

L'ABC de la mise en marché des produits de l'érable

Qui sommes-nous?

Panoramik, firme de service-conseils en marketing et en communication de la Chaudière-Appalaches

- Stratégie en marketing
- Plan de communication
- Stratégies en expérience client
- Lancement de nouveaux produits, développement de nouveaux marchés
- Stratégie de contenu et de publicités numériques





Les communications

Que doit-on dire?

Qui sommes-nous?

Que faisons-nous?

Et pourquoi le faisons-nous?

À qui doit-on le dire ?

Par quel moyen ?

Quand et à quelle fréquence?

Le positionnement, un choix
d'entreprise

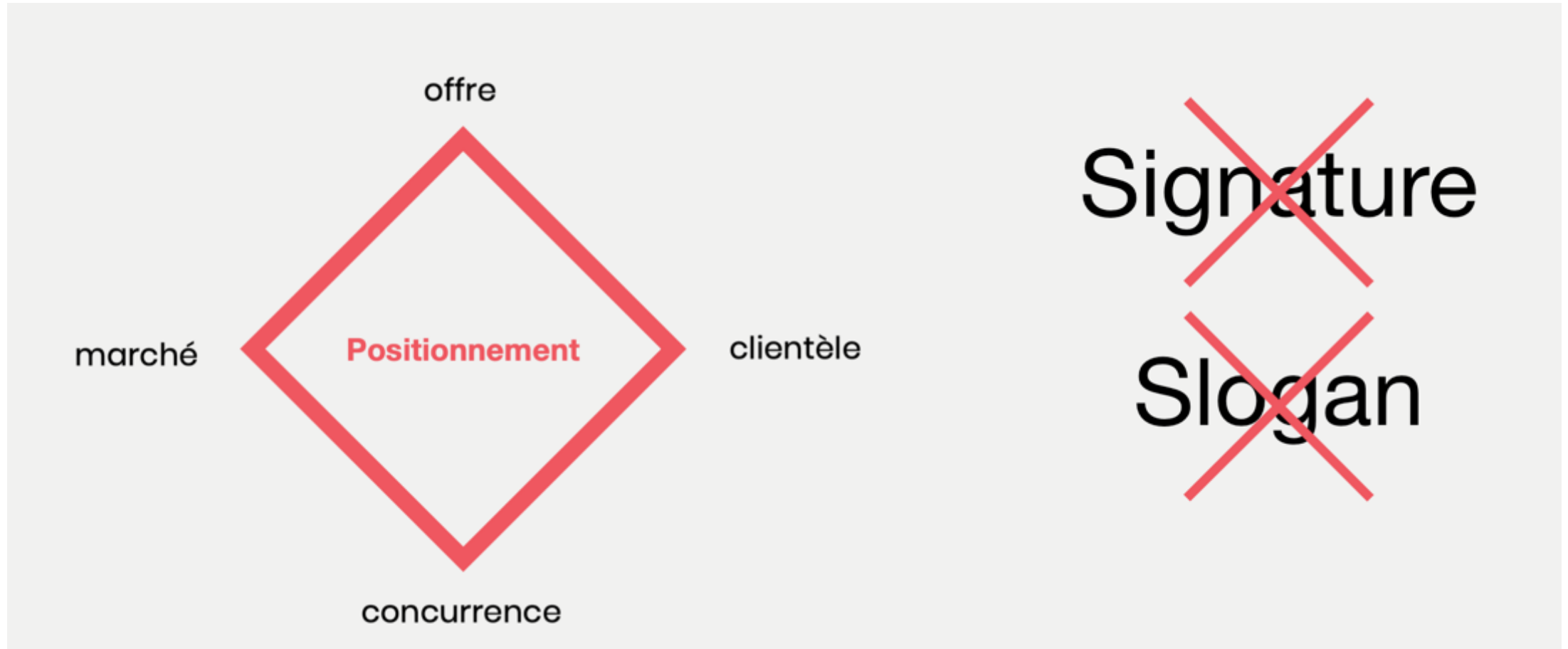


Le positionnement, une clé importante de votre succès

De qui devons-nous nous différencier?

- Des autres ingrédients sucrants
- Des autres activités agrotouristiques
- Des autres producteurs

De quoi se compose le positionnement ?



Des exemples

Tesla : Pour les conducteurs de voitures de sport qui recherchent la performance, mais qui sont également soucieux de l'environnement.



