



Édition octobre 2009

Prix des classes spéciales de lait 5(a), (b) et (c) pour le mois de : **Novembre 2009**

Classe de lait	M. G. (\$/Kg)	Protéine (\$/Kg)	Autres solides (\$/Kg)
5(a)	2.9158	5.4638	0.2505
*	-2.7%	14.8%	5.3%
5(b)	2.9158	1.8855	1.8855
*	-2.7%	13.7%	13.7%
5(c)	3.0096	1.8659	1.8659
*	0.3%	12.5%	12.5%

* Changement (%) du mois précédent

Les prix des classes 5 (a) et 5 (b) sont basés sur les prix réels des composants américains, convertis en \$/kg CAN.

Pour les questions relatives au **Programme de permis des classes spéciales de lait** ou aux permis, prière de communiquer avec **Brigitte Hayes** de Finances et opérations, au (613) 792-2057 ou par courriel à brigitte.hayes@cdc-ccl.gc.ca.

Plus d'information?

Édifice 55, Promenade de la CCN
Ferme expérimentale centrale
960, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0Z2
Tél. : (613) 792-2000 Téléc. : (613) 792-2009
Sans frais : 1-866-366-0676

Courriel : ingredients@cdc-ccl.gc.ca Site Web : www.ingredientslaitiers.ca

Marche à suivre pour réussir le développement d'un produit



Les tablettes des magasins d'alimentation sont remplies de millions de produits alimentaires et leurs fabricants souhaitent qu'ils se retrouvent tous dans les paniers d'épicerie. Il devient donc essentiel de développer des produits innovateurs et attrayants pour une population de plus en plus diversifiée, active et soucieuse de sa santé.

C'est bien de trouver un concept pour un nouveau produit qui sera de toute évidence rentable pour l'entreprise, mais il faut ensuite faire en sorte que les consommateurs vont bel et bien se le procurer et non se contenter d'admirer son emballage original.

Le présent document, produit avec la collaboration de Cintech Agroalimentaire, décrit la marche à suivre pour réussir la tâche difficile que représentent le développement et la commercialisation d'un nouveau produit alimentaire ou laitier. On y traite d'abord de stratégie commerciale, puis on y présente un aperçu des exigences liées au marché et à l'étude de faisabilité. Le modèle aborde ensuite les questions d'étiquetage, d'évaluation de produit et de marketing qui permettront de vérifier que toutes les conditions de réussite ont été soigneusement réunies.

Visitez

<http://www.milkingredients.ca/DCP/app/filerepository/19738786BA6546AE8105C65FA428B2F2.pdf>

pour lire davantage sur la marche à suivre pour le développement d'un produit!