

SE DIVERSIFIER PAR LA MISE EN MARCHÉ DE PROXIMITÉ

Jenny Lessard

Conseillère en circuit court et
commercialisation de proximité

Direction régionale de la Capitale-Nationale
et de la Chaudière-Appalaches

Se lancer en mise en marché des viandes

Mai 2022



Il ne s'agit pas de **fabriquer d'excellents produits** pour les vendre...

... mais plutôt de **vendre les excellents produits** que vous fabriquez.

Peter Chapman, Les Perspectives agroalimentaires 2019

AU MENU POUR LA PROCHAINE DEMI-HEURE...



- Courte introduction
- Première étape: se poser de bonnes questions
- Trois incontournables
- Petits mots sur l'agrotourisme
- Vendre au détail
- Vendre en gros
- Outils, formations et ressources utiles



COURTE INTRODUCTION



Qu'entend-on par « proximité »?

Proximité relationnelle:

Au plus un intermédiaire entre l'entreprise bioalimentaire et le consommateur

OU

Proximité géographique:

Dans une même région ou à moins de 150 km du lieu de production ou de transformation

INTRODUCTION



Circuit court

Vente directe :

- Kiosque à la ferme
- Autocueillette
- Marché public et virtuel
- Vente en paniers
- Vente en ligne

Vente indirecte :

- Restaurant
- Épicerie
- Regroupement de producteurs pour la vente

PREMIÈRE ÉTAPE: SE POSER LES BONNES QUESTIONS

Le plan de commercialisation

- Où voulez-vous aller?
- Où vous voyez-vous dans 3 ans? 5 ans?
- Qui sont vos concurrents?
- Vendre au détail? Vendre en gros?
- Quelle est votre stratégie de prix?
- Qui est votre client type?
- Qu'est-ce qui vous distingue?



TROIS INCONTOURNABLES



PETITS MOTS SUR L'AGROTOUTRISME

L'agrotourisme, une expérience mémorable!



Municipalité
CPTAQ



réseau
agriconseils

Outils MAPAQ

VENDRE AU DÉTAIL

Boutique à la ferme, marché public, commercialisation numérique



Boutique à la ferme



L'occasion de mettre en valeur votre savoir-faire!



Préparez-vous
à répondre à
des questions.



Outils MAPAQ

Affichage



Kiosque à la ferme



Crédits photo : Émilie Nadeau



Municipalité

Kiosque à la ferme





Ayez comme objectif de **faire de votre entreprise** non pas un endroit où l'on arrête
mais un endroit où l'on se rend!

Emmanuelle Choquette, Papilles consultation



L'occasion de faire connaître **votre entreprise**, mettre en valeur **vos produits** et en apprendre plus sur **les besoins de votre clientèle.**



La clé = l'expérience client

Commercialisation numérique



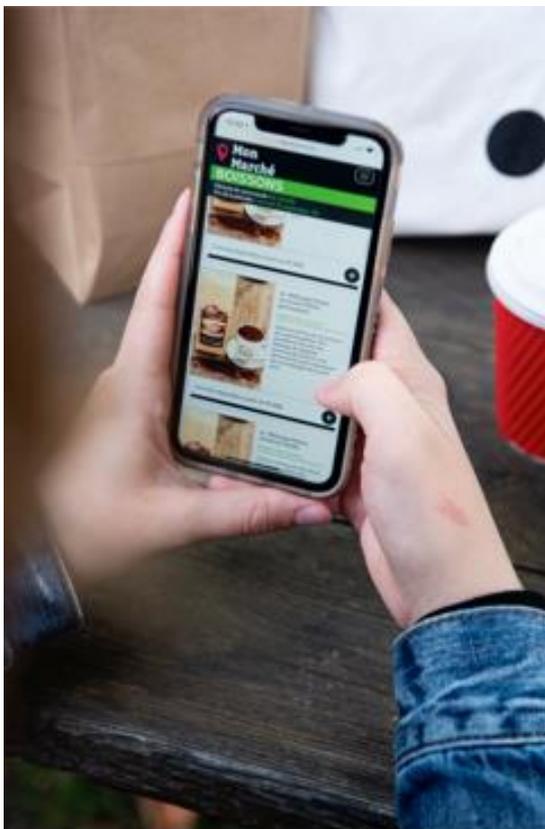
La première démarche d'un consommateur est de consulter **le Web et les médias sociaux.**

Selon la Banque de développement du Canada :

« **Plus de 90 % des gens utilisent Internet pour prendre des décisions d'achat.** »



Commercialisation numérique



Un bon site Web



Photos

Prix

Façon d'acheter

Moyens de vous joindre

Le site Web doit parler pour vous!



