

Beeo



LOUKA DAIGNEAULT | DAIL14069906
AYA ERRADI | ERR74560105
RACHEL GAGNÉ | GAGR08569505
MAUDE GÉNÉREUX | GENM31579705
CAMILLE L'ESPÉRANCE | LESC22589705
PAULINE MALON | MALP82610007

Contexte: Saviez-vous que ?

La production québécoise de miel comble seulement **27 % de la consommation** du Québec.

Avec des pertes de **21,3 %** lors de l'hiver 2009-2010, ce sont 8346 colonies qui sont disparues au Québec.

Les pesticides sont mortels pour les abeilles, dont la clothianidine. Ce composé est toujours utilisé au Québec et n'est pas interdit, et, en 2008, **99 %** du maïs semé au Québec provenait de semences enrobées de ce produit.



Notre histoire

Cette magnifique aventure a vu le jour en 2018 dans le cadre d'un projet universitaire. Six individus choisis au hasard étant en charge de créer une entreprise fictive visant à résoudre un problème sociétal.

Suite à quelques recherches, Camille, notre pro de l'actualité, est tombée sur un rapport du Gouvernement du Québec abordant l'état critique de nos chers pollinisateurs (abeilles, guêpes, papillons, etc.). Nous avons donc trouvé **notre problématique à résoudre**.

Toutefois, quelle était la solution ?

Certains de nos collègues venant de France, Pauline et Aya, nous ont fait part qu'une entreprise en France produisait des ruches industrielles pour les restaurants souhaitant faire leur propre production de miel et préserver la biodiversité. Ces ruches étant très dispendieuses, elles sont très nichées en France. Toutefois, pourquoi ne pas faire **des ruches résidentielles plus abordables** ? En ce sens, la quantité vendue serait plus importante et donc, l'impact en serait plus grand. De cette idée est née Beeo.





