LES STEAKEURS

UNE VIANDE LOCALE AU GOÛT DU JOUR

LA FILIÈRE LOCALE À L'ASSAUT DE NOUVEAUX MARCHÉS

DOSSIER DE PRESSE

18/11/2019 - LÉGRILLOU, 09000 BRASSAC

Retrouvez tout l'univers des Steakeurs sur www.lessteakeurs.fr

Lessteakeurs

Depuis un an, le collectif d'éleveurs ariégeois « Les Steakeurs » commercialise une gamme de produits innovants. L'objectif : proposer une alternative au fonctionnement traditionnel de l'élevage bovin du département, où 80% des bovins allaitants sont commercialisés à l'export pour l'engraissement.
Depuis quelques semaines, les éleveurs ont passé un nouveau cap en diversifiant leurs canaux de commercialisation.

LES STEAKEURS, UNE FILIÈRE MÛREMENT RÉFLÉCHIE ET CONSTRUITE PAR LES ÉLEVEURS

Lancés en 2014, les Steakeurs proposent une gamme de produits issue d'une filière bovine locale. Créé par un collectif de 15 éleveurs, c'est aujourd'hui près d'une vingtaine d'exploitant qui commercialise leur production via cette filière.

«Engraisser les animaux est toujours plus valorisant que les commercialiser afin qu'ils soient exportés», estime Mickaël Razou, éleveur de bovins à Mirepoix et nouvel adhérent. «J'ai commercialisé des animaux dès le mois de septembre. Un agriculteur ne peut pas tout faire. Vendre est un métier. Grâce à cette filière, je n'ai pas à me préoccuper de cela. C'est une réelle plus-value»

LES OBJECTIFS

- **Vis-à-vis des éleveurs** : Les éleveurs contrôlent la filière et leur production pour une meilleure reconnaissance de ce type de viande.
- **Vis-à-vis du territoire** : les éleveurs souhaitent soutenir l'économie locale et apporter une plus-value aux éleveurs ariégeois.
- **Vis-à-vis des citoyens** : La marque propose des produits innovants aux consommateurs
- **Vis-à-vis des animaux :** Le cahier des charges des Steakeurs se veut particulièrement exigeant en la matière.

DIVERSIFIER LES MOYENS DE COMMERCIALISATION, UNE STRATÉGIE POUR PÉRENNISER LA FILIÈRE

Après plusieurs mois à privilégier les grandes et moyennes surfaces comme outil de commercialisation, les Steakeurs ont décidé au printemps 2019 de repenser leur stratégie.

« La réussite de notre projet implique de travailler sur la notoriété de la marque et de diversifier nos moyens de commercialisation », explique Brice Bousquet, président des Steakeurs. «Le recrutement d'un commercial en septembre a permis d'impulser une nouvelle dynamique et de concrétiser nos ambitions.»

· LE E-COMMERCE, UN OUTIL INCONTOURNABLE

Lors de la phase de réflexion, les membres du collectif optent «tout naturellement» vers e-commerce.

Depuis le mois d'octobre, les Steakeurs vendent leurs produits sous sur leur site.
Le principe est simple : l'internaute choisit parmi quatre box et est livré directement chez lui, dans un délai de trois semaines maximum.

« Nous sommes capables de livrer partout en Fran ce», étaye Ludovic Mazières, responsable du pôle «Production» du collectif. « Ce nouvel outil nous permet d'élargir notre clientèle potentielle tout en s'adaptant aux nouvelles habitudes de consommations».

Afin de maximiser leur impact, les Steakeurs ont choisi de travailler leur notoriété digitale, grâce notamment à une campagne de communication et aux réseaux sociaux.

· LES COMITÉS D'ENTREPRISE, UN MARCHÉ PORTEUR

Dans le cadre de leur nouvelle stratégie commerciale, les Steakeurs ont décidé de s'orienter vers les entreprises.

« La proximité avec l'agglomération toulousaine permet au département d'attirer et de développer les entreprises locales. Il nous est donc paru important de cibler ces consommateurs», précise Brice Bousquet.

Plusieurs comités d'entreprises ont d'ores et déjà accordé leur confiance aux Steakeurs : le SMDEA, Prefabay, Taramm ou encore HBF.

«Ce canal de commercialisation est voué à se développer. Nous sommes actuellement en discussion avec plusieurs structures», précise Brice Bousquet.

· LA GRANDE ET MOYENNE DISTRIBUTION (GMS), UNE VITRINE

Absents pendant plusieurs mois des étals ariégeoises, les Steakeurs signent, depuis plusieurs semaines, un retour en force. Plusieurs enseignes ont choisi de leur faire confiance : Leclerc Foix, Super U Mirepoix, Intermarché Saint-Lizier...

«Nous sommes également de plus en plus présents dans des épiceries de proximité», note le collectif. Là encore, la distribution devrait s'accélérer dans les prochaines semaines. Des structures toulousaines se montrent en effet intéressées par la filière ariégeoise.

La nouvelle stratégie élaborer par les éleveurs ariégeois commence donc à porter ses fruits. Depuis le mois de septembre une carcasse par semaine est vendue à des acteurs ariégeois. Au total, cela représente près de **4000 barquettes** écoulées. Ce nombre est donc appelé à croître dans les semaines à venir.

«D'ici la fin du premier trimestre 2020, nous souhaitons commercialiser trois carcasses par semaine», annonce Brice Bousquet.

La participation à plusieurs événements devrait favoriser cette croissance.

Contact :

Brice Bousquet
Président des STEAKEURS
lessteakeurs@gmail.com
06 19 77 38 88

Célia Rumeau -
Chargée de communication
celia.rumeau@ariege.chambagri.fr
06 10 11 41 10