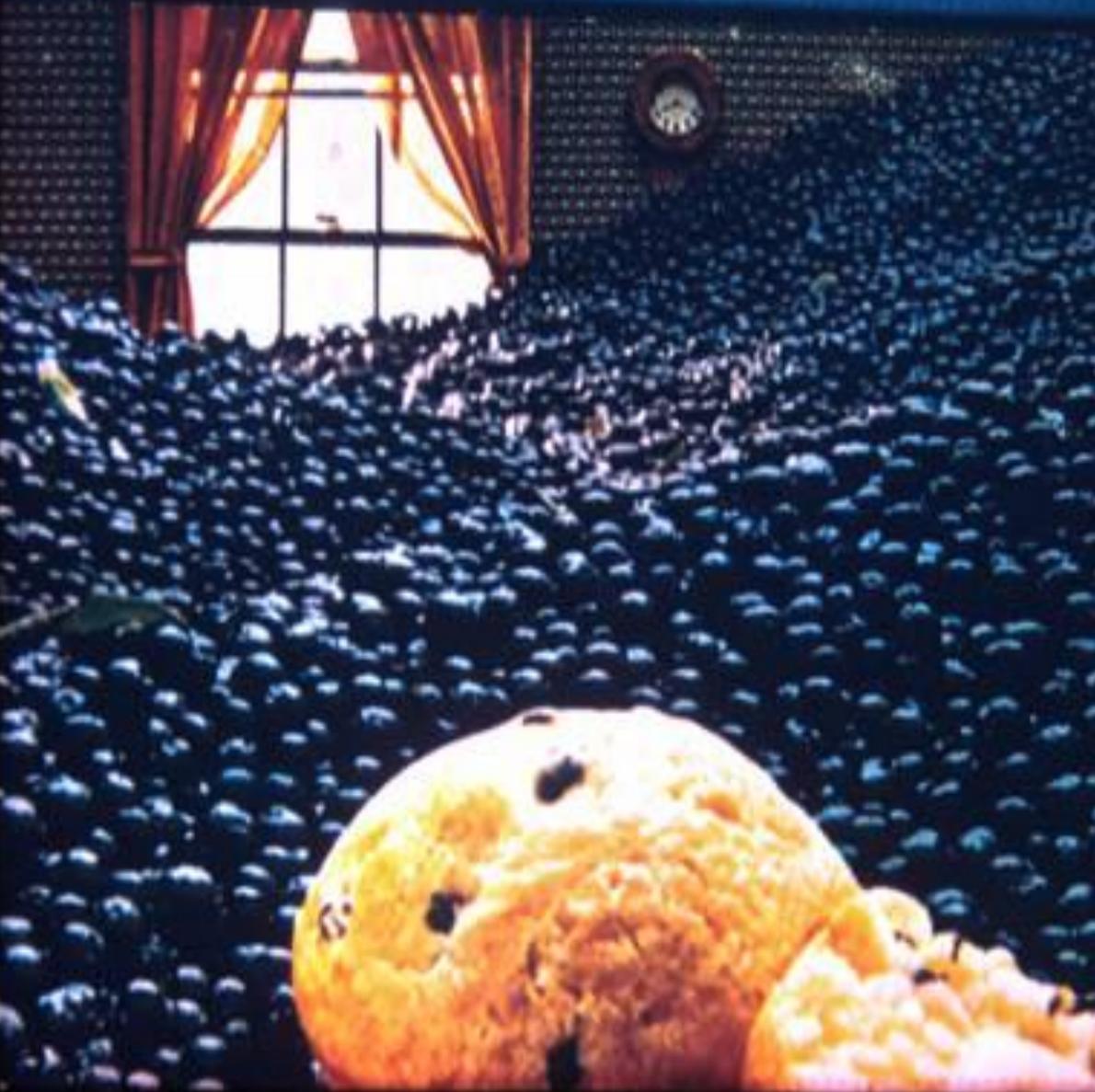


LES DÉFIS





Trop de bleuets ?



LES DÉFIS

- Faire comprendre le rôle de la WBANA.
- Financement du gouvernement.
- Manque d'approvisionnement constant.
- Produits surgelés.
- Faire reconnaître le bleuet sauvage.
- Intégrer le produit dans les repas quotidiens.