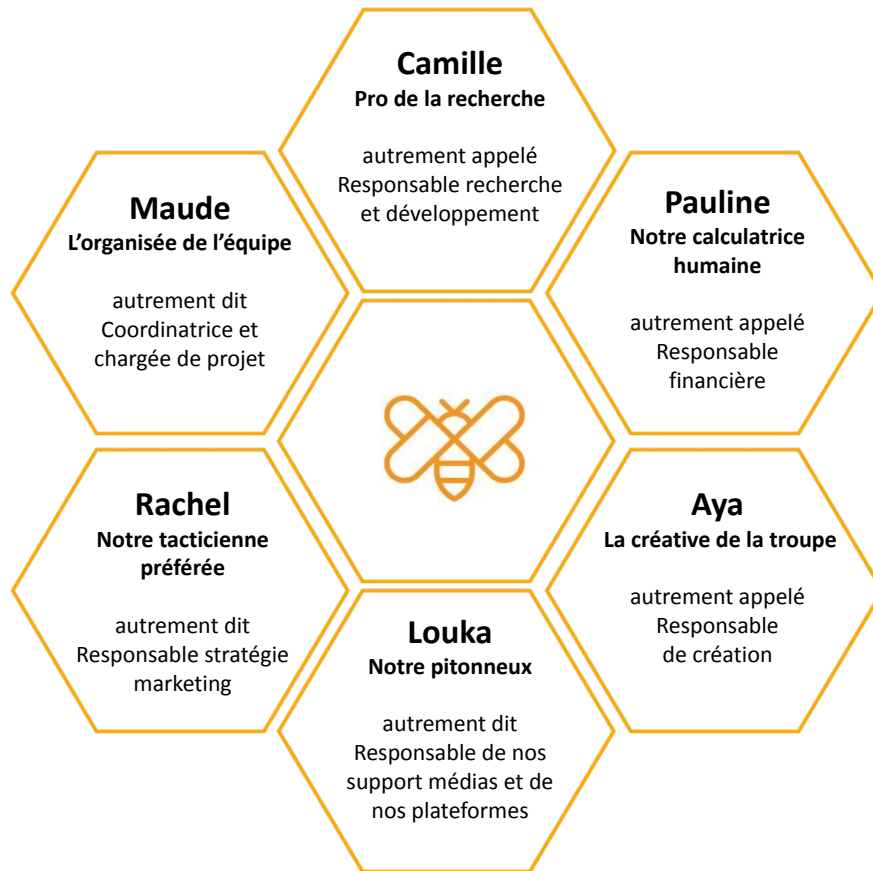
Notre équipe

Lorsqu'on a demandé à certains de nos membres de décrire Beeo:

« Beeo, c'est une collaboration, sans hiérarchie rigide, bâtie sur l'entraide et la confiance » - Pauline

« Beeo, c'est savoir combler ses propres faiblesses par les forces de nos collègues et de nos partenaires » - Rachel

« Beeo, c'est favoriser la diversité pour progresser. » - Louka





Faire partie de Beeo, c'est accepter notre « pacte »

Fait amusant: Tous les nouveaux membres de notre groupe peuvent ajouter une règle à ce pacte. Si cette règle est éthiquement correcte, tous les membres doivent s'y conformer !

Pacte signé Beeo

Tous les membres sont tenus de respecter les règles suivantes :

1. Respecter et accueillir les idées sans jugement
2. Comprendre les réalités personnelles, faire preuve d'empathie et de compassion
3. Débattre des problématiques sans blâmer
4. Faire preuve de reconnaissance, apprécier l'aide qui nous est offert
5. S'encourager et conserver ce bel esprit d'équipe dans les bons moments comme dans les mauvais
6. Souligner les événements importants et les petites victoires



Notre mission : Beeo pour la biodiversité

Beeo c'est:

1. Sensibiliser le public

Un projet tel que l'adoption d'une colonie d'abeille dans sa cour, ce n'est pas rien. Susciter l'intérêt du public, c'est le premier pas vers la sensibilisation à la cause des abeilles. Il s'agit d'un voisin qui se lance dans cette aventure pour conscientiser le quartier.

2. Favoriser l'autosuffisance

Faire un jardin, cultiver ses légumes, élever des poules pondeuses, avoir une ruche à la maison ; il n'y a pas qu'en campagne que cela est possible. La prise de contrôle de son alimentation peut être très salvatrice pour le bien-être des gens, surtout en période de crise sanitaire. Le monde change, et on doit changer avec lui. Retourner à nos racines, c'est aussi adopter un mode de vie sain, à la fois paisible et inspirant, chargé de défis et de récompenses.

3. Reconnecter les gens à la nature

Un public avisé, émerveillé et enfin gardien de la nature, sera plus à même de faire sa part pour la sauvegarde de l'environnement. On veut préserver ce qu'on aime et ce à quoi on s'attache.



Nos valeurs

1. **Respect de l'environnement**

Dans toutes nos actions et nos gestes, on doit s'assurer de penser à l'environnement et à sa préservation, même quand cela paraît moins facile ou évident.

2. **Intégrité**

Notre intégrité se reflète dans notre adhésion sans faille à un code moral, un code de conduite et une déontologie connus et respectés de tous. On y retrouve des notions comme le respect des lois dans nos communications, le traitement des informations personnelles de nos clients, le respect de nos fournisseurs et de nos partenaires.

3. **Apprentissage et partage d'informations**

Nous sommes une équipe soudée et motivée par la résolution de cette problématique. Nous avons soif d'apprendre au sujet de la biodiversité et de l'implication des abeilles dans ce processus, Sans nous prétendre des experts, nous nous entourons de conseillers professionnels. Nous ne tardons pas à transmettre cette information pour conscientiser et faire évoluer notre clientèle au même rythme que nous.



Nos produits

Pour satisfaire à plusieurs types de résidences, nous avons nommé nos produits par l'emplacement idéal de ceux-ci.