Share in the past, celebrate the future.

Starbucks Black Partner Network chair honours Black History Month by strengthening communities through mentorship.

[Learn more](#)



Starbucks se positionne comme entreprise historico-friendly et membre de la communauté noire.

Un dernier exemple

Ikea se positionne comme un acteur du changement pour une consommation plus durable.

Découvrez nos produits pour une vie plus durable à la maison

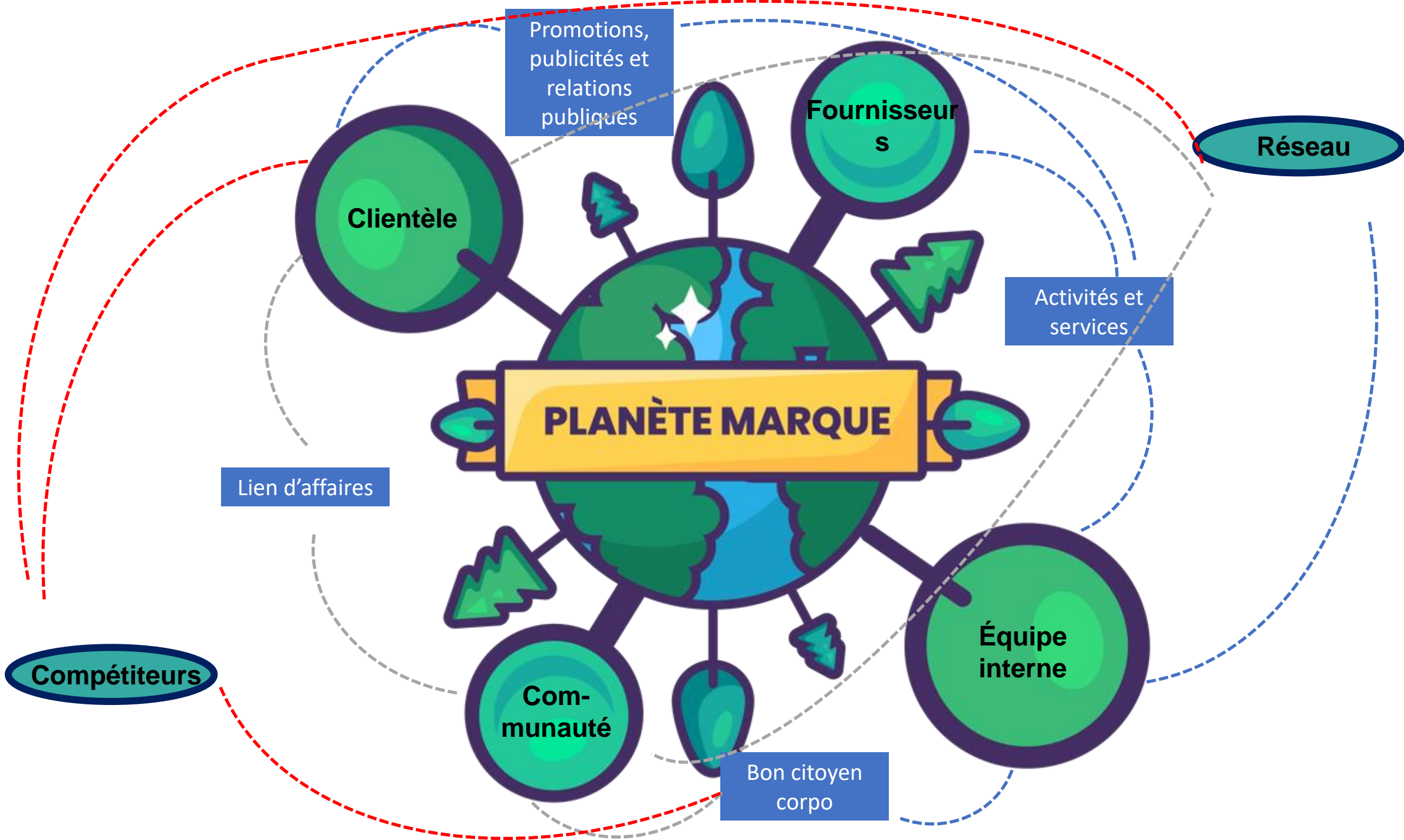


Et vous, quel est votre positionnement ?