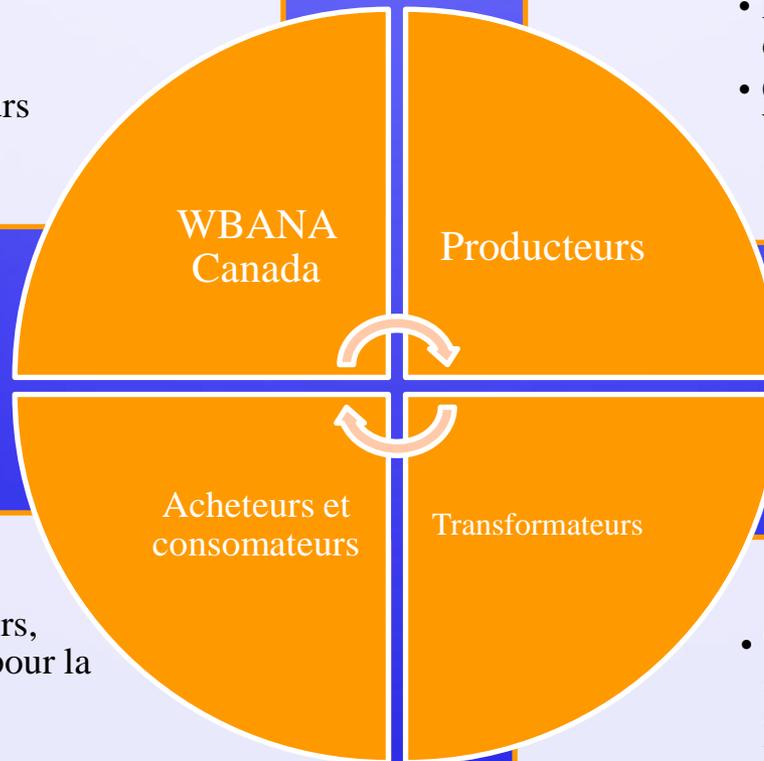
RÔLE DE LA WBANA

- **Promouvoir l'utilisation du bleuet sauvage de l'Amérique du Nord à travers le monde.**
- **Assurer un lien entre les producteurs, les transformateurs, les gouvernements, les distributeurs et les consommateurs.**
- **Développer des stratégies pour les marchés internationaux.**
- **Appuyer et faire avancer la recherche sur les aspects santé du bleuet sauvage.**

WBANA CANADA

- WBANA, liaison entre producteurs, transformateurs, gouvernement, acheteurs et consommateurs.

- Producteurs sont directeurs sur le CA.
- Contribution annuelle à WBANA.



- Acheteurs, consommateurs, WBANA responsable pour la promotion.

- Transformateurs sont directeurs sur le CA. Contribution annuelle à WBANA.

RAPPORT DU PRÉSIDENT NÉ

- La WBANA est une association unique en son genre qui a transcendé les frontières politiques, les administrations et les agendas qui a pour mission de trouver des moyens pour promouvoir collectivement nos baies sauvages. Jeff Orr, président WBPANS.
- WBANA approché par 3 organisations pour expliquer notre approche.

FINANCEMENT DE LA WBANA

- Producteurs (Associations)
- Transformateurs (0,005 \$/livre)
- Programmes gouvernementaux (50%)
- WBANA US

FINANCEMENT DE WBANA

Producteurs
contribuent

0,005 \$

Total 0,005 \$

Transformateurs
contribuent 0,005 \$

Total 0,01 \$

Programmes fédéraux

Total 0,02 \$

FONDS DE CONTREPARTIE

AGRIMARKETING

- 2006-2007 667 050,00 \$
- 2007-2008 758 000,00 \$
- 2008-2009 765 000,00 \$
- 2009-2010 769 000,00 \$
- 2010-2011 500 000,00 \$
- 2011-2012 613 825,00 \$
- 2012-2013 700 000,00 \$
- 2013-2014 580 383,00 \$
- 2014-2015 605 000,00 \$

PROMOUVOIR LA CONSOMMATION

- 1981 : Marché Amérique du nord
- Europe ciblée
- 1990 : Nouveau marché au Japon
- 2015 : Exportations mondiales
- 2015-16 : Étude de marché à Taiwan

DÉFIS AMÉRIQUE DU NORD

- Bleuets sauvages vs bleuets régulier.
- Atteindre le consommateur.
- Convaincre le consommateur à acheter congelé.
- Convaincre les acheteurs à payer plus cher pour bleuets sauvages.
- Recherche santé !



