



# Intelligence artificielle et marketing agroalimentaire

Une nouvelle réalité

# Plan de la conférence

01

---

**Le marketing change déjà**

02

---

**L'IA comme raccourci opérationnel**

03

---

**Bonnes et mauvaises pratiques**

04

---

**Conclusion et échanges**



L'agro, on en mange!

SECTION 1

# Un changement déjà amorcé



**L'IA ne change pas  
seulement les outils.  
Elle change les  
comportements.**

# Le parcours client s'est accéléré.

## Avant

Je cherche :

- une érablière
- un kiosque
- des produits locaux
- une recette
- un cadeau

Je visite plusieurs sites. Je compare. Je cherche des avis.

## Aujourd'hui

Je cherche un Arrêt Gourmand entre Québec et St-Georges avec repas simples pour la famille.

- Réponse IA axée solution au problème
- Suggestions ciblées
- Décision rapide

## Le marketing a changé de mission



AVANT

### Capter l'attention

Être vu. Interrompre. Répéter.



AUJOURD'HUI

### Répondre à l'intention

Être là au bon moment. Avec la bonne réponse.



# Rapidité. Instantanéité. Précision.

→ **Attentes  
immédiates**

Les clients veulent des  
réponses précises,  
maintenant.

→ **Fatigue  
informationnelle**

Trop de contenus. Moins de  
patience pour les  
généralités.

→ **Recherche plus ciblée**

Une seule requête peut déjà filtrer toutes les options.



**Le client ne cherche pas un produit.  
Il cherche une solution.**

Le déclic

**Ce que l'entreprise croit vendre**

**VS**

**Ce que le client cherche**

Entreprise

Douzaine d'œufs

Jambon fumé

Produits locaux

Sirop d'érable


Client

Déjeuner rapide

Repas simple pour recevoir

Arrêt pratique en route

Cadeau authentique

A photograph of a family having a picnic in a field at sunset. A man and a woman are sitting on a blanket, looking towards the right. Two young girls are running towards them in the background. A picnic basket is open on the blanket, and there are plates of food. In the background, there is a barn and trees under a warm, golden sky.

« Plus les moteurs IA comprennent les intentions derrière les recherches... plus les entreprises doivent comprendre les vrais besoins derrière l'achat. »

# Pourquoi la pertinence devient le vrai différenciateur ?

## **Les contenus génériques explosent**

L'IA produit du contenu à grande échelle.

## **Plusieurs marques commencent à se ressembler**

Les mêmes outils produisent les mêmes résultats.

## **L'authenticité devient rare**

Ce qui est vrai et spécifique devient précieux.



SECTION 2

# L'IA comme raccourci opérationnel

# L'IA amplifie ce qui existe déjà.

Un bon message bien nourri

**L'IA amplifie la clarté**



Un positionnement fort, une voix authentique, une stratégie claire.

L'IA les rend encore plus puissants.

Un message flou ou incohérent

**L'IA amplifie la confusion**



Les erreurs, les incohérences, un mauvais positionnement, une mauvaise direction stratégique.

L'IA les multiplie aussi.

# Plus les outils deviennent puissants... plus le jugement humain devient important.

## L'IA accélère

Certaines tâches, certains contenus, certaines analyses.

## L'humain oriente

La stratégie, la direction, le positionnement.

## Le conseil accompagne

La cohérence, la proximité, l'authenticité.



# Le rôle de l'accompagnement stratégique



## Voir les angles morts

Ce que les données ne montrent pas.



## Prioriser

Ce qui est urgent, important, faisable.



## Comprendre le contexte humain

L'équipe, la clientèle, la réalité terrain.



## Tenir compte de la réalité opérationnelle

Les capacités réelles de votre entreprise.

Rappel important

**L'IA n'exécute pas une stratégie.**

**Elle accélère certaines tâches.**

Elle ne valide pas si la direction est la bonne. Ça, c'est votre rôle.



# L'IA est déjà dans vos outils

Avant même d'ouvrir ChatGPT, vous utilisez probablement déjà l'IA sans le réaliser.



## Publicité optimisée

Meta et Google optimisent automatiquement la diffusion de vos publicités avec l'IA.



## Suggestions de design

Canva propose des suggestions visuelles et des ajustements automatiques.



## Recherche intelligente

Votre moteur de recherche comprend l'intention derrière vos requêtes.