- La qualité
- L'allégation santé
- L'aspect écologique
- La proximité avec vos clients (B2C ou B2B)
- Le service à la clientèle
- L'expérience client
- Votre histoire, votre terre

Que fait-on avec notre positionnement?

On le communique!



Les piliers de la cohérence des communications



Les piliers de la cohérence en communication

1. Les polices de caractère

Est-ce que les polices de caractère à utiliser sont bien définies dans :

- les courriels
- les documents (ex. rapports)
- les présentations (ex. PowerPoint)
- le blogue
- l'infolettre

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère



IORA

NEW
NOUVEAUTÉ
2020

THE MAPLE GREAT VINTAGES | LES GRANDS CRUS DE L'ÉRABLE CANADIEN

UNE ENTREPRISE FAMILIALE DES CANTONS-DE-L'EST DU QUÉBEC

IORA est une entreprise indépendante et ancrée dans son territoire. Sa vision à long terme se veut socialement juste et écologiquement responsable. Sa raison d'être est d'offrir à ses clients le meilleur sirop d'érable possible dans le respect des valeurs humaines partagées depuis toujours par la grande famille Desautels.

Bien installée sur le marché canadien depuis 1995, c'est en 2016 que l'entreprise décide de se tourner vers l'exportation. Le marché européen, reconnu pour sa valorisation des produits du terroir, est alors défini comme prioritaire.

A FAMILY BUSINESS IN THE EASTERN TOWNSHIPS OF QUEBEC

IORA is an independent company rooted in its territory, its long term vision is to be both socially just and ecologically responsible. Its mission is to offer its customers the best possible maple syrup while respecting the human values that have always been shared by the large Desautels family.

Well established in the Canadian market since 1995, it was in 2016 that the company decided to turn to exports. The European market, recognized for its value of regional products, was then defined as a priority.





The name IORA (squirrel in Gaelic) is a tribute to the Native Americans who, according to an ancestral legend, discovered the benefits of the maple tree by watching a squirrel slash a maple tree to drink its sweet sap.

Le nom IORA (squirrel en gaélique) est un hommage aux Amérindiens qui, selon une légende ancestrale, auraient découvert les bénéfices de l'érable en observant un écureuil entailler un érable pour en faire son suc sucré. Un retour aux sources pour un produit naturel et d'exception.

 EXCEPTIONAL SYRUP FROM A OWNER-GROWER SIROP EXCEPTIONNEL D'UN PRODUCTEUR RÉCOLTANT	 ENVIRONMENTALLY FRIENDLY APPROACH DÉMARCHE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT	 100% ORGANIC PRODUCT PRODUIT 100% BIOLOGIQUE	 HIGH IN ANTIOXIDANTS RICHE EN ANTIOXYDANTS
--	--	--	--

www.ioraCanada.ca | 819 416-0122 • info@iora.ca


Catalogue 2021

ORGANIC MAPLE PRODUCTS
PRODUITS D'ÉRABLE BIOLOGIQUES


The ancestral tradition that continues

Une tradition ancestrale qui se poursuit



Family owned business since 1995

Entreprise familiale depuis 1995



IORA



IORA DELICATE MAPLE SYRUP (GOLDEN)
LE SIROP D'ÉRABLE DÉLICAT IORA (DORÉ)

COULEUR
Golden and delicate. Fully transparent light.

COULEUR
Doré et délicate. Presque parfaitement transparente.

IOA330 (330 ml)*
IOA200 (200 ml)
IOA175 (175 ml)
IOA100 (100 ml)*

			
PROFIL Delicately sweet, notes of wood.	PROFIL Douceur sucrée, notes de bois.	PROFIL Very fine and light vanilla note.	PROFIL Parfait sur une salade de fruits ou pour un gâteau d'anniversaire.

AN EXCEPTIONAL TERROIR FOR MAPLE SYRUP

Our terroir is exceptional in more than one way. From a climatic point of view, our maple grove is located in mountainous terrain at the foot of Mount Orford, an iconic mountain in the Eastern Townships. First of all, the combination of cold air related to altitude and secondly the warm air from the United States, whose border is nearby, favours a high-quality harvest since the maple tree needs large temperature differences to fully express its aromatic potential.



IORA VELVETY MAPLE SYRUP (AMBER)
LE SIROP D'ÉRABLE VELOUTE IORA (AMBRÉ)

COULEUR
Rich and deep. Shiny amber to the sun's rays.

COULEUR
Riche et profonde. Brillante au soleil.