The Better Blueberry

IF YOU LIKE BLUEBERRIES, YOU'LL LOVE *Wild* BLUEBERRIES

Wild Blueberries

Regular Blueberries

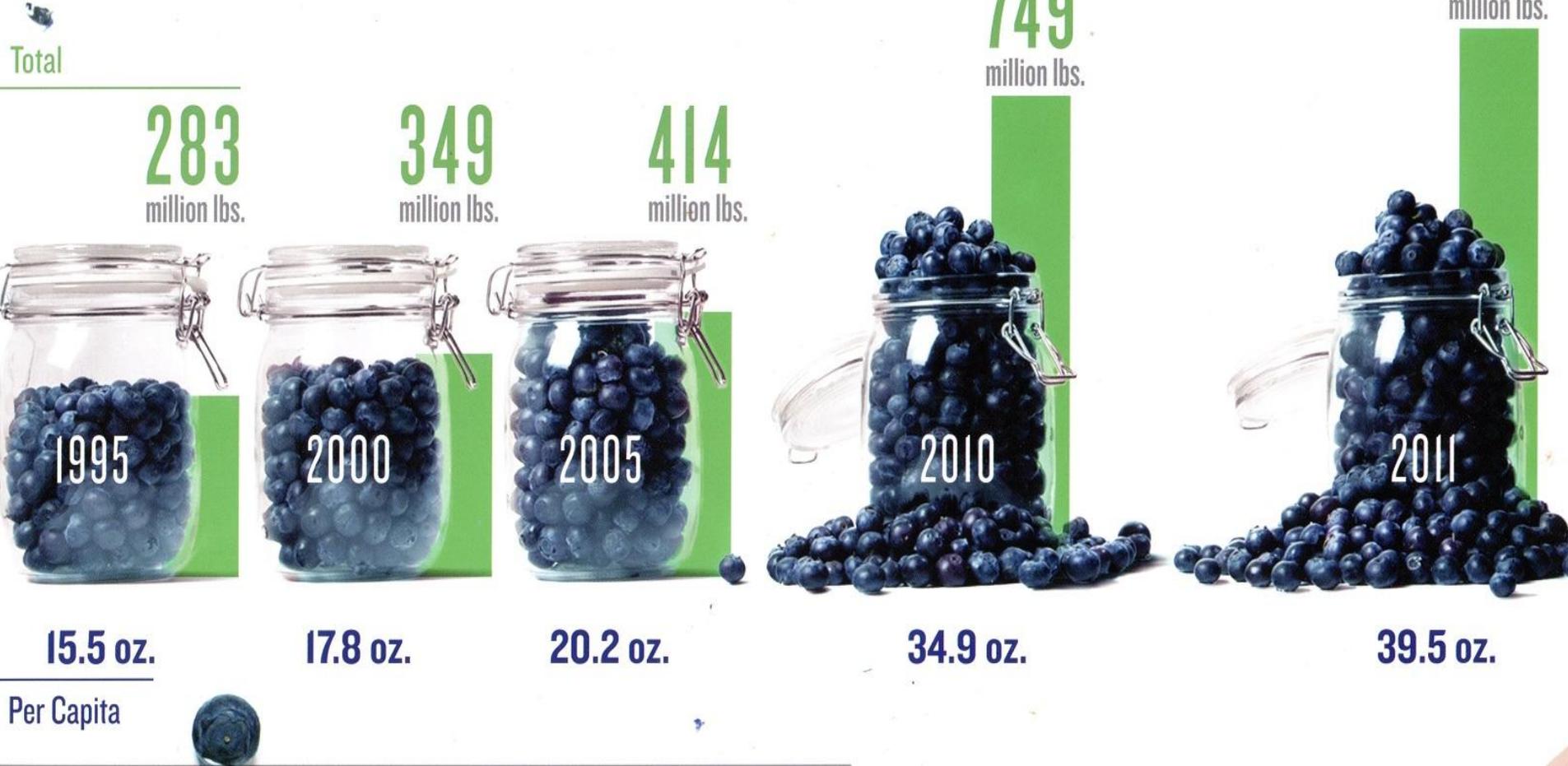
- ▾ Extraordinary Taste
- ▾ Little
- ▾ More Antioxidant Power
- ▾ Wild

- ▾ Ordinary Taste
- ▾ Big
- ▾ Less Antioxidant Power
- ▾ Regular



NORTH AMERICAN BLUEBERRY CONSUMPTION

With blueberry production increasing to match rising levels of consumption, it's clear that more Americans are discovering just how good these Little Blue Dynamos are!



Consommation en croissance !

