pour avantage d'amener une sécurité d'écoulement très élevée.

- Les stratégies possibles

5. Marketing-Mix

- **Le produit**
 - Quantité
 - Dimensionnement et assortiment
 - Unique selling position (USP)
 - Marques, design et graphisme
- **Le produit**
 - Objectif de prix
 - Facteur d'influence du prix
 - Méthodes de fixation de prix
 - Ma politique de prix

5. Marketing-Mix

- **La promotion**
 - Choix des canaux de promotion
 - Marketing direct
 - Publicité
 - Promotion de ventes
 - Relations publiques
 - La distribution

6. Conclusion

- Un déséquilibre → agricole des grandes cultures intensives et le manque de production animal sur mon exploitation
 - Faiblesse principale de mon exploitation agricole pourrait être écartée + diversification des revenus par la production d'animaux.
- Production viande de bœuf de Kobe e réelle opportunité
 - pouvant générer des marges beaucoup plus importantes
 - Les facteurs-clés de succès seront toutefois
 - Qualité
 - Capacité à viser une clientèle demandeuse de ce type de viande
 - Nombre raisonnable des clients ciblés → une communication directe et ciblée soit à ma portée