IOA350 (350 ml)*
IOA250 (250 ml)
IOA175 (175 ml)
IOA100 (100 ml)*

			
PROFIL Fruity, sweet and slightly smoky. Slightly luscious notes in the mouth.	PROFIL Fruité, sucré et légèrement fumé. Notes légèrement veloutées en bouche.	PROFIL Fine and rich aroma. Reminiscent of brown sugar and caramel.	PROFIL Bonne, sucrée, guêlée. Un arôme riche de sucre brun et de caramel.

UN TERROIR D'EXCEPTION POUR LE SIROP D'ÉRABLE

Notre terroir est exceptionnel à plus d'un titre. D'un point de vue climatique tout d'abord, notre érablière se situe en terrain montagneux au pied du Mont Orford, montagne emblématique des Cantons de l'Est. La combinaison de l'air froid lié à l'altitude et de l'air chaud qui remonte des États-Unis, dont la frontière est toute proche, favorise une récolte qualitative puisque l'érable a besoin de grandes différences de températures pour exprimer pleinement son potentiel aromatique.



IORA FULL-BODIED MAPLE SYRUP (DARK)
LE SIROP D'ÉRABLE CORSE IORA (FONDÉ)

COULEUR
Copper coloured and intense. It has a remarkable density.

COULEUR
Cuivré et intense. C'est d'une densité remarquable.

IOA375 (375 ml)*
IOA275 (275 ml)
IOA150 (150 ml)*

			
PROFIL Persistent in the mouth. Specially notes of honey and heavily roasted coffee.	PROFIL Persistant en bouche. Surtout des notes de miel et de café. Richement torréfié.	PROFIL Rich and complex taste.	PROFIL Bonne et complexe saveur.

UN TERROIR D'EXCEPTION POUR LE SIROP D'ÉRABLE

Notre terroir est exceptionnel à plus d'un titre. D'un point de vue climatique tout d'abord, notre érablière se situe en terrain montagneux au pied du Mont Orford, montagne emblématique des Cantons de l'Est. La combinaison de l'air froid lié à l'altitude et de l'air chaud qui remonte des États-Unis, dont la frontière est toute proche, favorise une récolte qualitative puisque l'érable a besoin de grandes différences de températures pour exprimer pleinement son potentiel aromatique.

*100 ml à 500 ml disponibles en détail - 100 ml à 500 ml disponibles en format

www.ioraCanada.ca | 819 416-0122 • info@iora.ca

Les piliers de la cohérence en communication

2. L'univers de la marque : les symboles

Avez-vous une trousse contenant votre univers symbolique (logo, icônes, textures, etc.)?

- Si oui, avez-vous déterminé comment les utiliser dans :
 - les documents (ex. rapports)
 - les présentations (ex. PowerPoint)
 - le blogue
 - l'infolettre
 - les devis ou offres de service
 - les factures

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère
2. L'univers de la marque



Les piliers de la cohérence en communication

2. L'univers de la marque : le logo

Sait-on où disposer le logo (à gauche, à droite, centré, en haut, en bas) et quelle version utiliser dans :

- les courriels
- les lettres et communiqués officiels
- les documents et présentations
- l'infolettre
- les médias sociaux
- les documents administratifs (devis, factures, bons de commande, etc.)
- lorsque le logo est présenté avec d'autres marques

Est-ce que les différentes versions du logo sont disponibles au bon format dans un dossier accessible à tous?

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère
2. L'univers de la marque



Les piliers de la cohérence en communication

3. Les couleurs

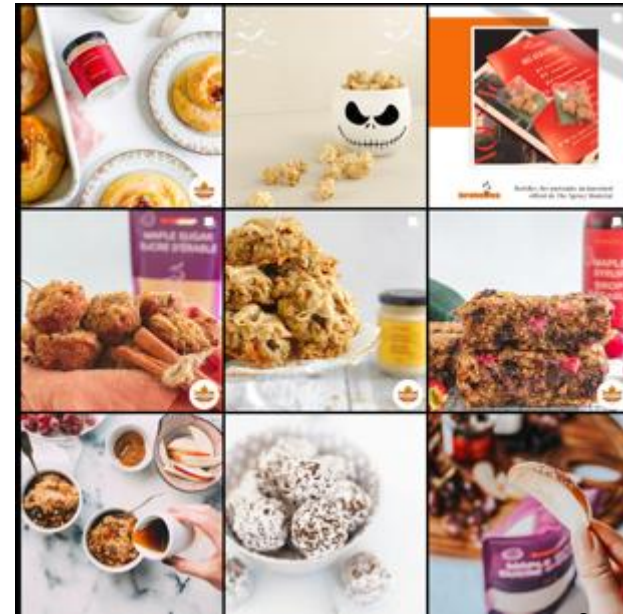
Est-ce que les couleurs à utiliser sont définies?