1

La ruche campagnarde

Idéale pour les fermes ou autres terrains larges

2

La ruche de banlieue

Pour les résidences en banlieue avec des voisins à proximité

3

La ruche urbaine - Collectif

Projet en développement
Ruches urbaines en mode collectif afin d'éviter la surpopulation et la transmission de maladie (grande ville)



Notre accompagnement

Avoir des ruches dans son jardin, c'est un projet qui demande beaucoup de recherche et de préparation. Voilà pourquoi Beee s'engage à accompagner sa clientèle tout au long du processus.

Nos	services	d'accompagnement
-	Estimation et faisabilité du projet	évaluées avec vous et notre équipe
-	Séances de formation reconnues offertes et installation de la ruche	avec nos experts
-	Messagerie instantanée sur notre site et sur notre page Facebook afin de parler avec un spécialiste	rapidement
-	Capsules vidéos et contenu éducatif gratuits et disponibles sur nos plateformes	
-	Webinaires et cours en ligne mensuels pour nos abonnés et nos clients	
-	Forum et foire au questions disponibles sur notre site web	



Sensibiliser et informer

Beeco, c'est une organisation soucieuse de la protection des abeilles. Cependant, ce n'est pas tout.

Sensibiliser la population sur les abeilles, c'est aussi :

- Parler des enjeux des grandes monocultures qui créent des «désert alimentaires» pour nos abeilles et pour plusieurs autres espèces pollinisatrices
- Se questionner sur l'utilisation massive des pesticides et des engrais au Québec et sur la place de l'agriculture biologique sous toutes ses formes
- Réagir afin de réduire sa propre empreinte écologique
- Favoriser un mode de vie plus sain, plus vert et surtout plus durable
- Agiter et stimuler la conversation et l'attention médiatique sur les causes environnementales

Facebook

Un leader mondial

Facebook est indispensable pour l'entrée sur le marché de nouveaux produits, en raison de son faible coût et de son potentiel fort. Autant que leader, c'est le réseau le plus utilisé, notamment par les professionnels du marketing. Il permet de renforcer la fidélisation et sert de moyen de communication avec les clients ou les autres utilisateurs privés et les entreprises. Cette interaction est essentielle pour notre entreprise, qui se concentre plus sur un ciblage de niche. Le "go viral" est un grand atout sur cette plateforme, c'est-à-dire que les publications intéressantes vont être rapidement partagées par les utilisateurs, et donc atteindre de nombreux lecteurs.

Code d'éthique

Toutefois la clarté et la transparence des contenus ont de l'importance pour notre image. Afin d'atteindre notre groupe cible, les publications sont décrites avec équité, véracité et sont facilement comprises et accessibles par le public.