# Intégrée ne veut pas dire appropriée.

## Ce que ça fait bien ✓

- Optimisation de diffusion
- Ciblage d'audience précis
- Ajustement automatique des budgets

## Ce qu'il faut surveiller ✗

- Textes publicitaires générés dénaturant le message
- Voix robotiques sur les vidéos
- Visuels générés perdant l'authenticité locale

« L'IA intégrée optimise pour la performance.  
Pas nécessairement pour votre authenticité. »



## Score d'opportunité ⓘ

En appliquant 1 recommandation, vous pouvez augmenter votre score de 23 points.

### Recommandation

 +23 points



**Vous pourriez réduire votre coût par résultat de 3 % grâce à 1 amélioration du contenu publicitaire Advantage+**

Nous diffuserons plusieurs variantes créatives de votre publicité lorsque nous estimerons que cela peut améliorer les performances avec :

- Améliorations du texte
- Contenu multimédia flexible

[Voir les modifications qui seront apportées à vos publicités](#)

Résultat potentiel ⓘ

**Baisse de 3 % du coût par résultat**

D'après nos tests

Appliquer maintenant



# Des gains de temps réels



## Rédaction

Publications, infolettres, fiches produits



## Analyse simple

Commentaires, performances, tendances



## Adaptation de contenu

Formats, longueurs, plateformes



## Réponses clients

FAQ, messagerie, commentaires



## Idéation

Angles de contenu, campagnes saisonnières



## Support visuel

Amélioration, adaptation, animation

# La qualité du résultat dépend du contexte fourni

## ✗ Prompt vague

« Écris une publication Facebook pour ma ferme. »

Résultat générique, sans âme, inutilisable.

## ✓ Prompt précis

Clientèle, ton, objectif, saison, réalité terrain.

Résultat pertinent, authentique, utilisable.

« L'IA ne connaît pas votre entreprise. Elle travaille avec ce que vous lui donnez. »

# Rédaction de contenu

## Utile, mais parfois reconnaissable

Style IA lisse, régulier, trop propre.

Peut rendre paresseux : on génère, on publie, on perd sa voix.

« L'IA peut t'aider à ne jamais manquer d'idées. Elle ne devrait pas vous faire oublier votre identité de marque. »

# La déclinaison de contenus

Vous produisez un seul contenu de base — l'IA vous aide à le transformer.

## Publication Facebook

Post bref et visuel

## Texte d'infolettre

Histoire du produit, résumé de l'article de blogue

## Article de blogue

Version longue et complète

## Affichage au kiosque

Résumé visuel impactant



Même histoire. Quatre formats. Quelques minutes.

# La stratégie R-R-R

## Repenser

Regarder ce que vous avez déjà produit avec un nouvel angle. Une photo de récolte de l'an passé peut redevenir pertinente cette saison.

## Réutiliser

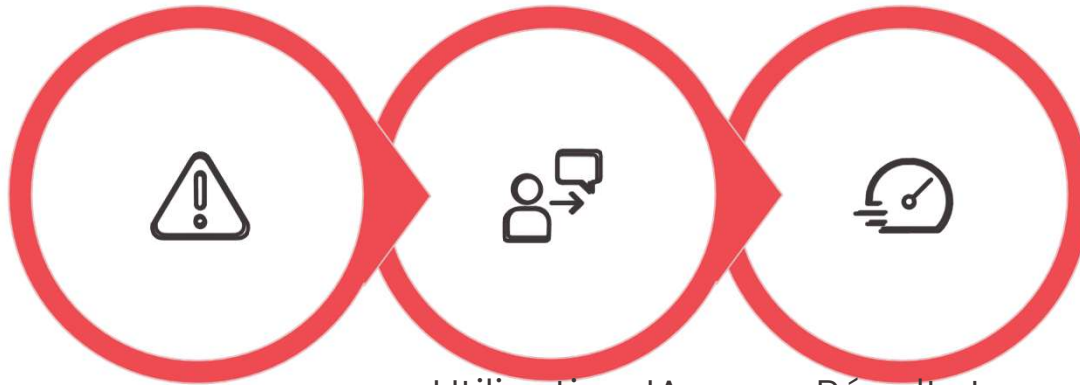
Un article de blogue devient une publication, une publication devient une infolettre, une infolettre devient une vidéo. L'IA accélère chaque transformation.

## Rafraîchir

Mettre à jour un contenu existant plutôt que de repartir de zéro. Changer la saison, les disponibilités, les prix, le visuel.

L'IA aide à maximiser et exploiter ce qui existe déjà.

