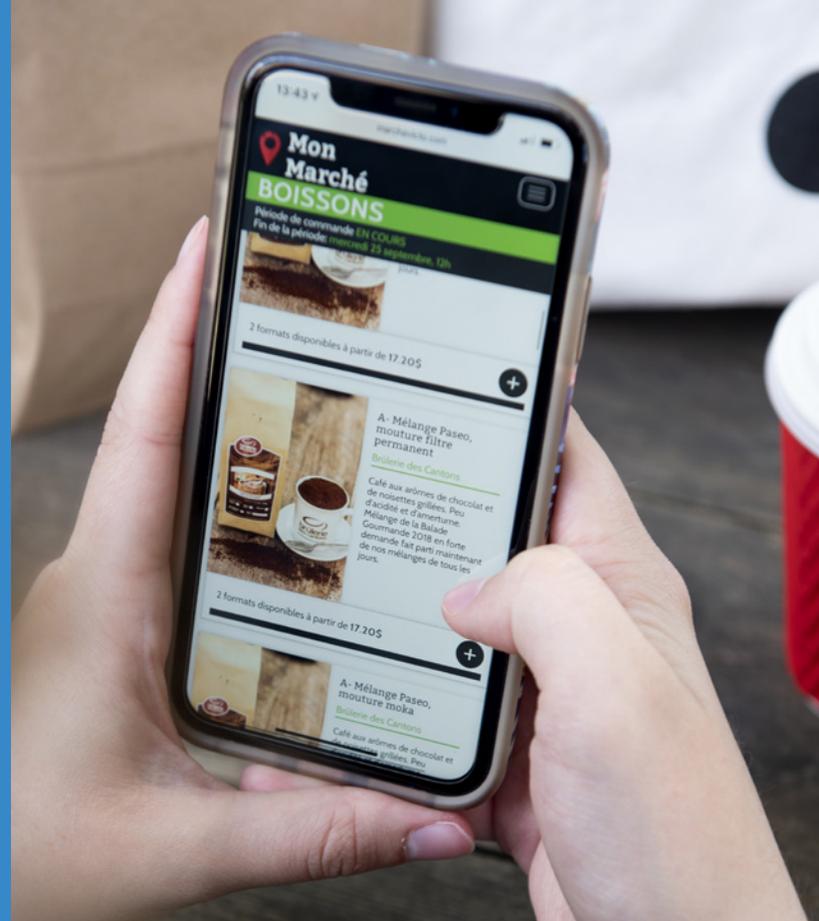


DÉMARRAGE EN TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

ÉTUDE DE MARCHÉ ET COMMERCIALISATION D'UN PRODUIT ALIMENTAIRE



ÉTUDE DE MARCHÉ ET PLAN DE COMMERCIALISATION

L'étude de marché et le plan de commercialisation sont des étapes importantes du développement de nouveaux marchés ou produits.

Avant de concevoir votre plan de commercialisation, il est recommandé de réaliser une étude de marché. Vous devez connaître vos concurrents, votre avantage concurrentiel et ce que vos clients recherchent.

À savoir

Saviez-vous que, sur 20 000 nouveaux produits mis en marché par année, de 70 % à 85 % auront disparu après deux ans (NielsenIQ)?

Les tendances alimentaires évoluent rapidement. Assurez-vous de consulter les documents et les statistiques les plus à jour pour connaître les tendances en lien avec votre produit. Il est possible que celui-ci soit encore très peu connu et qu'aucune statistique n'existe à son sujet. Dans tous les cas, il est recommandé d'effectuer un test directement auprès de

vos clients pour connaître les chances de succès de la commercialisation de votre produit, par des sondages en ligne ou des dégustations. Soyez méthodique dans votre démarche et prévoyez offrir un certain nombre de dégustations avant d'en arriver à des constats. Visitez aussi des sites de vente en ligne pour mieux connaître vos concurrents, comme les sites des grandes enseignes ou les entreprises qui se consacrent exclusivement à la vente en ligne.

Des conseillers accrédités des [réseaux Agriconseils](#) peuvent vous aider à réaliser votre étude de marché et à établir votre plan de commercialisation. Il existe également plusieurs firmes-conseils pour ce type de service. Prenez le temps de visiter leur site Web et de vérifier si leur expertise convient à vos besoins.

