

Conditions gagnantes dans un projet de démarrage en transformation alimentaire

Le Bas Saint-Laurent se distingue grandement depuis une dizaine d'années dans le développement de nouvelles entreprises de transformation alimentaire.

Vous n'avez qu'à consulter le nouveau guide des Saveurs du Bas Saint-Laurent et des Tables régionales de l'Est-du-Québec pour constater qu'aucune MRC de notre territoire fait exception. Mais on peut se demander quelles sont les conditions pour s'assurer du succès du démarrage d'une nouvelle entreprise.

La règle numéro 1, pour tout projet, est de répondre à un marché en demande. Nous ne sommes pas les seuls à développer ce genre d'entreprises et s'il n'y a pas d'acheteurs pour les produits fabriqués, la viabilité du projet est grandement compromise. Dans un concept moderne de marketing, les projets doivent répondre à une demande des consommateurs, et non pas à chercher à convaincre ceux-ci d'acheter le produit.

La règle numéro 2 du succès est de concevoir un produit de qualité constante. Ce n'est pas tout d'avoir

des clients qui ont le goût d'acheter un produit, il faut aussi s'assurer de la récurrence dans leurs achats. Il est beaucoup plus facile de perdre un adepte que d'en gagner un nouveau. Pour cette raison, la qualité constante est le secret pour conserver sa clientèle.



Le guide sur la piste des Saveurs et des bonnes tables.

La règle numéro 3 est d'avoir un bon réseau de distribution afin d'établir des liens efficaces entre le producteur-transformateur et l'acheteur. Rien n'est plus néfaste à un marché, qui se développe, que d'avoir une rupture de stock qui amène le consommateur à choisir un produit de remplacement. Le réseau de distribution est trop souvent le maillon faible de la mise en marché d'un produit alimentaire. Il faut aussi tenir compte de la durée de vie du produit qui peut-être affectée par un délai trop long avant qu'il parvienne au consommateur, et d'une représentation efficace face au dernier intermédiaire avant le

consommateur, que celui-ci soit l'épicier, le restaurateur ou la boutique spécialisée. Trop souvent, un producteur-transformateur doit partager son temps entre son travail de production et celui de représentation, pendant qu'il s'occupe de l'un de ces éléments, il néglige l'autre.

Ces brefs propos ne veulent nullement faire abstraction des autres points importants dans la gestion d'une entreprise de production, mais je voulais attirer votre attention sur ce qui a fait le succès de plusieurs nouvelles entreprises établies sur notre territoire. En ce qui concerne les autres éléments dont il faut tenir compte, je pense à un approvisionnement en matière première de qualité et en quantité suffisante, à une main-d'œuvre compétente et consciencieuse face au travail, à une gestion efficace afin de connaître et de bien contrôler les coûts de production pour s'assurer d'un profit en bout de ligne.

Bon succès dans vos affaires et l'équipe Transformation-Marketing du MAPAQ est toujours là pour vous supporter dans vos démarches

**Raymond Martel, ing.-agr., M.sc.
Conseiller régional en
transformation et marketing
MAPAQ - Bas Saint-Laurent**

Brochure
Vision terre
et forêt
4 500 copies
Juillet 2006