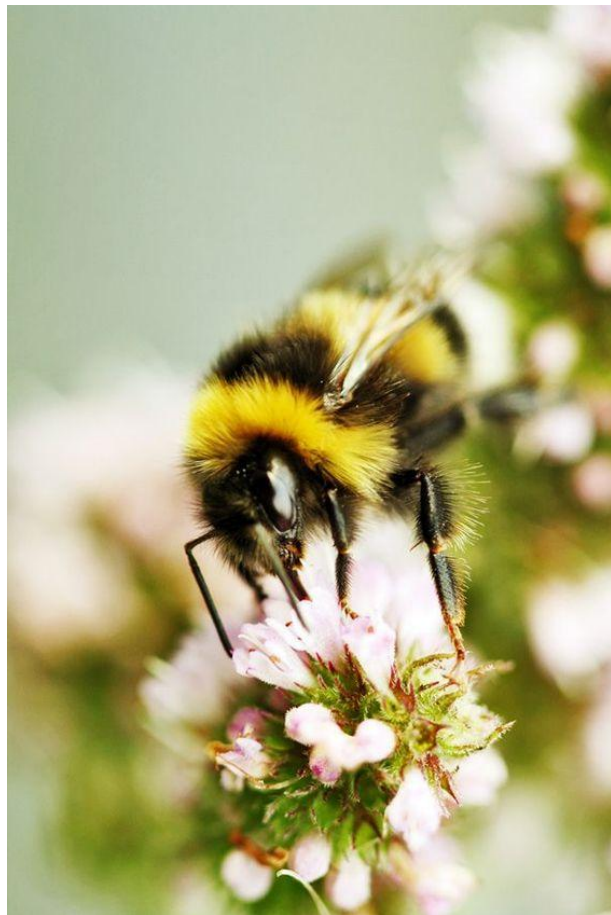
Instagram

Le réseau de partage

La plateforme Instagram possède une dynamique propre à elle, avec des thèmes pour de nombreux feed. L'image est au centre de ce réseau social, ce qui permet à notre entreprise d'étaler ses produits et de promouvoir la marque. L'application propose aussi le fameux Hashtag (#) qui permet de mettre en avant des photos selon leurs catégories. Ces dernières années, Instagram est podium pour les professionnels marketing qui veulent améliorer leur marque et vendre leurs services/produits. C'est pour nous une bonne méthode publicitaire de placement de produit et de communication avec nos clients.

Code d'éthique

La communication que nous partageons avec nos abonnés est professionnelle et correcte dans le sens où nos publications sont exactes et n'induisent pas en erreur. Le contenu est raisonnable et égalitaire.



Courriel

Le canal le plus efficace

Contrairement aux autres plateformes de communication, le courriel nous offre une communication directe et personnalisée. Il sert à mettre en place une relation de confiance entre les membres de notre entreprise et leurs destinataires. Le courriel fonctionne très bien dans le cadre d'une communication de fidélisation.

Code d'éthique

Nous collectons d'abord le consentement de nos destinataires pour envoyer des courriels, de manière explicite ou implicite, tout en respectant les demandes d'exigences de la loi canadienne anti-pourriel.



