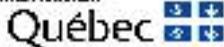


LES PREMIERS PAS VERS LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

Agriculture, Pêches
et Alimentation



Lynn Bourassa, conseillère en transformation et en marketing alimentaire

MAPAQ, Montérégie, secteur Est

Vous êtes un producteur agricole, vous savez récolter ce que la terre a de meilleur à offrir et une idée a germé pour développer un produit alimentaire à valeur ajoutée. Entre l'idée et la matérialisation ou la commercialisation de l'aliment transformé, il y a plusieurs étapes à suivre. Tentons de définir ces étapes et de les explorer une à une, car plus un projet est préparé, plus sa réalisation est facile.

La phase exploratoire

Nous avons parlé d'une idée qui a germé. Allons maintenant voir sur le terrain s'il existe sur le marché quelque chose de similaire. Ouvrez grands vos yeux et vos oreilles pour cette étape d'exploration : échangez avec des épiciers et des entrepreneurs du secteur de l'alimentation (transformateurs, fournisseurs d'équipements ou d'ingrédients, grossistes, détaillants), assistez à des colloques, visitez des expositions, des foires ou voyagez. Consultez des revues spécialisées, regardez les circulaires et soyez attentif aux changements (sociaux, démographiques, technologiques, économiques). Faites-vous un portrait de la catégorie de produits et des consommateurs cibles.

Vous avez la fibre entrepreneuriale (entreprise agricole), mais avez-vous toutes les qualifications pour réaliser ce projet? Est-ce que vos objectifs personnels sont compatibles avec ce nouveau défi (famille, santé)? Avez-vous besoin d'une formation spécifique ou devez-vous chercher une association d'affaires qui complètera votre expertise? Est-ce que le procédé de fabrication de l'aliment nécessite un certificat de compétence (ex. : fromager)? Serez-vous le transformateur ou ferez-vous transformer à forfait?

Vous avez dorénavant une meilleure compréhension du projet en ce qui a trait à la catégorie de produits, à la clientèle ciblée et à vos compétences à titre d'entrepreneur. Mais la réalisation du projet, c'est aussi : la recette, le procédé, le produit final, la mise en marché, le financement, la stratégie et la communication. Savez-vous si vous installerez votre local de fabrication sur le site de votre exploitation ou ailleurs en zone industrielle ou commerciale? Informez-vous auprès de votre municipalité en ce qui a trait au zonage. Allez-vous construire un local ou aménager dans un bâtiment existant? Votre réseau de distribution sera-t-il local, visez-vous un marché domestique ou d'exportation à plus ou moins long terme? Avez-vous besoin d'un permis pour transformation alimentaire? Provincial ou fédéral? Autant de questions qui trouveront des réponses auprès de votre conseiller en transformation du MAPAQ ou des inspecteurs alimentaires du Centre québécois d'inspection et de santé animale du MAPAQ ou de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Les caractéristiques du produit

Regardons d'un peu plus près la recette.

Vous avez déjà l'ingrédient principal en abondance. Quelles caractéristiques doit avoir votre produit final (naturel, haut de gamme, longue durée de conservation...) ? Ceci déterminera le choix des ingrédients secondaires, soit le mode de production et le type d'emballage approprié.

Votre recette est choisie, il faut la standardiser et la mettre à l'échelle (amplification). Un pot de confiture ou de gelée maison ne se reproduit pas de la même façon si vous devez en préparer un lot de 4 000 pots à la fois. Oublions ici la règle de trois, et adaptons à l'aide de l'expertise de professionnels d'un centre d'innovation technologique la recette et le procédé pour l'objectif de volume souhaité. Examinons le procédé de fabrication et déterminons les points critiques de contrôle à gérer. À quelles étapes particulières y a-t-il un risque de contamination, quels sont les paramètres à contrôler pour s'assurer de l'innocuité du produit final, où sont les parties des équipements les plus difficiles à nettoyer et à assainir ? Comment doit se faire le portionnement, l'emballage ou le conditionnement pour assurer l'intégrité du produit fini ? Toutes ces questions sont autant de balises pour contrôler la qualité d'un produit.

Une fois ces étapes d'observation et d'analyse terminées, il est beaucoup plus simple d'opérer en toute quiétude. Choisissez judicieusement vos fournisseurs d'équipements ou d'ingrédients selon vos besoins. Ce qui déterminera votre choix ne sera pas uniquement le prix. Vous devez vous assurer de la qualité des marchandises, de la fiabilité des produits (produits de remplacement) et des livraisons, des fréquences et des volumes disponibles. Lorsque votre choix sera fait, consignez ces informations et documentez les produits qui vous servent d'ingrédients pour favoriser la traçabilité de vos aliments. Déterminez pour ce faire une codification pouvant vous renseigner sur le lot de production. Toutes ces informations peuvent s'avérer très utiles pour procéder à des rappels de produits (ex. : innocuité non assurée d'un ingrédient, défaut de fabrication, défaut d'emballage ou erreur d'étiquetage).

