

## MANDAT HIVER 2024



**NEXFID**

Développement d'un portefeuille de produits s'inspirant du marché courant

### Compagnie

Produire plus efficacement pour nourrir une population mondiale dépassant les 10 milliards, dont 25 % sur le continent africain, est un enjeu clé (Banque mondiale ONU, 2020). La croissance projetée nécessite davantage de protéines animales, induisant une expansion de l'élevage et une demande croissante en alimentation animale. Actuellement basée sur le soja (souvent indisponible) et la farine de poisson (souvent faible en protéines, impactant la croissance et la ponte des animaux). NEXFID est une start-up en biotechnologie, propose des solutions durables en recyclant des déchets organiques par l'élevage d'insectes pour produire des protéines et lipides de haute qualité, une alternative écologique au soja, à la farine de poisson et aux engrais chimiques.

### Mandat

NEXFID, en partenariat avec l'Université Laval, a mené un projet de recherche pour développer des produits à valeur maximale. Adapter la stratégie de chaque produit en fonction de sa clientèle permettra de tirer un avantage inestimable. Le but du mandat serait, dans un premier temps, de définir un portefeuille de produits en s'inspirant de ce qui se passe sur le marché, puis définir une stratégie distincte pour chacun de leurs produits - la farine d'insecte, l'huile d'insecte et l'engrais organique - pour atteindre leur vision et leurs objectifs commerciaux.

#### 1. Étude de marché et développement d'un portefeuille de produits (semaines 1 à 3)

- Analyser les tendances actuelles du marché mondial de l'alimentation animale et des alternatives protéiques
- Collecter des données sur la demande, les préférences des consommateurs, et les produits concurrents
- Développer un portefeuille de produits innovants en tenant compte des besoins du marché, en mettant l'accent sur la farine d'insecte, l'huile d'insecte et l'engrais organique

#### 2. Stratégies distinctes pour chaque produit (semaine 3 à 7)

- Élaborer des stratégies distinctes pour chaque produit, en tenant compte du positionnement du prix et de la différenciation par rapport aux concurrents
- Personnaliser les approches marketing et de distribution pour chaque produit, en maximisant l'efficacité tout en répondant aux besoins spécifiques des segments de clientèle visés

#### 3. Recommandations et développement des livrables (semaine 7 à 10)

- Consolider les résultats de l'étude de marché et des stratégies spécifiques pour chaque produit
- Formuler des recommandations claires sur le positionnement global de la marque NEXFID, en mettant en évidence les avantages concurrentiels de chaque produit