Si oui, avez-vous déterminé comment les utiliser dans :

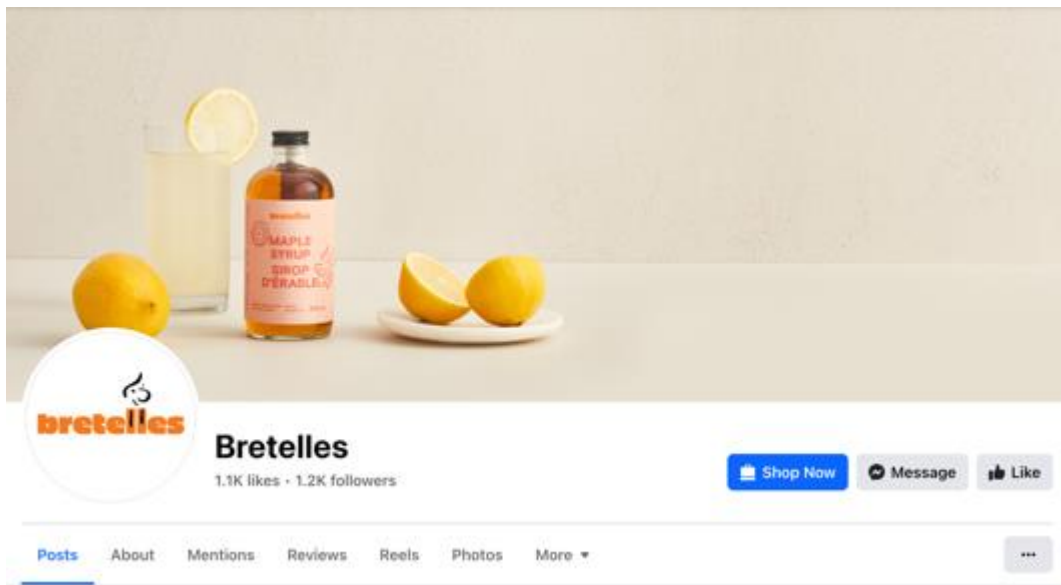
- Les médias sociaux
- Le site web
- Les documents (ex. rapports)
- Les présentations (ex. PowerPoint)
- L'infolettre
- Les devis ou offres de service
- Les factures

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère
2. L'univers de la marque
3. Les couleurs



Source : page Instagram de Bretelles



Source : page Facebook de Bretelles



Source : bretelles.ca

Les piliers de la cohérence en communication

4. Le ton

Est-ce que le ou les tons à utiliser est défini dans les :

- articles de blogue
- outils promo
- publicités
- médias sociaux

Exemples de ton : didactique, sérieux, neutre, poétique, humoristique, irrévérencieux, complice, ironique, enjoué, etc.

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère
2. L'univers de la marque
3. Les couleurs
4. Le ton

Domaine du Cap - Érablière et Vignoble
 4d · 🌐

Les vendanges se sont terminées dimanche passé sous un mélange de pluie et de soleil! Un énorme merci à tous nos bénévoles qui nous ont donnés un coup de main durant cette période intense de l'automne! Charlie, Margot et Rosemary ont aidé à leur façon... En espérant qu'elles rempliront une chaudière l'an prochain au lieu de la vider!! 😊 (Elles aident beaucoup quand même) #domaineducap #bénévoles #vendanges



Domaine du Cap - Érablière et Vignoble
 September 12 · 🌐

Aujourd'hui, le 12 septembre c'est la journée "Je déguste un vin québécois". Joignez-vous à Margot pour déguster un verre de vin du Québec! 😊 ***Margot n'a pas bu de vin, ne vous inquiétez pas! Elle adooooore juste le sentir! 😊 Qui sait, peut-être une future vigneronne/oenologue 🍷 #vinduquébec #domaineducap



Domaine du Cap - Érablière et Vignoble
 October 15 at 10:00 AM · 🌐

"On brasse pas mal d'affaire" prise 2. On vous a laissé en plan durant 2 mois et demi 😊 Voici les changements qu'apporteront l'agrandissement dans nos vies d'acériculteurs et vigneronns:
 1- La salle de bouillage a maintenant beaucoup plus de place et une méchante belle vue sur le vignoble (même si au printemps c'est un peu moins beau)
 2- Le vigneron Nicolas a de la place pour circuler dans sa cuverie. (Pour ceux qui n'avaient pas visité avant l'agrandissement, impossible de... See more



Les piliers de la cohérence en communication

4. Les messages

Tapez-vous sur le même clou tout le temps?

