

Gestion de projet internationale

Distillerie Témiscouata

Présentation du produit ou service sélectionné-mandat-contexte-enjeux

Spiritueux de luxe à l'érable créé via un processus de sublimation de résidus acéricoles

Acérum blanc (non vieillit)

Acérum brun (vieillit en fut de chêne)

Distribuer son produit sur le marché Européen

Plus spécifiquement en France

L'entreprise vient de voir le jour

Elle ne produit et ne distribue pas encore sur son marché local

S'exporter sur un marché inconnu avec de nombreuses barrières à l'entrée

Se faire connaître

Conjuguer avec un éventails de normes

Présence du compétiteur direct Distillerie St-Laurent anticipée

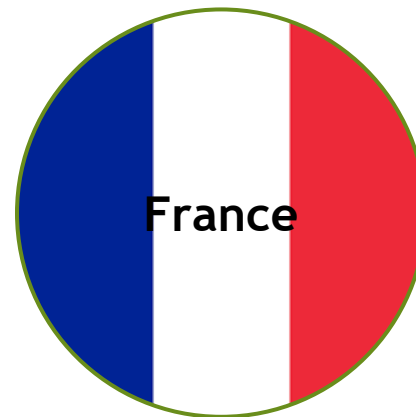
Parties prenantes



- ▶ Les compétiteurs actuels (Le Domaine Acer, la distillerie Shefford, la Distillerie St-Laurent)
- ▶ Les employés de l'organisation
- ▶ Les clients
- ▶ SAQ
- ▶ Gouvernement français
- ▶ Services douaniers

Analyse de marché

Intégration de votre diagnostic : Analyse pays/marchés pour les dimensions culturelles, politiques, légales, économiques).



Évaluation spécifique du marché choisi et potentiel de marché pour le projet

- ▶ Les Écossais ont le Scotch, les Français le Cognac, les Italiens la Grappa, les Américains le Bourbon — les Québécois ont maintenant l'acerum. Il n'y a pas eu création de nouvelle classe de spiritueux depuis des lustres. Les amateurs de spiritueux sont avides de découvertes et de produits distinctifs. À l'échelle internationale, ça va créer un engouement énorme -- Joël Pelletier
- ▶ Le Japon, la France et les États-Unis ont été identifiés par la FPAQ comme étant des marchés ayant un fort potentiel de développement

Volet Innovation



Prix à l'exportation



Frais de transport



Assurances



Droits de douane = (valeur réelle de l'objet + frais de transport + assurance) x taux des droits de douane



Risque de change

▶ Coûts de production vs prix de vente visé au Québec

▶ 16,33 -> 53\$

▶ 16,92 -> 54,50\$

▶ *Faire appel à un courtier en douane afin d'estimer les coûts et de déterminer le juste prix*



Stratégie de mise en marché

La politique de produit

La politique de prix

La politique de distribution (Place)

La politique de communication (Promotion)

Présentation du ou des modes d'internationalisation préconisés

Stratégies d'entrée

Stratégies de ventes

Stratégies promotionnelles

Circuits de distribution et stratégie(s)

Service après-vente

Gestion et management des équipes internationales

Fournisseur sur place

S'informer sur la culture

Écouter les préoccupations de nos employés ici

Volet éthique/ Volet développement durable



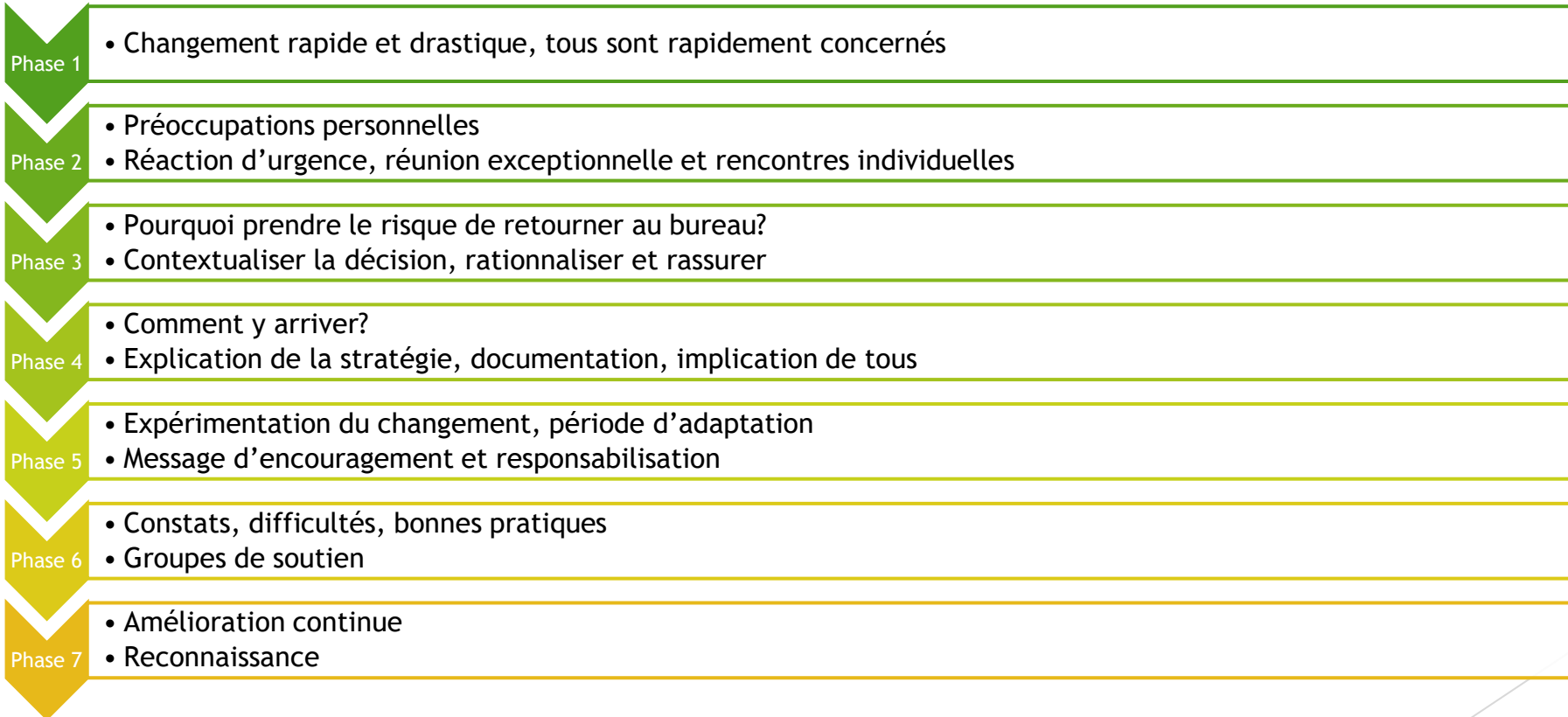
Aspects réglementaires, qualité/ douanes et la logistique