Avant d'aller plus loin, de pair avec la transformation alimentaire, nous devons avoir fait quelques calculs rapides et s'être assuré que le coût de production est réaliste (personne ne transforme si cela n'est pas rentable). Le coût de production doit être calculé en fonction d'un objectif de volume souhaité, et tenir compte de tous nos frais fixes et variables. Le prix de détail suggéré demandé pour le produit fini doit être réaliste compte tenu du marché.

Le plan d'affaires

Maintenant que nous savons que nous sommes en mesure de donner de la valeur ajoutée à notre production agricole, il est temps d'écrire notre plan d'affaires. Le plan d'affaires est un document regroupant l'ensemble des renseignements pertinents sur l'entreprise et ses promoteurs. Il est essentiel à réaliser pour structurer un projet d'investissement et pour faire une demande d'aide financière. Peu importe la source de financement, vous aurez des exigences à rencontrer. Vous devrez disposer d'une mise de fond d'environ 25 % et démontrer votre capacité de remboursement.

Voici ce que doit contenir votre plan d'affaires. La première section doit présenter le

projet et l'entreprise : produits ou services offerts, caractéristiques et vision. Dans la seconde partie, le portrait des dirigeants doit être décrit : formation, compétences, expériences, bilan des biens et avoirs financiers, atouts et capacités de chacun. Ensuite, on devrait retrouver une analyse de marché : clientèle, fournisseurs, réseaux de distribution, évaluation des marchés et de la concurrence, chiffre d'affaires. Cette analyse devrait être appuyée d'un plan de marketing, des ressources humaines et financières : stratégies de publicité, de promotion et de prix, identification des besoins de main-d'œuvre et, finalement, projet de financement, bilan, pro forma, fond de roulement, point mort et budget de trésorerie. Certains organismes peuvent apporter de l'aide technique, du soutien ou de la formation pour la rédaction ou la validation de votre plan d'affaires. Informez-vous auprès de votre centre local de développement.

La mise en marché

Encore une étape de franchie, un pas de plus dans la réalisation de votre projet. Nous en sommes maintenant à la mise en marché. Votre analyse de marché vous a renseigné davantage sur la clientèle à cibler; regardons de plus près la présentation de votre produit. Le consommateur magasine avec tous ses sens. Que recherchera-t-il dans votre produit? Le vrai bon goût naturel et authentique! L'emballage devra être sobre, l'étiquette épurée et les caractères d'imprimerie vieillots. Le prix pourra être supérieur à la catégorie, car le client aura l'impression que l'aliment a été fait à base d'ingrédients soigneusement choisis et mitonnés en petite quantité avec beaucoup de savoir-faire.

Quel sera le circuit de distribution de votre produit? Allez-vous uniquement vendre sur le lieu de transformation ou utiliser le circuit existant pour votre produit primaire? C'est peu probable. Assurez-vous votre distribution vous-même chez des détaillants ou allez-vous établir un contrat avec un grossiste ou un distributeur? Tenez compte des frais de livraison que vous aurez à assumer et/ou des marges qui vous seront exigées à chacun des maillons du réseau de distribution, et ajustez votre prix de vente en conséquence. Serez-vous le représentant de votre entreprise auprès des acheteurs ou engagerez-vous un représentant chevronné? Négociez votre prix de vente, le prix de détail suggéré, le choix des points de vente et l'espace de vente en tablette.

Votre produit est unique, le client est choisi, le lieu de vente et le prix sont déterminés, il ne reste plus qu'à le faire connaître. Quel sera le slogan, le message, les outils et les véhicules de promotion que vous choisirez pour susciter l'attrait des consommateurs et les fidéliser à votre marque? Allez-vous tenir des stands dans les expositions, des dégustations en magasin, offrir des rabais, faire du merchandisage ou intégrer des circuits agrotouristiques?

Vous avez investi beaucoup de temps à planifier la réalisation de votre projet. Il s'est écoulé des mois, voire des années, depuis la cueillette d'information. Vous en avez fait l'analyse avec rigueur et avez consulté au besoin de gens compétents en la matière, vous avez organisé et structuré toutes ces informations, puis avez adopté des stratégies pour y voir encore plus clair. Vous êtes actuellement prêt à concocter les meilleurs petits plats, gourmandises ou douceurs qui soient et qui vous consacreront grand chef créatif ou maître d'œuvre de votre produit agricole, de la terre à la table en passant par la tablette!