

RÉGIONS

Se différencier trois fois plutôt qu'une!

Louis Philippon et Stéphanie Fortin ont délibérément choisi la voie de la différenciation, et ce, trois fois plutôt qu'une. Propriétaires de la Ferme Highland Lotbinière, ils misent sur une viande distinctive, produite de façon unique et dont ils ont personnalisé la mise en marché. Une formule qui leur a même permis de réaliser une première au Québec.



Stéphanie Fortin, Louis Philippon et leur employé, Stéphane Duquette.



La méthode d'élevage de la Ferme Highland Lotbinière est basée sur la production d'une viande saine.

JOHANNE MARTIN

Collaboration spéciale

SAINTE-ÉDOUARD-DE-LOTBINIÈRE — Dès le début de l'aventure, il y a neuf ans, le couple d'entrepreneurs s'entend sur un premier principe : il faut proposer au consommateur un produit qui fait partie de sa culture alimentaire, mais qui se distingue de l'offre traditionnelle et porte la signature de la ferme en devenir.

Dans l'esprit de Louis Philippon et Stéphanie Fortin, l'idée d'un élevage Highland « écoconditionnel » et « éconaturel » commence alors à germer. Après avoir acquis une ferme inexploitée depuis 30 ans et procédé à la remise en état des bâtiments et des superficies de pâturage, ils se lancent et obtiennent, en 2007, leurs premières bêtes commercialisables.

« Notre méthode d'élevage, traditionnelle, est basée sur la production d'une viande saine, explique M. Philippon. Chez nous, tout tourne autour du bien-être animal. Nous élevons le bœuf à l'extérieur toute l'année pour maximiser sa longévité et pour éliminer le stress. Nous produisons aussi tous nos fourrages parce que la qualité de l'alimentation est un élément clé dans notre production. »

Résultat : une viande plus rouge, plus goûteuse, plus texturée et plus tendre. Une viande comportant peu de gras visible, mais persillée à souhait, que l'on prend par ailleurs soin de faire vieillir entre 14 et 21 jours dans un environnement contrôlé.

« Nous offrons un produit unique parce que notre manière d'élever nos bœufs exerce un impact phénoménal sur une viande déjà exceptionnelle. À cela vient se greffer une stratégie de mise en marché ciblée que nous voulons tout aussi distinctive », reprend celui qui, pendant une vingtaine d'années, a travaillé au service du marketing de la multinationale Johnson & Johnson.

Contact privilégié

Si le producteur est parvenu à pénétrer le marché de la restauration en plus de celui de la distribution directe au consommateur, actuellement, 75 % de ses ventes annuelles se réalisent dans quatre boucheries spécialisées de la région de Québec. Pourquoi des boucheries spécialisées? « Pour développer une identité et être facilement retrouvé », répond-il.

Louis Philippon se présente d'ailleurs lui-même toutes les semaines dans les établissements afin d'être en contact avec le client. Il élabore un scénario promotionnel pour chacune des sai-

sons, propose des dégustations et remet des livres de recettes. Ses visites fréquentes en boucherie visent également à resserrer les liens qu'il entretient avec le commerçant.

« Pour sceller la relation de la Ferme Highland Lotbinière avec la boucherie, j'offre la tête de la première bête livrée identifiée au nom de l'entreprise, avec la date du début de notre alliance. Je fournis aussi des étiquettes personnalisées – dont le visuel crée l'impression d'un sceau de certification –, de même que les séparateurs de viande », explique-t-il, précisant qu'il ne lésine pas sur les frais de marketing.

Dans sa stratégie, l'éleveur intègre en outre la location d'un kiosque au

marché de Noël du Vieux-Port de Québec. Sur place, il assure chaque année une présence intensive pendant 30 jours, ce qui lui permet d'établir un contact direct avec quelque 125 000 personnes. « C'est mon privilège annuel, une période gaie qui me sert aussi de banc d'essai », commente l'homme d'affaires.

En ce qui concerne la mise en marché de nouveaux produits, M. Philippon travaille d'ailleurs au développement d'un bacon de bœuf. « Je vais chercher des idées jusqu'aux États-Unis, car en affaires, il ne faut pas être réactionnel, mais proactif. Comme entrepreneur, j'ai choisi de rester constamment à l'avant-garde des tendances », ajoute-t-il.

Une première dans la province

Depuis peu, la Ferme Highland Lotbinière fait l'objet d'une « intégration verticale dans un créneau de marché », une première au sein du modèle québécois, selon Louis Philippon. « Une opportunité s'est présentée de s'associer avec l'homme d'affaires Bernard Lemaire, de l'entreprise Cascades, nouvellement éleveur de bœufs Highland. En mars, nous avons conclu une entente qui concerne, au total, 6 sites de production et au-delà de 800 bêtes », révèle-t-il. Le regroupement des fermes forme maintenant une compagnie : Les viandes Highland. Le partenariat vise à reproduire, avec un plus grand volume, la formule développée par le couple d'éleveurs et à élargir le territoire de vente.