À la suite de votre étude de marché, vous serez apte à élaborer votre plan de commercialisation.

Pour vous inspirer, vous pouvez consulter le document [Modèle de plan de commercialisation](#) et le [Guide de rédaction d'un plan de commercialisation](#).

Pour en savoir plus, visionnez la capsule [L'ABC du démarrage en transformation alimentaire : la commercialisation](#).

CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

La vente directe

En agroalimentaire, vous pouvez vendre vos produits directement aux consommateurs. Ce type de circuit comporte des avantages :

- Vous n'avez pas besoin d'intermédiaire.
- Vous établissez un contact direct avec votre clientèle.
- Les normes d'emballage et celles relatives au système qualité sont simplifiées.

La vente directe implique toutefois certains défis. Vos ventes sont généralement saisonnières. De plus, comme vous devez vous limiter à un lieu fixe, les volumes de ventes sont moins importants que dans d'autres types de vente. Vous devez également investir plus de temps et d'argent dans la commercialisation de vos produits. La vente directe convient à un bon nombre d'entreprises de petite taille, qui peuvent aussi vendre leurs produits dans les supermarchés.

Il existe de nombreuses façons de faire de la vente directe en agroalimentaire :

- La tenue de sa propre boutique;
- Les marchés publics;
- Un kiosque à la ferme;
- L'agrotourisme;
- La vente de paniers de légumes;
- Les salons d'artisans;
- Les foires agricoles.

Astuce

Vous songez à avoir un kiosque à la ferme et à faire de l'agrotourisme? Pour en savoir plus sur le sujet, consultez les pages Web suivantes :

- [Projet agrotouristique](#)
- [Pense-bête de l'agrotourisme](#)

La vente en ligne

La vente en ligne est une autre façon de vendre directement aux consommateurs. Elle vous permet de rayonner davantage, car le Web vous donne accès à un large public. Le potentiel de vente est beaucoup plus élevé. Cependant, elle comporte certains enjeux, dont les suivants :

- Avoir une bonne capacité de production, puisque le volume de ventes risque d'être plus élevé;
- Trouver le bon fournisseur pour livrer vos produits à divers emplacements géographiques;
- Modifier vos emballages afin de vous assurer que vos produits arrivent chez le client à la température appropriée et en bon état;
- Disposer d'une plateforme de vente en ligne efficace qui est idéalement reliée à vos stocks.

Sur votre site Web, vos clients doivent trouver facilement des renseignements sur vos produits et sur la politique de retour. Votre site doit également offrir une bonne ergonomie Web, une facilité d'utilisation, des transactions sécurisées, etc.

Pour réaliser vos ventes en ligne, il existe différents moyens :

- Certaines compagnies offrent des plateformes de vente en ligne que vous pouvez adapter à votre entreprise et aux types de produits que vous offrez.
- Des firmes spécialisées peuvent créer votre site Web et votre boutique en ligne.
- Vous pouvez vendre vos produits à partir d'une plateforme existante gérée par un intermédiaire qui offre plusieurs produits incluant ceux de vos concurrents. Vous devrez alors payer des frais à cet intermédiaire, mais vous n'aurez pas à vous occuper de la gestion des commandes.

Pour en savoir plus, visionnez la capsule [Les bonnes pratiques de vente en ligne](#).

La vente à un intermédiaire

Les produits agroalimentaires sont le plus souvent vendus à un intermédiaire comme un restaurant, une épicerie, une école, un hôpital, un centre de la petite enfance (CPE), un distributeur, un courtier ou un transformateur alimentaire.

Vendre à un intermédiaire présente des avantages par rapport aux autres types de vente :

- Un volume de ventes plus important;
- Une vente toute l'année;
- Moins de temps consacré à la vente de vos produits.

Toutefois, ce type de mise en marché comporte aussi certains défis. Le volume des ventes est plus important, mais les marges de profit sont souvent moins élevées. Vous devrez aussi faire face à un plus grand nombre de concurrents et vos emballages devront être bien adaptés aux exigences des acheteurs. Il est possible également que vos clients exigent certaines normes de qualité. Consultez la fiche [La fabrication de produits alimentaires](#) pour en savoir plus sur le sujet.

