

**PRODUCTION ET COMMERCIALISATION DE VIANDE DE BŒUF DE KOBE EN SUISSE :
STRATÉGIE DE NICHE À FORTE VALEUR AJOUTÉE**

Emmanuel Kilchenmann

Grangeneuve, Institut agricole de l'Etat de Fribourg

Présentation: Emmanuel Kilchenmann
e-mail: emmanuel.kilchenmann@gmail.com

Lieu : Fribourg
Année de naissance : 1982
Formation : Brevet agricole

Résumé

Dans le cadre d'une étude marketing effectué dans le cursus de formation menant au Brevet agricole, l'étudiant a analysé sous l'angle marketing la possibilité de produire de la viande de bœuf de Kobe en Suisse afin de la commercialiser directement auprès de potentiels clients.

Ainsi, il ressort de cette étude que la viande de bœuf de Kobe semble être une réelle opportunité pouvant générer des marges beaucoup plus importantes que la viande de bœuf classique. Les facteurs-clés de succès seront toutefois la qualité, la capacité à viser une clientèle demandeuse de ce type de viande. Pour ce faire, les restaurants gastronomiques, les brasseries haut de gamme ainsi que les grands hôtels semblent être une cible idéale. A cela s'ajoute que de par le nombre raisonnable des clients ciblés, une communication directe et ciblée soit le vecteur de communication idéale.

Finalement, il sied de rappeler qu'il s'agit d'une stratégie de niche à forte valeur ajoutée et que dite stratégie ne pourra pas être répliquée à large échelle dans nombreuses exploitations.