

PRODUITS DE NICHE ET DU TERROIR : MISEZ SUR L'AUTHENTICITÉ

Par Lynn Bourassa, conseillère en transformation et marketing
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Saint-Hyacinthe

Dans le monde agroalimentaire d'aujourd'hui, on peut identifier deux marchés très distincts l'un de l'autre. Il y a d'une part le marché de masse, avec ses produits de consommation de commodité, et le marché de produits de spécialités, avec ses produits hautement différenciés et ses volumes limités.

Dans le cadre du 10^e anniversaire des journées Agri-vision, la journée sur le thème de la transformation alimentaire est consacrée à ce deuxième marché qui englobe les produits de niche et du terroir. Ce marché en pleine croissance répond à un réel besoin des consommateurs de retrouver, à travers l'acte de consommation, un plaisir associé à la provenance d'un produit pour ce qui est de l'authenticité et du savoir-faire patrimonial.

Cependant, comme toutes les tendances peuvent être synonymes de croissance économique pour les entreprises agroalimentaires, qu'en est-il de la juste définition qui encadre ces produits suscitant l'engouement des consommateurs? Il faut bien le reconnaître, ce ne sont pas tous les produits que l'on retrouve sur le marché et qui s'affichent « produits du terroir » qui en sont réellement... La présentation de M^{me} Lucie Dumas, agente de développement au MAPAQ à la Direction régionale de Québec, tente de démystifier ce concept et de faire le point sur le chantier des appellations réservées.

La mise en marché

Dans le but de comprendre le positionnement et la segmentation de ce marché, trois conférenciers, par leur expertise chacun dans leur domaine, nous amènent à comprendre comment s'effectue la sélection de produits pour les différents créneaux de distribution. Ainsi, M. Christian Champigny présente le *Général Upton*, son magasin général nouvellement inauguré l'été dernier. Il s'agit d'une boutique de spécialité de produits régionaux : produits alimentaires biologiques et du terroir ainsi qu'accessoires de cuisine choisis selon des critères particuliers pour une clientèle ciblée.

Le deuxième conférencier de ce bloc d'intervention est un chef cuisinier réputé, propriétaire du restaurant *Les Chanterelles du Richelieu* à Saint-Denis-sur-Richelieu. M. Patrick Vesnoc, très impliqué dans les activités de promotion et de valorisation, est un véritable ambassadeur des produits du terroir. Il a été récipiendaire de nombreux prix de reconnaissance dont notamment le prix de la gastronomie au Grand Prix du tourisme de la Montérégie dans la Vallée-du-Richelieu en 2000. Pour lui, rien n'a autant d'importance que la qualité exceptionnelle des produits utilisés dans l'élaboration de ses plats.

Pour terminer la première moitié de la journée, un autre récipiendaire d'un prix de Tourisme Montérégie, catégorie Restauration et développement touristique 2003 : M. Pierre Pilon, vétérinaire, éleveur, hôte et cuisinier propriétaire de la table champêtre *La Rabouillère*. M. Pilon est passionné pour les animaux; avec sa conjointe Denise et son fils Jérémie, ils vous invitent en toute convivialité à faire la découverte de leur ferme différente, de leur table succulente et de leur gîte douillet. Ce conférencier est aussi vice-président de la Fédération des Agricotours du Québec et pour lui, le développement se traduit par le réseautage et la qualité.

Un après-midi animé

Le chef et chroniqueur gastronomique, M. Philippe Mollé, anime les conférences de la deuxième partie de la journée. Il se qualifie lui-même de jouisseur de la vie, de passionné d'agroalimentaire et de promoteur du développement rural. Il prend un immense plaisir à partager ses connaissances et à les rendre disponibles aux PME agricoles et agroalimentaires. Par ses chroniques, il contribue à faire progresser l'évolution des mœurs et la notoriété des

produits. On peut l'entendre à la radio de Radio-Canada ou le lire dans Le Devoir, Elle Québec ou la revue HRI pour ne nommer que ceux-là. Il viendra partager avec nous sa passion de l'alimentation.

La première conférencière de l'après-midi est directrice des Affaires publiques de Solidarité rurale du Québec, elle se nomme M^{me} Marie-Anne Rainville et sa présentation s'intitule **Terroirs atout**. En plus de la mesure de soutien aux produits du terroir, elle nous explique comment la notion de terroir est au cœur du développement du monde rural. Qu'il soit question de paysage, de tourisme ou d'économie locale, les ressources naturelles et les savoir-faire sont les ingrédients de base du développement des communautés rurales.

Entrepreneurs locaux et produits régionaux

C'est à cette étape de la journée que les acteurs du milieu entrent en scène. En effet, nous sommes à l'heure des témoignages de productrice, cueilleuse et transformateurs. Notre première conférencière de ce volet se nomme M^{me} Dianne Duquet. **Calendula**, son entreprise de légumes, de plantes et de fleurs comestibles certifiés biologiques située à Dunham est un jardin. Tout le travail s'y effectue à la main et les restos gastronomiques de Montréal sont à l'affût de tout ce qu'elle produit. Dans son exposé **Nature, marché, table**, M^{me} Duquet pose les questions suivantes : La niche, qu'est-ce que c'est? Pourquoi une niche? Comment développer et entretenir une niche? Elle apportera bien sûr des réponses à ces questions et sollicitera, j'en suis certaine, un bon nombre de réflexions...

Notre deuxième conférencière, M^{me} Louise Godin, est propriétaire de l'entreprise **Bonheur Sauvage**, et son exposé s'intitule **Ça s'mange-tu?** M^{me} Godin est une cueilleuse de plantes indigènes comestibles. Ces plantes présentes dans nos forêts sont oubliées et souvent méconnues. Son travail, au sein de Bonheur sauvage, est d'en faire la cueillette et la transformation. Elle participe ainsi à la sauvegarde du patrimoine naturel et à la promotion d'espèces à revaloriser.

Nous terminons la ronde de conférences avec M Michel Delisle de **Les petites cochonnailles inc.** Ce dernier est un charcutier, fabricant de saucisses de gibiers sans porc. Il prend beaucoup de soins à choisir ses fournisseurs et producteurs de gibiers, qu'il sélectionne dans la région limitrophe et dont il fait la promotion à travers ses produits. M. Delisle nous parle de ses activités de promotion et de son marché cible.

C'est à la fin de cet entretien que notre animateur, M. Mollé, recueillera les questions des participants afin de rendre ces témoignages les plus dynamiques, passionnants et enrichissants pour vous.