# L'IA peut aider à répondre plus efficacement aux clients.



Situation :  
Fort volume  
de  
messages  
privés

Utilisation IA  
pour  
répondre  
aux  
questions  
fréquentes

Résultat :  
gain de  
temps,  
réponses  
cohérentes  
et uniformes



# L'IA peut aussi travailler pour vous en arrière-plan.

## Automatisation traditionnelle enrichie par l'IA

- Séquences d'infolettres
- Relances de panier abandonné
- Courriels de bienvenue

L'IA personnalise les messages, optimise les objets et adapte le contenu selon le comportement client.

## Micro-tâches répétitives accélérées

- Reformulation
- Adaptation
- Sous-titrage
- Déclinaison de contenu

Des tâches manuelles que l'IA gère sans système complexe, libérant du temps précieux.

« L'objectif n'est pas d'automatiser l'entreprise.

C'est de libérer du temps pour ce qui a vraiment de la valeur. »

# Tout ce qui peut être automatisé ne devrait pas nécessairement l'être.

## À automatiser sans hésiter ✓

- Tâches répétitives sans impact sur la relation client
- Déclinaisons de formats
- Sous-titres
- Résumés
- Rappels administratifs

## À garder humain ✗

- Réponses personnalisées à des situations sensibles
- Relation de proximité
- Contenu qui reflète votre personnalité
- Décisions stratégiques

« L'efficacité ne doit jamais sacrifier l'authenticité et la connexion humaine. »



Analyse simple

## L'IA aide à voir plus vite.

- Commentaires clients
- Questions fréquentes
- Performances de contenu
- Pistes d'amélioration



L'analyse n'est pas la stratégie. Les données doivent être interprétées.

# Les outils les plus utiles au quotidien

Outil	Forces principales
ChatGPT	Rédaction, idées, structuration de contenu.
Claude	Réflexion marketing approfondie, analyse et synthèse de longs textes.
Canva	Création et adaptation visuelle rapide pour divers supports (réseaux sociaux, affiches).
Gamma	Création de présentations visuelles dynamiques et interactives.
CapCut	Montage vidéo rapide, sous-titrage automatique et ajout d'effets pour des contenus engageants.
Hootsuite	Animation des réseaux sociaux multiplateforme et création de contenus (outil plus avancé et coûteux)

**Important : toujours utiliser les versions payantes pour assurer la qualité et la confidentialité.**



SECTION 3

# Bonnes et mauvaises pratiques

# Ce qu'on remarque souvent



## Trop chargé

Beaucoup de bruit visuel.



## Trop parfait

Irréel. Pas crédible. Pas humain.



## Trop artificiel

On reconnaît que c'est généré.



## Sans hiérarchie de lecture

Où regarder? Quel est le message?

EXCLUSIVEMENT CE WEEKEND SEULEMENT!

# CABANE À SUCRE & PLEIN AIR

FORFAIT STANDARD



**61\$** | 13 ans et +

**37,50\$** | 5 à 12 ans

**5\$** – 4 ans et moins

+ ACTIVITÉS  
+ REPAS  
CABANE À SUCRE



**RÉSERVEZ MAINTENANT!**

EXCLUSIVEMENT CE WEEKEND !

# CABANE PRIVÉE

**\$699\$** 2 à 10 personnes

**10 PERSONNES MAXIMUM**



→ Cabane privée rien que votre groupe

→ Repas traditionnel servi en cabane



SEULEMENT 3 CABANES DISPONIBLES!

**RÉSERVEZ MAINTENANT!**

# NOUS EMBAUCHONS Plongeur / Plongeuse

Nous sommes à la recherche d'une personne pour la plonge en cuisine.

- ✓ Travail dans une équipe dynamique
- ✓ Temps plein ou partiel possible
- ✓ Début immédiat

TEMPS DES SUCRES – BESOIN URGENT



DEPUIS 1964

Contactez-nous :  
**418-876-2363**





**PROMOTION DE**

# **FIN DE SAISON DES SUCRES!**

## **VIDE-CONGÉLO!**

- SAUCISSES DANS LE SIROP D'ÉRABLE
- TARTE AU SIROP D'ÉRABLE
- PÂTE À LA VIANDE
- CRÊPES CROUSTILLANTES
- SOUPE AUX POIS
- FÈVES AU SIROP D'ÉRABLE
- OREILLES DE CRISS
- JAMBON

### **50% DE RABAIS**

**QUANTITÉ LIMITÉE!**

**AUCUNE RÉSERVATION!**

**PREMIER ARRIVÉ, PREMIER SERVI!**

Bonne nouvelle!