Les 6 piliers de la cohérence

1. Les polices de caractère
2. L'univers de la marque
3. Les couleurs
4. Le ton
5. Les messages



SIROPS D'ÉRABLE vieillis en fût de chêne

Issu de forêts gaspésiennes, notre sirop d'érable de qualité supérieure est vieilli lentement en fûts de chêne ayant contenu différents spiritueux.

Lors de la maturation, nos sirops d'érable imprègnent les arômes du chêne et les notes caractéristiques des spiritueux en question, tels que la vanille, le caramel, le café et les épices.



Le plastique, c'est tellement 90's

Notre dépendance au plastique est le plus grand défi environnemental et social de notre génération. Il est extrêmement difficile de s'en débarrasser, mais pas impossible. Séve de Mars utilise des bouteilles en verre 100% recyclé fabriquées en Amérique du Nord et des bouchons en aluminium, afin d'éliminer complètement le plastique à usage unique de nos produits. Pensons de petites imperfections en raison du verre recyclé, chacune de nos bouteilles est unique et parfaitement imparfaite! Pour l'emballage des commandes en ligne, nous utilisons des boîtes en carton recyclable, du ruban papier collant à base d'eau et des copeaux de chêne comme matière de rembourrage. Ces copeaux sont issus de fûts lavés lors de notre production. Nos efforts d'éco-cyber, nos choix de matériaux et nos solutions d'emballage nous permettent de nous débarrasser entièrement du plastique une fois pour toutes.

*consommez moins,
consommez mieux*



Notre quête à créer le meilleur sirop d'érable possible n'est pas sans impacts sur l'environnement et nous en sommes conscients. C'est pourquoi nous avons développé une chaîne d'approvisionnement circulaire et nous tentons de trouver des solutions à travers tout les paliers de nos opérations.

De plus, nous sommes fiers membres de 1% for the Planet et donnons une partie de nos revenus à la protection et à la défense de nos forêts et des espaces sauvages canadiens.



Seconde vie aux fûts

À travers le monde, les maîtres distillateurs font recours à la science du bois en utilisant des tonneaux pour perfectionner et développer la signature de leurs produits. Séve de Mars donne une seconde vie aux fûts de spiritueux fraîchement vidés et conserve le savoir-faire viticole et l'univers complexe des spiritueux au cœur de nos sirops d'érable vieillis en fûts. Une fois le sirop prêt, nous vidons les fûts et notre partenaire tonnelier, la Tonnerrie Moreau, transforme ces fûts de sirop d'érable fraîchement vidés en fûts de frittage et de maturation uniques destinés à nourrir nos distilleries. Il en résulte une chaîne d'approvisionnement 100% circulaire pour nos barriques.

On ne peut pas
ne pas communiquer.

Diversifier ses produits, oui mais...



Quelques drapeaux rouges

- Attention de respecter votre positionnement
- Est-ce que vous vous adressez à la même cible avec ce produit ?
- Le secret est la planification est le plan de commercialisation
- L'analyse du coût d'opportunité

Comment diversifier son
emballage?





Source : pasouliereselection.com



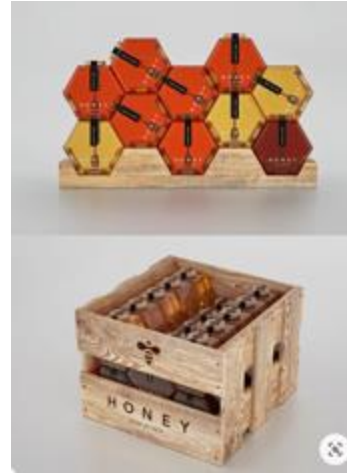
Source : domainesmall.com



Source : caseal.com



Source : Magasine Caribou



Merci