



Rose Aurores boréales



## Ouvrir la voie vers la commercialisation

**Ce n'est pas la recherche de pointe menée chez Vineland qui manque pour faire avancer l'horticulture au Canada et à travers le monde.**

Par contre, il faut plus que la science moderne axée sur le développement de produits et solutions pour bâtir une industrie qui repose sur la durabilité.

« Commercialiser les résultats de Vineland dans le domaine des rosiers de jardin résistants aux maladies, des patates douces conçues pour la saison de croissance canadienne et de savoureuses tomates de serre, sont aussi importants que la recherche qui a été nécessaire à leur réalisation. Il est essentiel de créer des partenariats commerciaux afin que le travail de Vineland demeure pertinent tant à l'industrie et qu'aux consommateurs, » a expliqué Amanda Moen, conseillère, Développement des entreprises, Vineland.

● La Collection 49e parallèle de Vineland composée de rosiers rustiques qui résistent au froid a été commercialisée en 2017. Le premier rosier de cette collection à être présenté a été le rosier Bouclier canadien<sup>MC</sup>. Le lancement de ce rosier à floraison rouge conçu pour un minimum d'entretien et pour sa résistance à la maladie des taches noires, a été le premier d'un assemblage de cinq rosiers à être présenté en partenariat avec la Canadian Nursery Landscape Association. Entre-temps, la Chinook au lever du jour<sup>MC</sup>, un rosier bicolore a été présenté en 2019 suivi du rosier rose vif Aurores boréales<sup>MC</sup> qui sera offert en 2021 dans les centres de jardinage à travers le Canada.

Vineland a accrédité 17 pépinières canadiennes pour la distribution et la vente en gros ou au détail de ses rosiers, faisant de ces fleurs le plus grand succès de Vineland à ce jour.

« Actuellement, d'autres marchés sont ciblés par Vineland afin de maintenir le succès de son Programme national de rosiers rustiques, a dit Moen. La science qui a contribué à les rendre résistants aux maladies sera leur point d'entrée. »

« Il est d'une importance vitale de pénétrer d'autres marchés – afin de faire connaître cette collection au Canada et également dans d'autres marchés, tels les États-Unis et l'Europe, a poursuivi Moen. Notre vision consiste à ce que la collection demeure petite afin que les gens puissent trouver ce qui leur plaît d'un point de vue esthétique et aussi pour qu'ils réalisent qu'ils achètent des rosiers de la même qualité, de la même rusticité et qui résistent aux mêmes maladies. »

**...Commercialiser les résultats de Vineland... sont aussi importants que la recherche qui a été nécessaire à leur réalisation. >>**

## Patate douce Radiance



● Bien qu'elle n'en soit qu'à sa première année de commercialisation, la patate douce Radiance de Vineland est sur le point de changer la façon dont les Canadiens consomment ce légume. La Radiance a été sélectionnée pour sa saison de croissance plus courte, ce qui diminue les risques pour les producteurs et permet également d'en diminuer l'importation.

Alors que la Radiance répond à tous les critères recherchés par les consommateurs en matière de saveur, de texture et de couleur, sa mise en marché demeure l'un des plus importants défis de Vineland et nécessite l'établissement de stocks de boutures destinés aux producteurs canadiens.

« Bâtir une nouvelle industrie au Canada comporte des risques et des défis, a déclaré Moen. Pour un producteur, la demande actuelle en boutures excède ce que nous pouvons offrir. »

« Vineland est à la recherche de partenaires possédant des serres ou des serres-tunnels chauffées afin de favoriser la croissance de part de marché de la Radiance en produisant des boutures qui répondent aux attentes des producteurs en matière de coûts et de qualité, » a déclaré Moen.

« Il s'agit d'un défi continué lié à la production de boutures de patates douces au Canada. Comment pouvons-nous maintenir les coûts de main-d'œuvre et de production assez bas pour rester compétitifs avec les États-Unis ? » a noté Moen.

## Tomates sur vigne de serre de Vineland



● La nouvelle variété de tomates de serre de Vineland qui doit être introduite sur le marché en 2021 fait face aux mêmes défis.

« La démarche de commercialisation devra être entreprise rapidement dès que la tomate sur vigne à saveur et caractéristiques de production améliorées aura été choisie, » a dit Moen.

« Nous en apprenons beaucoup sur le marché des semences de légumes, ce qui est différent de tout ce que nous avons fait dans le passé. »

En travaillant avec l'Ontario Greenhouse Vegetable Growers, Vineland sécurise sa relation avec une entreprise dans le but de produire des semences de grande qualité qui seront commercialisées auprès des producteurs.

« À ce point-ci, nous avons trouvé quelqu'un avec qui nous aimerions travailler, Moen a poursuivi. Nous espérons pouvoir arriver à une entente au cours de l'année. »

« Il pourrait y avoir des défis lors du développement de notre plan de commercialisation et lors du partage de la science avec les producteurs. La demande est très forte, et lorsque nous aurons surmonté les défis, je demeure optimiste quant à la mise en application de notre plan par les producteurs ; notre part de marché au Canada devrait être importante. S'il y a beaucoup de producteurs canadiens qui cultivent nos rosiers, nos patates douces et nos tomates, ce sera pour nous un grand succès. »

# Prêt pour le travail : Vineland ajoute un poste de VP, Recherche et développement

**Il y a un nouveau titre de poste dans l'organigramme de Vineland.**

Il s'agit de vice-président (VP), Recherche et développement, et ce rôle a été comblé par Tania Humphrey, auparavant directrice de la planification stratégique et de la gestion de la recherche.

Dans ce rôle, Humphrey dirige l'ensemble de la division de recherche de Vineland assurant ainsi une plus grande supervision du travail effectué par les 50 chercheurs et ingénieurs.

Mais, l'une de ses premières tâches est la mise à jour de la stratégie d'innovation du centre afin d'encadrer la recherche qui sera effectuée chez Vineland au cours des prochaines années.

Ultimement, Humphrey utilisera la stratégie pour déterminer quels projets iront de l'avant pour s'assurer que les chercheurs de Vineland puissent continuer à travailler de façon coordonnée dans le but de répondre aux objectifs.

« Il s'agit de donner une direction à notre parcours en tant qu'entreprise. Si nous voulons obtenir des résultats, nous devons vraiment nous concentrer, a dit Humphrey. Lorsque Vineland a commencé ses activités, il y avait peu de gens et la stratégie reposait sur la croissance. Avec le recul, il s'agissait d'une vision large et ambitieuse. Plus d'une décennie plus tard, nous avons bâti nos équipes et nous savons ce qui fonctionne et ce qu'il faut améliorer. Nous avons adopté une approche beaucoup plus pratique qui nous permet de raffiner certains objectifs. »

Avoir une vice-présidence en recherche et développement faisait partie du plan à long terme de Vineland pour établir son leadership dans le domaine de la recherche en horticulture. « De plus, Vineland a créé un poste de VP, Développement commercial afin de se concentrer sur l'aspect commercial de son travail scientifique, a expliqué Humphrey. »

« Nous travaillerons ensemble afin de permettre à Vineland de faciliter les programmes d'innovation, a-t-elle dit. Nous assurerons ensemble la supervision stratégique de l'entreprise. »



**Tania Humphrey, nouvelle VP, Recherche et développement à Vineland**