

Présentation de la Caravane du Marketing au Conseil canadien de la gestion agricole

En juin dernier, le Conseil canadien de la gestion d'entreprise agricole (CCGEA) organisait une journée sur l'innovation en gestion agricole.

Les objectifs de cette journée étaient de :

- Favoriser la synergie entre les provinces et territoires quant à des projets novateurs
- Permettre un partage structuré d'initiatives concluantes en gestion agricole
- Explorer des pistes d'adaptation aux provinces canadiennes

Lors de cette journée, 45 personnes en provenance de partout au Canada, dont 6 du Québec, étaient présentes.

La Caravane a été identifiée comme l'un des quatre projets les plus innovateurs au Canada en gestion agricole. La présentation a suscité beaucoup d'intérêt de la part de l'auditoire. Déjà, le Comité marketing à la ferme a reçu des demandes provenant d'autres provinces canadiennes afin d'y déployer la Caravane.

Voici les critères d'évaluation des projets :

1. Initiative novatrice ayant fait ses preuves et visant à améliorer la capacité de gestion
2. Réalisme ou initiatives récentes et existantes ou si en développement, elles se doivent d'avoir obtenus des résultats concluants auprès des producteurs
3. Ouvert aux organisations privée et publique
4. Qualité de la présentation

Évaluation des participants

Quel projet vous semble le plus intéressant et pourquoi?

Neuf personnes ont indiqué un intérêt marqué à la *Caravane*. Voici leurs commentaires :

- Il existe un réel besoin pour une telle initiative et elle est facilement applicable
- Beaucoup de valeurs ajoutées pour les producteurs agricoles
- Vision collective et communautaire
- Approche basée sur l'atteinte de résultats concrets
- Permet aux producteurs d'explorer les possibilités de diversification du revenu
- Approche régionale
- Bien structuré
- Serait facilement adaptable à d'autres provinces et territoires
- Stimule la relève à explorer de nouveaux créneaux

Possibilités et obstacles à l'adaptation de la Caravane dans une autre province

Possibilités

- Assurer la promotion de produits locaux
- Impliquer le milieu
- Inciter les producteurs à se considérer comme entrepreneur
- Peut convenir facilement à d'autres provinces

Obstacles observés

- Financement peut être difficile
- Peut être difficile d'obtenir l'implication des régions

Les 4 projets retenus sur les 8 présentés

Projet 1

- Titre français : Réseau de l'innovation à valeur ajoutée en agriculture de l'Ontario
- Titre anglais : Ontario agricultural value -added innovation network
- Organisme titulaire : Association de développement agroalimentaire de Brant en collaboration avec plusieurs intervenants
- Provenance : province de l'Ontario

Projet 2

- Titre français : La Caravane du Marketing
- Organisme titulaire : Comité marketing à la ferme du Centre de références en agriculture et agroalimentaire du Québec
- Provenance : province du Québec

Projet 3

- Titre français : Outil matriciel de gestion des risques
- Titre anglais : RISK MATRIX TOOL
- Organisme titulaire : Min. de l'Agr. De l'Alberta
- Provenance : province de l'Alberta

Projet 4

- Titre français : Groupe de travail sur les meilleures pratiques des producteurs d'exception
- Titre anglais : Best practice group.
- Organisme titulaire : Mrs. Al Scholz, Terry Betker, Darrell Toma, Corrin Harper du secteur privé
- Provenance : provinces de l'Ouest