



Centre de référence en agriculture
et agroalimentaire du Québec

Comité bovins laitiers

31^e Symposium sur les bovins laitiers « *Repenser nos modèles* »

Jeudi 15 novembre 2007

Produire, transformer et vendre : un processus auquel réfléchir

Stéphane MAISONNAS, Ph.D.
Professeur

École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal

La venue de ce conférencier a été rendue possible grâce à la contribution
financière du Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec (CDAQ)



Note : Cette conférence a été présentée lors de l'événement et a été
publiée dans le cahier des conférences.

Pour commander le cahier des conférences, consultez
[le catalogue des publications du CRAAQ](#)

Vous retrouverez ce
document sur le site
Agrireseau.qc.ca



Produire, transformer et vendre : un processus auquel réfléchir

Un bref retour sur le contexte actuel des marchés nous permettra de cerner les principales perspectives qui s'offrent aux entreprises du secteur bioalimentaire en général, laitier en particulier. Cette évolution tend à engendrer deux sortes de marchés : des marchés de masse et des marchés de créneau.

Les marchés de masse exigent un produit standardisé, d'une qualité et d'une innocuité irréprochables et sur lequel le prix sera le principal critère d'achat des consommateurs. À l'inverse, les marchés de créneau exigent des produits très diversifiés, dont les standards de qualité et d'innocuité sont tout aussi élevés, mais pour lesquels le consommateur sera prêt à payer un prix plus élevé en contrepartie d'une augmentation de la valeur perçue dans ce produit.

Considérant que l'organisation actuelle de la mise en marché des produits laitiers satisfait aux exigences des marchés de masse, nous devons en revanche nous interroger sur les efforts à mettre par des producteurs et des transformateurs qui seraient tentés de suivre la voie du développement de produits de créneau à valeur ajoutée. Que ce soit par l'engagement dans la transformation du lait, l'ajout d'une production dont les débouchés sortent des plans conjoints, voire l'offre de services à d'autres entreprises (élevage d'animaux de remplacement), ces solutions présentent toutes un point commun : la nécessité de développer sa propre mise en marché, c'est-à-dire plus concrètement de devoir tout d'abord trouver un client, puis de lui vendre son produit.

Si choisir la voie de la mise en marché de ses propres produits offre une perspective pécuniaire indéniable, cela engendre en revanche certaines problématiques auxquelles il faudra se confronter afin de satisfaire un client potentiel et espérer un retour à la hauteur des efforts consentis. Si ces derniers peuvent présenter des degrés divers selon le marché visé et le produit proposé, ils demeurent incontournables dans le processus de mise en marché.

C'est à ces problématiques et efforts que la présente conférence va s'intéresser.

Pour un producteur, la première étape est de bien identifier les motifs qui peuvent le pousser sur la voie de mettre en marché ses propres produits et qu'au-delà des arguments monétaires, nous verrons qu'il faut avoir de solides raisons personnelles pour choisir cette voie.

Par la suite, la commercialisation présentera des défis qui lui sont propres en termes de conception du produit, ce dernier devra se démarquer tant par son originalité que par sa qualité, tout en respectant des normes sanitaires et réglementaires. Mais au-delà du produit,

il faudra aussi songer à développer une offre globale incluant éventuellement un emballage, une marque, etc.

Et enfin, en termes de distribution, il conviendra de s'assurer de rendre le produit disponible auprès des marchés cibles en faisant appel soit à des solutions collectives, à de la mise en marché à la ferme ou en choisissant de faire de la route.

Dotés de cette vision globale du processus de mise en marché et en regard de leurs situations professionnelles et personnelles, les producteurs seront alors plus à même de juger non seulement de la pertinence, mais aussi des implications liées à ce choix et finalement répondre à la question : suis-je prêt à mettre en marché mes propres produits?



Produire, transformer et vendre

Un processus auquel
réfléchir

Stéphane Maisonnas, Ph.D.

ESG-UQAM



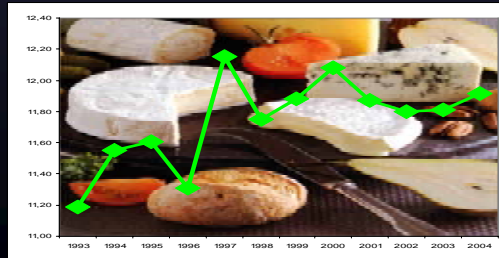
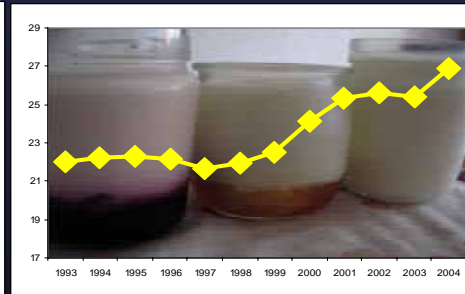
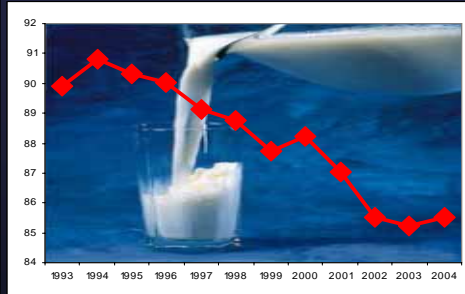
Centre de référence en agriculture
et agroalimentaire du Québec

Comité bovins laitiers

Plan de la conférence

- ◆ Le contexte
- ◆ Les motivations
- ◆ Un aperçu de la démarche : les défis et les contraintes
- ◆ Conclusion : êtes-vous un bon entrepreneur?

Quel avenir pour les marchés?



Les coûts ou la valeur?