Vous devrez acquérir des codes à barres pour commercialiser vos produits dans les épiceries et à d'autres endroits. Rendez-vous sur le site de [GS1 Canada](#) pour plus d'information.

Certains guides peuvent vous aider si vous souhaitez vendre à un intermédiaire :

- [Fiche Canal de distribution et courtage](#)
- [Fiche Pratiques commerciales dans le commerce de détail](#)
- Autodiagnostic [Êtes-vous prêt à développer un nouveau marché?](#)
- [Exemple de fiche produit](#)
- [Préparer et réussir une présentation à un acheteur](#)
- [Préparer et réussir une présentation à un acheteur dans le réseau de la restauration et de l'hôtellerie](#)
- [Guide d'accès au marché institutionnel](#) (écoles, CPE, hôpitaux)
- [Aide-mémoire pour faire affaire avec un distributeur alimentaire](#)



L'exportation

Exporter vos produits peut vous permettre d'agrandir votre territoire de vente, mais vous devez bien vous y préparer. Il vous faudra considérer divers facteurs : les goûts des consommateurs étrangers, les nouveaux concurrents, les réseaux de distribution propres aux pays où vous souhaitez exporter, etc.

L'exportation de produits alimentaires comporte certains avantages :

- La possibilité d'augmenter vos ventes;
- L'optimisation de vos opérations.

Elle implique aussi de nombreux défis :

- Posséder les certifications et les systèmes qualité exigés;
- Pouvoir augmenter votre capacité de production;
- Connaître la culture et les pratiques d'affaires des pays d'exportation;
- Prévoir des frais supplémentaires pour de nouveaux intermédiaires (courtier, courtier en douane, service d'entreposage, etc.);
- Connaître vos concurrents et votre avantage concurrentiel sur les marchés cibles;
- Adapter vos produits aux préférences des consommateurs;
- Prévoir un budget pour pouvoir vous rendre sur place;
- Développer un réseau de distribution et de représentation qui s'occupera de vos produits sur place;
- Maîtriser la réglementation du pays où vous souhaitez exporter;
- Disposer de ressources à l'interne pouvant communiquer dans la langue du marché visé;
- Offrir un site Web dans la langue du marché cible.

Des ressources pour vous aider :

Pour vous informer sur les principaux marchés d'exportation des produits agroalimentaires du Québec, consultez les pages Web suivantes :

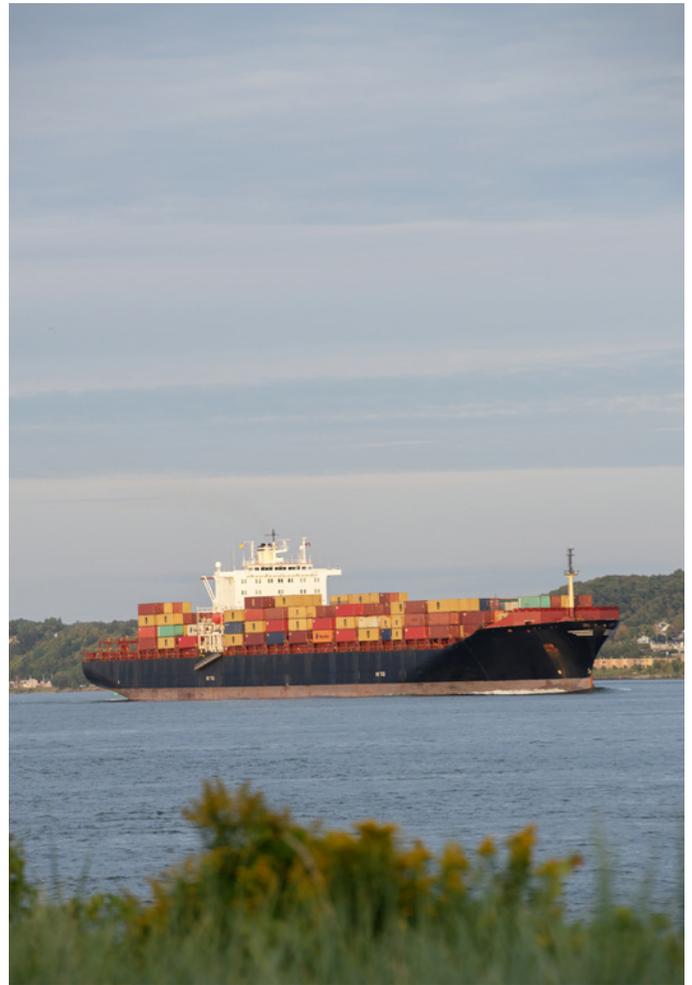
- [Marchés visés \(MAPAQ\)](#)
- [Exportations d'aliments \(Inspection Canada\)](#)