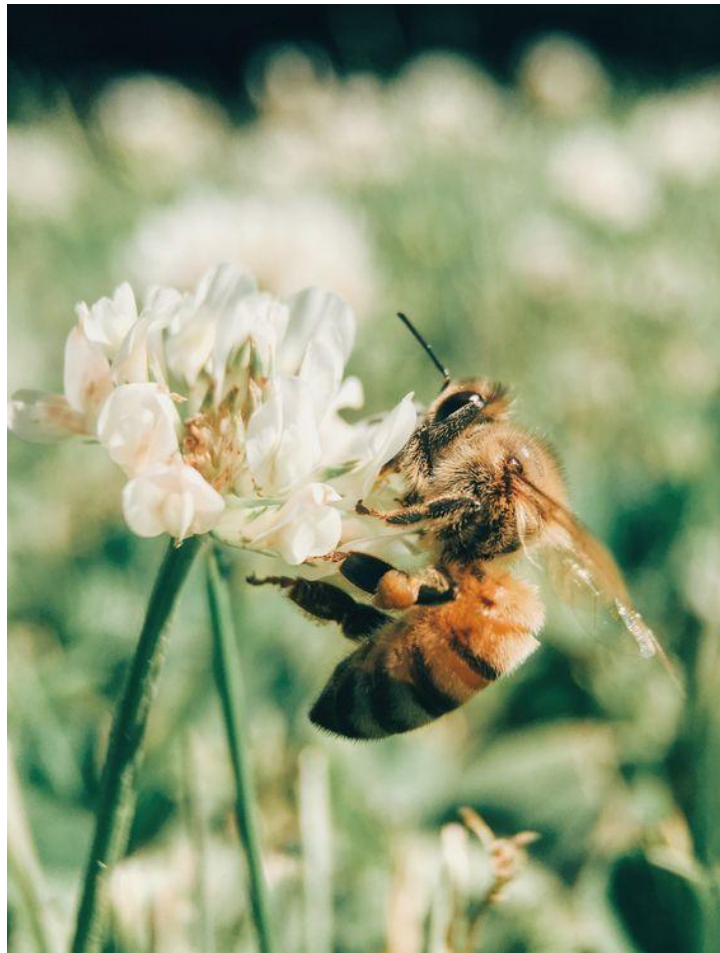
Site web

L'indispensable plateforme

Notre site web est incontournable pour nous, c'est un moyen pour présenter nos activités, nos produits et nos services et de les valoriser. En plus de cela, nous avons un lien direct avec le client et nous pouvons même réaliser des sondages pour améliorer nos prestations. C'est aussi un moyen de vendre nos produits en ligne et d'élargir notre notoriété. Ainsi, les clients sont toujours informés par les nouveautés, les tarifs, les offres, etc.

Code d'éthique

Pour notre site web, la transparence est un élément important pour la collecte, la divulgation et la conservation des données concernant les activités en ligne. De même que la clarté de nos informations, facile à comprendre et facilement accessibles.



Nos stratégies



Partenariats et associations:



Dans une optique de marketing sociétal, nous proposerons à plusieurs entreprises, comme des restaurants ou des épiceries de promouvoir nos produits, de manière à mettre en valeur leur engagement face aux enjeux environnementaux (protection de la faune et de la flore, autosuffisance), tout en produisant leur propre miel.

De notre côté, cela nous permettra de populariser nos produits en montrant aux clients que de produire son propre miel n'est pas si compliqué, si un petit restaurant ou une épicerie de quartier peut le faire. En effet, le fait de convaincre les clients à s'investir pour prendre soin de leur ruche est probablement la tâche la plus compliquée de notre compagnie, c'est pourquoi il est nécessaire de présenter une utilisation simple et de continuer à sensibiliser la population.

Nous nous engageons à:

1. Communiquer les informations nécessaires au commerces et restaurants partenaires, de manière à former à leurs employés et ainsi ne pas induire en erreur le consommateur (normes en matière de marketing de terrain du code ACM).
2. Respecter les normes au sujet des déclarations fausses ou trompeuses liées aux impacts environnementaux, établies dans le code ACM et dans la loi sur la concurrence fédérale.



Pourquoi s'associer avec les fermes Lufa?

- Bénéfique à notre exposition: le marché en ligne des fermes Lufa possède déjà une clientèle établie, et le fait de vendre le miel de nos ruches sur leur site augmentera notre notoriété auprès du public, tout en donnant une idée du produit fini au consommateur (goûter le miel de sa ruche).
- Association logique: l'agriculture urbaine sur les toits se rapproche de notre objectif de populariser une production résidentielle de miel, surtout en milieu urbain, c'est pourquoi il s'agit d'un excellent moyen de convaincre les gens à adopter un mode de vie autosuffisant (valeurs communes entre nos 2 compagnies).
- Pratique répandue: la production de miel sur les toits n'est pas nouvelle, car depuis quelques années, la compagnie Simons a installé plusieurs ruches sur les toits de leurs magasins (dont à Laval) afin d'encourager la protection des abeilles et de nos écosystèmes.



Chaque année, nous invitons nos membres, mais aussi nos futurs potentiels clients intéressés par ce grand projet d'apiculture urbaine à venir nous rencontrer lors du Salon de l'Agriculture au Québec.

Cet évènement agricole unique réunit à la fois les consommateurs, mais aussi les professionnels du monde agricole et agro-alimentaire, si bien que 10 000 visiteurs sont attendus durant les trois jours de l'évènement.

Il est important pour nous de sensibiliser les habitants des milieux urbains au déclin des abeilles et à leur importance dans nos vies.



Notre objectif :

- Découverte de la ruche urbaine facilitée par la proximité qu'offre ce salon. Notre but ici est de vous informer, mais aussi de répondre aux différentes interrogations.
- Animation avec une installation d'apithérapie pour permettre à chacun de découvrir comment il est possible de se soigner par le miel.
- Promotion des miels de nos adhérents. Possibilité de découvrir et de goûter le miel issu des ruches résidentielles.