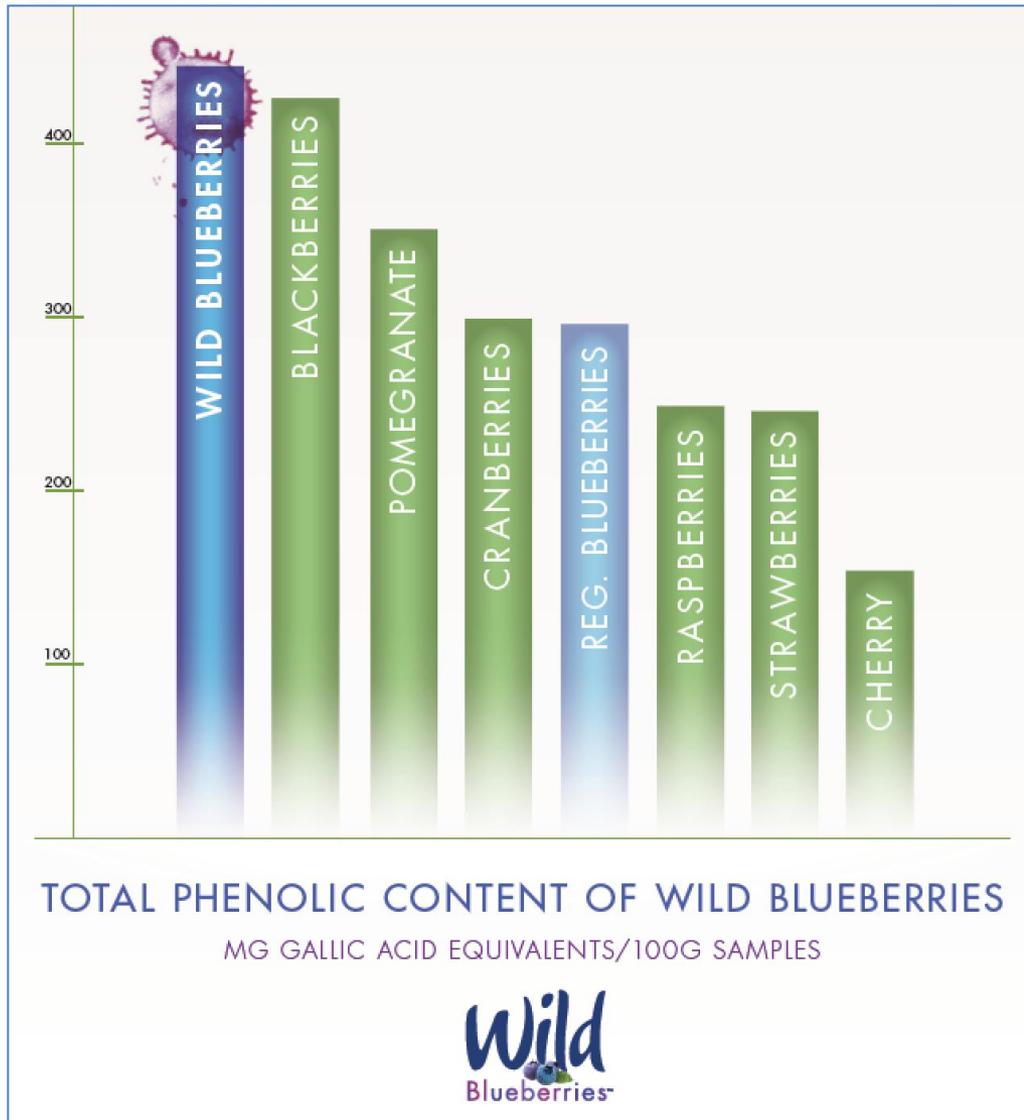
SONDAGE USHBC 2013

| Petit fruit type | 2004 | 2008 | 2013 |
|------------------|-------|-------|-------|
| Bleuets | 15% | 21,5% | 36,6% |
| Fraises | 56,2% | 47,7% | 29,5% |
| Mûres | 9% | 7,3% | 17,6% |
| Framboises | 13% | 17,3% | 4,8% |
| Canneberges | 2,3% | 3,8% | 2,1% |

SENSIBILISATION DES BÉNÉFICES DE SANTÉ SPÉCIFIQUES

| Conscient des prestations de santé spécifiques | 2004 | 2008 | 2013 |
|--|-------|-------|-------|
| OUI | 39,1% | 62,2% | 84,1% |
| NON | 57,5% | 34,1% | 15,9% |