Vous pouvez également communiquer avec les conseillers de la [Direction de l'accès aux marchés du MAPAQ](#). Ils pourront vous guider en ce qui a trait aux différentes stratégies d'entrée dans de nouveaux marchés, vous informer sur les événements organisés par le MAPAQ ou des organismes économiques pour saisir les occasions d'exportations et même vous mettre en contact avec des délégations de l'étranger.

Le [Groupe Export agroalimentaire Québec-Canada](#) et les [organismes régionaux de promotion des exportations du Québec](#) peuvent aussi vous soutenir et vous outiller pour faciliter vos projets de développement de marchés à l'étranger.

Enfin, des services du gouvernement fédéral peuvent vous aider dans vos projets :

- [Affaires mondiales Canada](#)
- [Bureaux du Service des délégués commerciaux à travers le monde](#)
- [Solutions d'Exportation et développement Canada](#)



INFORMATIONS UTILES

Pour mieux connaître votre marché

[Développement des marchés](#) | MAPAQ

[Page de recherche sur quelques monographies du secteur](#) | MAPAQ

[BioClips](#)

Bulletin hebdomadaire de veille économique qui présente un condensé d'analyses et d'articles relatifs au secteur bioalimentaire québécois.

[Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec](#)

Document produit par l'Institut de la statistique du Québec qui permet de trouver des données sur votre marché et votre clientèle au Québec.

[Ventes au détail de produits alimentaires](#)

Statistiques sur les ventes au détail des grands magasins du Québec.

[Le Bottin – Consommation et distribution alimentaires en chiffres](#)

Outil fournissant des informations économique-financières sur la distribution alimentaire au Québec (commerces de détail, grossistes et services alimentaires dans le réseau de l'hôtellerie, de la restauration et des marchés institutionnels des secteurs privé et public).

[Association des marchés publics du Québec](#)

Site répertoriant les différents marchés publics du Québec.

Pour rechercher la concurrence existante

[Portail Bio Québec](#)

Portail présentant des données statistiques sur l'évolution du secteur biologique.

[Aliments du Québec](#)

Site regroupant toutes les entreprises qui ont reçu la certification Aliments du Québec.

[Registre des titulaires de permis de fabricant d'alcool en vigueur](#)

Registre qui permet de trouver toutes les entreprises détenant un permis de fabrication d'alcool.

[Agri-Réseau](#)

Site présentant de l'information sur différents secteurs de la transformation alimentaire.

[Statistique Canada](#)

Site présentant des données sur les canadiens utiles pour faire une étude de marché.

[Fermier de famille](#)

Réseau solidaire pour la vente de paniers de légumes.

Pour être en contact avec votre clientèle et mieux connaître votre secteur

[Expo Manger santé et vivre vert](#)

[SIAL Canada](#)

Pour accroître votre notoriété dans votre secteur

[Concours des fromages du Québec – Sélection Caseus](#)

[Coupe des nations – Compétition nationale de vins et alcools du terroir](#)

[Programme DUX](#)

[Aliments du Québec](#)

[Regroupement des tables de concertation bioalimentaire du Québec](#)

Pour obtenir une mise à niveau concernant la vente en ligne

[Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec \(CRAAQ\) : webinaires sur le commerce électronique](#)

[Banque des entrepreneurs canadiens \(BDC\) : des conseils pour préparer votre entreprise au commerce en ligne](#)

[BDC : Réussir en commerce électronique](#)

[BDC : Attirer des clients et vendre en ligne](#)

Pour connaître les certifications qui peuvent vous être demandées ou vous permettre de vous distinguer

[Global Food Safety Initiative](#)

Organisme mondial de certification pour les normes de qualité (site seulement en anglais).

[Conseil des appellations réservées et des termes valorisants – Appellation biologique](#)

[Conseil des appellations réservées et des termes valorisants – Appellations reconnues](#)

[Commission de la Kacheroute – Certification kachère](#)