

SEMINAIRE INNOVATION

ENTREPRISE INFORMATION
CRÉATIVITÉ SENSIBILISATION

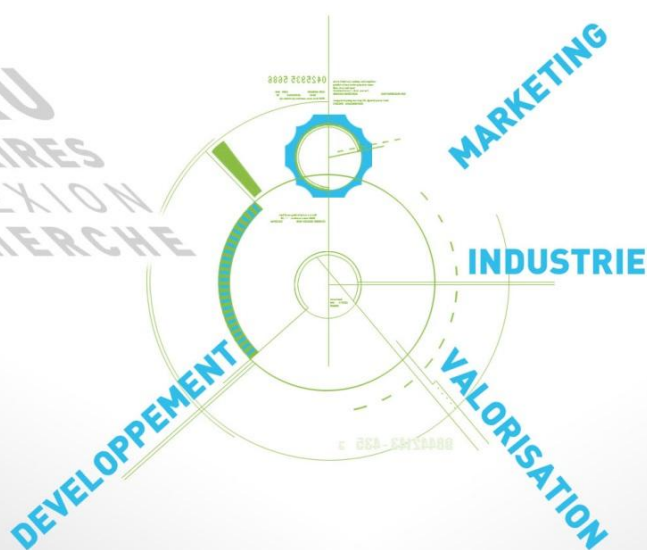
DÉVELOPPEMENT

RÉSEAU

PARTENAIRES

RÉFLEXION

RECHERCHE



Marketing des innovations agroalimentaires

19 juin 2014

Technopole Martinique
Centre d'affaires Agora

En partenariat avec



+ Séminaire – Action

Le séminaire de formation-action mixant contenus et apports pédagogiques, cas pratiques et illustrations par du benchmark et des témoignages, est un véritable outil de sensibilisation pratique et d'apport d'expertise.

Basé sur l'expérience de l'intervenant et des participants, l'analyse de cas, ainsi que sur le transfert de bonnes pratiques, il est organisé à l'attention des entreprises du secteur agroalimentaire de la Martinique.

Les agro-bio-industries, « locomotives » pour l'innovation martiniquaise

Dans un contexte économique national morose, les industries agroalimentaires affinent en permanence leurs stratégies d'innovation pour mieux répondre aux attentes du consommateur. Aujourd'hui, elles orientent prioritairement leurs axes d'innovation autour de concepts fortement empreints des « nouveaux » besoins : la naturalité des produits alimentaires ; la santé et le bien-être ; le plaisir ; le développement durable et la recherche de sens ; la commodité/praticité ; la provenance et l'authenticité.

Outre les innovations technologiques les plus courantes (produits/process) et celles non technologiques les plus pratiquées (nouveaux modes d'organisation, de production), l'innovation marketing (mise en œuvre de concepts ou de stratégies de ventes nouveaux ou significativement améliorés) tend à se généraliser.

En qualité de région européenne, la Martinique a choisi, dans le cadre de sa stratégie de spécialisation intelligente, de retenir les agro-bio-industries comme domaine d'activité stratégique (DAS). En effet, le dynamisme économique de ce secteur industriel en fait une véritable locomotive pour l'innovation martiniquaise. De plus, si la recherche de compétitivité incite les agro-industries martiniquaises à s'ouvrir aux grandes tendances sectorielles de l'innovation, elles reposent leurs démarches de différenciation sur des avantages concurrentiels, avant tout liés au territoire. Il s'agit de savoir-faire technologiques spécifiques, d'identités sensorielles propres aux terroirs ou de particularités de la biodiversité.

S'approprier les tendances marketing, un facteur de succès des innovations

Dans le cadre de leurs projets, les acteurs de l'agro-transformation consentent de nombreux efforts de valorisation de leurs avantages concurrentiels, qui se traduisent par des mises au point de produits ou des adaptations des technologies. Sur un marché hyperconcurrentiel et de faible taille comme la Martinique, ces efforts ne révèlent leur utilité économique que si les démarches d'innovation intègrent très tôt les stratégies et outils valorisant les « bénéfiques » clients.