**Produire plus et
diminuer ses coûts
de production**

**Produire différemment
pour mieux répondre
aux besoins du marché**



La polarisation des marchés

*La
masse*



*Les
créneaux*

Les motivations

- ◆ Une motivation financière
- ◆ Une motivation collective
- ◆ Une motivation personnelle

Les défis

Une problématique de commercialisation, de marketing

Créer

Êtes-vous un bon inventeur ?

- ◆ La conception du produit ou du service
 - Répondre aux besoins du marché
 - Se distinguer des autres, être original
 - Des compétences, des connaissances, on ne s'improvise pas transformateur, un nouveau métier ça s'apprend
 - Le respect des contraintes réglementaires, sanitaires, de salubrité
 - Un produit ou un service uniforme dans le temps

Communiquer

Êtes-vous un bon vendeur ?



- ◆ La communication d'une offre globale
 - Une marque
 - Un emballage
 - Une étiquette
 - La promotion

Livrer

Êtes-vous un bon coursier ?



- ◆ La distribution du produit ou la diffusion du service
 - Où sont vos clients et comment les rejoindre?
 - Multicanal : vente à la ferme, vente dans des marchés publics, vente aux restaurateurs, vente en boutiques
 - Petit à petit, éviter de vouloir être partout, trouver des partenaires de taille identique
 - Démarche collective, à plusieurs, c'est plus facile

En conclusion

- ◆ Un nouveau métier
- ◆ Être innovant
- ◆ Être passionné
- ◆ Aimer être seul, détesté et envié (pas faire comme les autres)
- ◆ Le goût du défi et de l'aventure, le goût du risque
- ◆ Un projet d'équipe, familial et social
- ◆ On naît entrepreneur, on ne le devient pas, mais on peut s'améliorer ou se faire aider

Références

- ◆ Banque de développement du Canada : questionnaire d'autoévaluation
http://www.bdc.ca/fr/business_tools/entrepreneurial_self-Assessment/Entrepreneurial_self_assessment.htm
- ◆ Demande pour un permis d'usine laitière, Centre québécois d'inspection des aliments et de santé animale : région de Québec (418) 380-2130
ailleurs : 1 800 463-6210

Références

- ◆ **Les différents Centres locaux de développement (CLD) par région**

- Soutien technique et financier pour vous appuyer dans le démarrage, la consolidation ou le développement d'entreprise, y compris les entreprises d'économie sociale

Ex. : Centre local de développement de la Vallée-de-l'Or <http://www.cldvdo.qc.ca/>

- ◆ **Une Société d'aide au développement des collectivités (SADC) vient en aide aux collectivités de la région en leur fournissant des ressources qui favorisent leur développement économique et social**

Ex. : <http://www.sadclairentides.org/>

Références

- ◆ **Alliance pour l'innovation en agroalimentaire (APIA)** offre plusieurs pistes de réflexions et plusieurs contacts pour l'entrepreneur en agroalimentaire

<http://www.apia-quebec.com/1/Cha%EEned%27innovation>

- ◆ **L'Institut de développement de produits** est un réseau d'échanges, de formation et de sensibilisation ainsi qu'une référence incontournable pour la conception et du développement de produits

<http://www.idp-ipd.com/fr/index.html>

- ◆ **Le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)** offre des services qui répondent aux besoins des entreprises, des régions et du monde de la recherche

<http://www.mdeie.gouv.qc.ca/>

Quelques qualités

La confiance

La disposition à apprendre

La capacité à planifier

La motivation

La persévérance

La disposition à travailler avec acharnement

La disposition à prendre des risques

La reconnaissance de ses limites

La créativité

La capacité à communiquer

Un tempérament compétitif

Questionnaire d'autoévaluation

The screenshot shows the BDC website interface for the 'Auto-évaluation de l'entrepreneur' questionnaire. The page features the BDC logo and the Canadian flag. A navigation menu includes 'ACCUEIL', 'À PROPOS DE LA BDC', 'SOLUTIONS D'AFFAIRES', 'NOS SUCCURSALES', 'CARRIÈRES', 'OUTILS D'AFFAIRES', and 'FINANCEMENT EN LIGNE'. The 'OUTILS D'AFFAIRES' section is expanded, showing options like 'Aperçu', 'Modèle plan d'affaires', 'Calculateur de ratios', 'Auto-évaluation de l'entrepreneur', 'Diagnostic affaires électroniques', and 'Demandez à un spécialiste'. The main content area is titled 'Auto-évaluation de l'entrepreneur' and contains the following text:

Avez-vous un profil d'entrepreneur?

Voici un outil qui vous permettra de mieux mesurer votre potentiel entrepreneurial. Ce questionnaire comporte 50 affirmations et il ne vous faudra que 15 minutes pour y répondre. Il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses; c'est votre opinion qui compte.

Pour chacun des énoncés, choisissez sur l'échelle un chiffre de 1 à 4 qui décrit le mieux votre opinion. Servez-vous de toute l'échelle. Si vous répondez toujours « 2 » ou « 3 », vous ne retirerez pas l'avantage de cet outil.

Lorsque vous aurez terminé, vos réponses seront complétées selon 3 critères: la motivation, l'attitude et les aptitudes. Votre résultat global établira votre profil comparé à d'autres entrepreneurs.

Soyez assuré que vos réponses demeureront strictement confidentielles.

A 'CONTINUER' button is visible at the bottom of the text area. At the bottom of the page, there are icons for 'Format imprimable', 'Envoyer à un collègue', and 'Haut', along with links for 'Conditions d'utilisation', 'Confidentialité', 'Sécurité', and 'Commentaires'.

http://www.bdc.ca/fr/business_tools/entrepreneurial_self-Assessment/Entrepreneurial_self_assessment.htm

En conclusion



Trouvez-les!