Mentions obligatoires :

- ▶ Nom de l'AOC (Appellation d'origine contrôlée) ou AOP (Appellation d'Origine Protégée). C'est un sigle européen qui protège le nom du produit au sein de l'Union européenne.
- ▶ Indication de la teneur en alcool
- ▶ Message sanitaire pour les femmes enceintes
- ▶ Mention « ce vin contient des sulfites » (c'est le cas de presque tous les vins) **NON APPLICABLE POUR NOUS**
- ▶ Nom, raison sociale de l'embouteilleur, commune et état membre
- ▶ Numéro d'identification du lot
- ▶ Pays d'origine
- ▶ Contenance de la bouteille

- Transports
- Enregistrement de la compagnie à la Douane.

Le plan de formation et mesures d'accompagnements



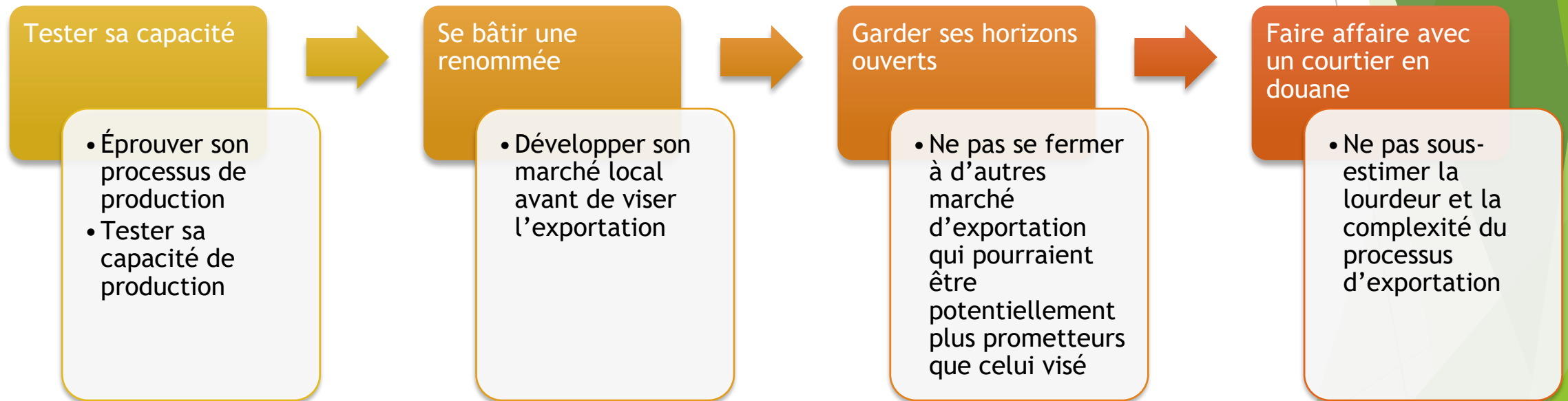
Gestion des risques à l'exportation et indicateurs de performance

- ▶ Capacité de fournir selon la demande
- ▶ Pas d'intérêt
- ▶ Marché saturé
- ▶ Délai dans l'obtention des permis divers
- ▶ Ressources humaines ou matérielles insuffisantes

Retombées, résultats, budget



Conclusion(s) et recommandations



Merci!