Logo ici

Succursale

**EST MAINTENANT  
OUVERTE!**

JEUDI VENDREDI SAMEDI

**OUVERT**

*Passer nous voir et encouragez local* ♥

📍 Saint.

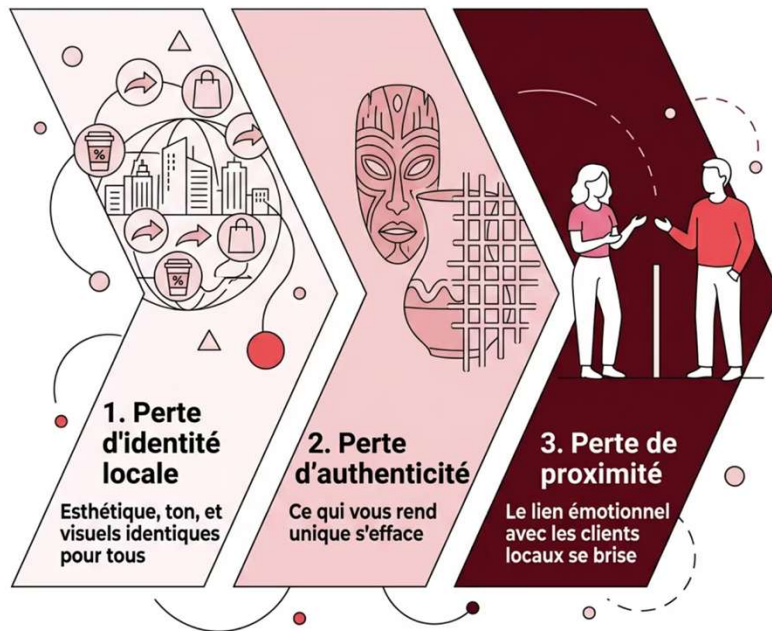
# Bonne Fête des Mères

À toutes les mamans,  
merci pour votre amour  
inconditionnel, votre douceur  
et votre force chaque jour.

*Vous êtes  
exceptionnelles!* ♥

*Cultivons  
l'amour  
au quotidien* ♥

# L'uniformisation : un risque réel en agroalimentaire



En agroalimentaire, au Québec, l'identité locale est un actif précieux.

L'IA ne peut pas inventer ou deviner ce qui vous rend unique.

Mais elle peut le diluer.

**L'IA doit enrichir la réalité.  
Pas la remplacer.**



# La grande floraison



Une utilisation saine et équilibrée

# Amplifier le réel, pas l'inventer.

→ **Vraies photos. Vraie entreprise. Vraie ambiance.**

Le contenu authentique reste à la base.

→ **L'IA dynamise ce qui existe déjà**

Animation, adaptation, amélioration, ajouts mineurs, déclinaison sans trahir la réalité.

→ **L'humain valide toujours**

Le résultat final passe par un regard critique.

# Zones plus risquées

## **Stratégie complète déléguée à l'IA**

L'IA ne connaît pas votre réalité, vos capacités, votre clientèle.

## **Identité de marque générée automatiquement**

Ce qui vous rend unique ne peut pas être inventé par un algorithme.

## **Publication sans validation humaine**

Erreurs, incohérences, ton inadapté – tout peut passer.

## **Automatisation totale de la relation client**

La proximité, c'est ce qui différencie le local du générique.



# Avoir accès à l'information ne remplace pas l'expérience terrain.



## Vision d'ensemble

Voir les enjeux au-delà des données immédiates.



## Lecture intuitive

Sentir ce qui s'en vient. Connaître sa clientèle.



## Compréhension humaine

L'équipe, la clientèle, la communauté locale.



## Priorisation réaliste

Ce qui est faisable avec vos ressources actuelles.

# Le filtre humain reste essentiel

## Filtre critique

Valider ce que l'IA produit avant de publier.

## Recul stratégique

S'assurer que la direction reste la bonne.

## Cohérence de marque

Garder une voix, une identité, une authenticité.

## Jugement contextuel

Comprendre ce que les données seules ne montrent pas.

## Conclusion

# Ce qu'on retient

### 1 L'IA est déjà là — avec ou sans vous

Les comportements ont changé. Les attentes aussi.

### 3 L'authenticité devient un avantage concurrentiel

Plus le contenu généré explose, plus le vrai devient rare.

### 2 Un assistant, pas un décideur

Elle accélère. Elle n'oriente pas.

### 4 Le jugement humain reste au cœur

Stratégie, contexte, proximité — ça reste votre rôle.

# Questions / Échanges