Ainsi dans le cadre de leur partenariat, la CACEM / Technopole Martinique et INOVAGRO - grappe d'entreprises du secteur agroalimentaire de la Martinique - souhaitent sensibiliser les agro-industriels à l'importance des nouvelles tendances marketing dans la conduite des projets d'innovation. Les deux partenaires leur proposent donc de participer au séminaire ayant pour thème :

« Le Marketing des innovations agroalimentaires »

+ Séminaire – Action

« Le Marketing des innovations agroalimentaires »

Objectifs

1. Informer sur les grandes tendances en marketing dans le secteur agroalimentaire
2. Sensibiliser aux outils, messages et positionnements qui permettent une valorisation optimale des innovations agroalimentaires
3. Effectuer des premières analyses / recommandations sur la base de cas réels présentés durant le séminaire

Programme

1. **Information et réflexion autour de l'innovation dans le secteur agroalimentaire**

- Présentation des tendances mondiales de l'innovation, des émergences et des bruits faibles
- Les outils de « création & mise au point »

2. **Etudes de cas**

- Succes stories et flops
- Points faibles et conditions de réussite

Intervenants

- Agence NUTRIMARKETING
- Technopole Martinique

Informations pratiques

Date : Jeudi 19 juin 2014

Horaire : 8h - 17h

Lieu : Technopole Martinique Centre d'Affaires Agora, 9700 Fort-de-France

Inscription : jusqu'au mardi 27 mai 2014, en renvoyant le bulletin d'inscription

Coût pris en charge par Technopole Martinique



TECHNOPOLE MARTINIQUE

Pour faire de la Martinique un territoire d'excellence et offrir aux entreprises un environnement favorable, la CACEM (Communauté d'Agglomération du Centre de la Martinique) s'est dotée d'une structure ayant pour vocation de soutenir les démarches d'innovation des entreprises martiniquaises : la Technopole Martinique.

Fort de ses labellisations en Technopole et en CEEI¹, Technopole Martinique couvre les missions essentielles pour le développement d'un tissu entrepreneurial innovant :

- L'accompagnement des projets d'innovation des PME, par des prestations sur mesure ;
- L'hébergement de la jeune entreprise innovante, avec un accompagnement personnalisé ;
- La mise en réseau des acteurs de l'innovation et l'animation du système d'innovation sur le territoire martiniquais, pour favoriser l'émergence d'une culture de l'innovation.

¹Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation

DÉONTOLOGIE

Technopole Martinique et l'ensemble de ses prestataires s'engagent à :

- considérer comme strictement **confidentiels** et s'interdire de divulguer toute information dont ils pourront avoir connaissance au cours de la prestation ;
- ne pas **divulguer** les résultats des prestations qui seront en pleine maîtrise du bénéficiaire ;
- respecter le principe de **neutralité** en cas d'intervention dans des entreprises concurrentes ;
- respecter le caractère de **service public** des actions menées.

DÉFINITION DE L'INNOVATION

➤ SELON LE MANUEL D'OSLO

« Mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures² ».

² Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, 3e édition, OCDE.

➤ VUE PAR TECHNOPOLE MARTINIQUE

« Toute démarche qui peut apporter un avantage concurrentiel protégeable et durable à l'entreprise. »

CONTACTS

ADRESSE

Centre d'affaires Agora – Bât B / Avenue de l'Étang Z'abricots / FORT DE FRANCE

ADRESSE POSTALE

CACEM - Immeuble Les Cascades III, Place François Mitterrand / 97204 FORT DE FRANCE CEDEX

STANDARD : 0596 38 07 71

contact@technopolemartinique.org
www.technopolemartinique.org



UNE STRUCTURE DE LA



PLAN D'ACCÈS