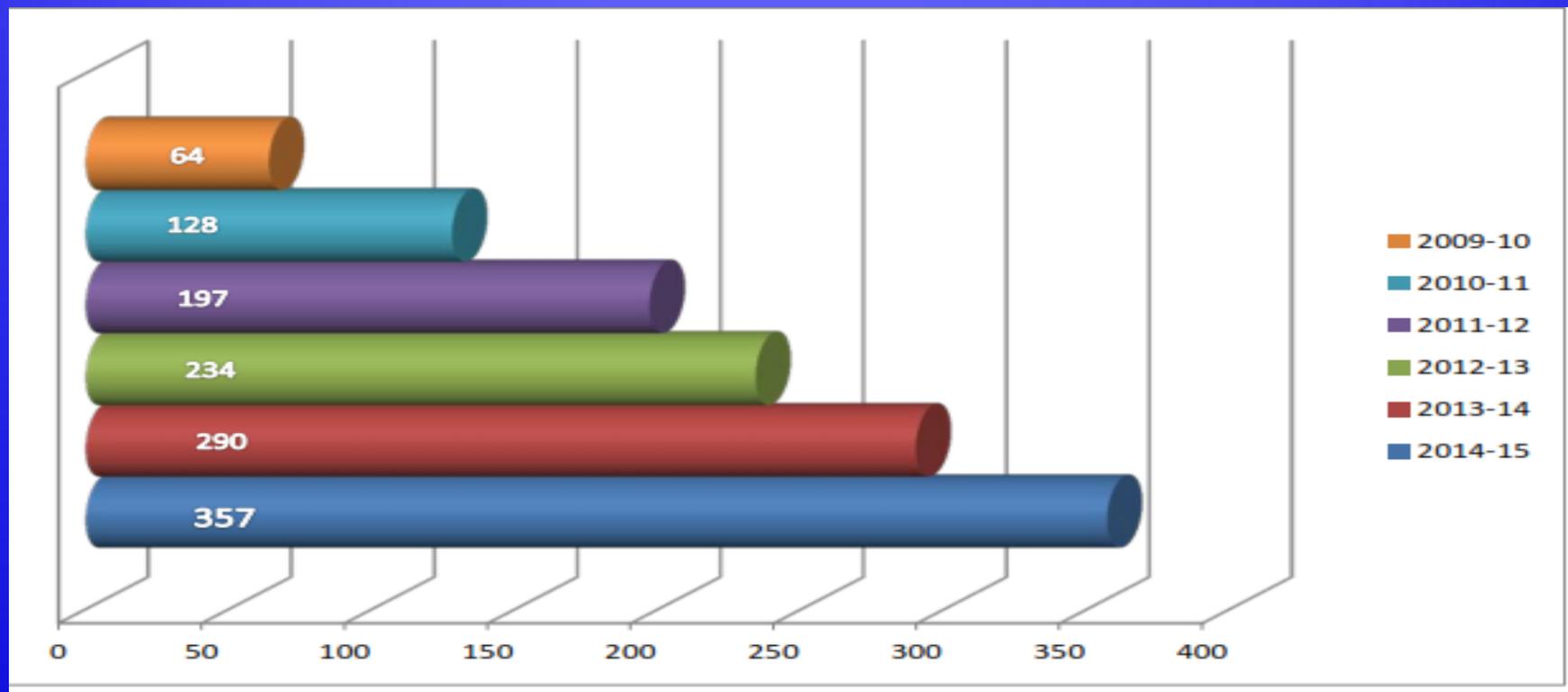
Total Phenolic Content Champions



DÉFIS EN EUROPE

- Bleuets sauvages vs myrtilles.
- Économie est plus faible (Bilberry).
- Gens sans congélateur.
- Russie et Ukraine ?

NOUVEAUX PRODUITS ALLEMAGNE



PRODUITS DISPONIBLES AVEC BLEUETS EN ALLEMAGNE

2013-14



■ Frozen Products ■ Jars ■ Jams & Compotes
 ■ Juices & Beverages ■ Dairy Products ■ Baked Goods
 ■ Muesli & Cereal ■ Sweets & Desserts ■ Neutraceutical
 ■ Baby Products ■ Cosmetics

2014-15



■ Frozen Products ■ Jars ■ Jams & Compotes
 ■ Juices & Beverages ■ Dairy Products ■ Baked Goods
 ■ Muesli & Cereal ■ Sweets & Desserts ■ Neutraceutical
 ■ Baby Products ■ Cosmetics

DÉFIS AU JAPON

- Maintenir le momentum.
- Développement de nouveau produits.
- Prix au détail, confitures.
- Tarifs.
- Moins d'exportation vers les autres pays asiatiques.
- Visite en août 2015.

DÉFIS EN CORÉE DU SUD

- Tarifs vs États-Unis.
- Entente signée en janvier 2015.
- 6-7 ans avant avoir un impact positif.
- Gros consommateurs de bleuets !!!!

DÉFIS EN CHINE

- Tarifs !!!
- Bleuet est nouveau pour les chinois.
- Ne mangent que de fruits frais !
- Pas trop de congélateur.
- Volume augmente.

Trop de bleuets ?





MANQUE DE CONSOMMATEURS !!!!!