Nous vous assurons une origine 100% garantie ainsi que la traçabilité de la ruche au pot que vous goûterez.



Nous avons la chance d'occuper un kiosque au Grand Marché du Québec.

Ce marché très animé est une excellente opportunité pour le démarrage de notre entreprise agroalimentaire et les produits qu'elle propose.

Le Grand Marché offre à ses visiteurs un contact privilégié avec plus d'une centaine de producteurs et d'entreprises.



Notre rôle ?

Se différencier des autres kiosques par notre concept unique.

Biodiversité et protection de l'environnement sont le thème central de notre Kiosque.

Empêchez la surconsommation et le gaspillage alimentaire en incitant à produire localement.

Expérience. Venez à la rencontre d'une façon unique de produire le miel. Démonstration, ateliers, dégustations seront à l'honneur.

Original : des ruches 100% accessibles à la population que ce soit à la campagne ou en banlieue.



TRANSPARENCE DU MIEL



CONTRÔLE DE LA QUALITÉ



ORIGINE PRÉCISE DU MIEL
RÉCOLTÉ

Porte-parole

D'autre part, notre stratégie consiste à augmenter la notoriété et la visibilité de notre entreprise. Pour ce faire, nous suggérons d'utiliser un porte-parole qui mettra en lumière Beeo. Au Québec, il un porte-parole est un moyen efficace de constituer une image de proximité, de confiance et de notoriété envers une marque à condition que celui-ci soit aimé et surtout, reconnu par le public cible québécois. C'est le cas avec notre ambassadeur. Nous savons qu'il est pertinent de sélectionner un porte-parole qui a une grande place dans le vedettariat québécois et qui apporte une force d'influence grandement nécessaire. Louis-François Marcotte est le candidat idéal... Depuis peu de temps, il s'est dirigé vers la cuisine locale en plus de mettre de l'avant la culture de ses aliments à usage personnelle et professionnelle.



L'expérience

Louis-François Marcotte est un choix prometteur étant donné son expérience culinaire mais aussi dans ses expériences entrepreneuriales. Il détient actuellement une place importante dans le star système québécois.



L'image

Il pourrait être judicieux de rentabiliser cette notoriété et l'associer à l'image médiatique de l'entreprise. Pour toutes ces raisons, le cuisinier et l'homme d'affaires Louis-François Marcotte serait un candidat idéal pour la propulsion de notre entreprise

Le rôle du porte-parole (ambassadeur)



Publicité

L-F M. représente la marque sous toutes ses formes. Il est la tête d'affiche de l'entreprise. (apparition site web, événement, réseaux sociaux, etc). Il partage son savoir en matière de miel et agit à titre de coach.

Image de marque

Louis-François Marcotte permet à la marque de rapprocher le public des produits, de services et des valeurs.

Notoriété

Obtenir le plus de conversion en touchant une nouvelle clientèle. Ainsi qu'une identification envers la marque.

Clientèle

Représente les clients. S'identifier facilement à l'ambassadeur. Louis-François Marcotte permet un sentiment d'appartenance envers la marque.

Merci



Pour en savoir plus :

<https://www.lesoleil.com/actualite/science/pas-pres-de-manquer-dabeilles-mais-ab2f2df0bdaf5ce6a20f8aa168947e42>

https://www.usherbrooke.ca/environnement/fileadmin/sites/environnement/documents/Ouvrages_de_reference/Travail_Nathalie_Pelletier_-_abeilles.pdf

apiculteursduquebec.com/faq.asp

<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Productions/santeanimale/obligations/abeilles/Pages/Enregistrementproprietairesabeilles.aspx>

<https://www.artisansdelaruche.com/support-formation-apiculteur>

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1781525/pesticides-canada-clothianidine-thiamethoxame-interdiction-abeilles>