Les réseaux sociaux

Bonne façon de rester connecté avec le client.

Démontrez votre authenticité, votre vie, votre histoire! Les clients aiment ça!



Commercialisation numérique



Boutique en ligne

Site Web?

Page Facebook?

Plateforme ou regroupements existants?



Logistique

Gestion des stocks

Service après-vente



Webinaire sur le commerce électronique du CRAAQ

Capsule sur les bonnes pratiques de vente en ligne du MAPAQ

Stratégies de vente



Comment fidéliser ma clientèle?

- Boîtes découvertes
- Boîtes thématiques
- Inspirer le client
- Inciter à l'abonnement
- Carte de membre, envois spéciaux personnalisés, infolettres

VENDRE EN GROS

Boucheries, épicereries, restaurants
Plateforme de vente en ligne



NOS PRODUITS ▾

NOUS JOINDRE





REPRÉSENTATION | REPRÉSENTATION | REPRÉSENTATION

Connaissez-vous votre coût de revient?

Avez-vous une fiche produit?

Connaissez-vous vos concurrents?

Pourrez-vous adapter vos emballages?



Coût de revient



Plateforme de vente en ligne: un exemple



maturin Recherche... Vendre sur Maturin Connexion 🛒 Panier 0.00\$

FRUITS ET LÉGUMES BOUCHERIE POISSONNERIE METS CUISINÉS PRODUITS LAITIERS VÉGÉ BOULANGERIE ÉPICERIE À BOIRE BEAUTÉ MAISON BOÎTES ET CADEAUX SOLDES

RÉSULTATS: 68 PRODUITS

< TOUT

BOUCHERIE

Poulet et dinde (10)

- Poitrines (2)
- Cuisses, pilons et ailes (3)
- Haché en lanières et à fondue (1)
- Entiers et rôtis (3)

Lapin et gibier à plumes (8)

- Poitrines et magret (2)
- Entiers et rôtis (2)
- Cuisses, pilons et ailes (4)

< Boeuf et veau (68)

- Coupes de bifteck (34)
- Pièces d'excellence (5)
- Haché et tartare (8)
- Rôtis, côtes et carré (8)
- Fondue, cubes et lanières (6)



Pièce pour tartare Wagyu

Ranch Kreepes inc
35.33\$/0.58kg



Jarret / Osso Bucco

Ferme Badger
17.01\$/450g



Steak Français / Bifteck Haut de Ronde

Ferme Badger
10.87\$/160g



Boston/Surlonge Wagyu

Ranch Kreepes inc
45.65\$/0.55kg

OUTILS, FORMATIONS ET RESSOURCES UTILES



PENSE-BÊTE DE L'AGROTOURISME

L'AGROTOURISME ET LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE ENTREPRISE



PENSE-BÊTE DE L'AGROTOURISME

ACTIVITÉS D'INTERPRÉTATION ET EXPÉRIENCE CLIENT



L'AGROTOURISME, EST-CE QU'EST-CE ?

Avant de savoir si l'on est fait pour l'agrotourisme, il faut comprendre la définition et la portée. Le concept de l'agrotourisme et le tourisme gastronomique conviennent d'une définition précise de ce type d'activité.

L'agrotourisme est une activité touristique qui met en avant l'agriculture et qui a lieu dans une exploitation agricole avec des touristes qui découvrent l'agriculture et le tourisme gastronomique. L'agrotourisme permet à ces derniers de découvrir l'agriculture et la production, à la ferme et de l'information que leur réserve leur hôte.

L'AGROTOURISME, UNE EXPÉRIENCE MÉMORABLE!

De plus en plus de gens recherchent des activités d'interprétation originale et enrichissante. La clientèle est la recherche d'expériences uniques de haut niveau de service. De ce fait, les activités d'agrotourisme offrent, à l'heure, le plaisir et les valeurs de l'entreprise. Les activités agrotouristiques et de partage de l'expérience sont au rendez-vous.

VOUS

Votre gouvernement

FICHE COMMERCIALISATION LE MARCHANDISAGE

FICHE COMMERCIALISATION LE MARKETING

Le merchandising, bon MOMENT, en bon PRÉSENTA

QU'EST-CE ?

Par définition, le merchandising est une présentation adaptée.

LE MODÈLE AIDA : ATTENTION !

Le modèle AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action) est un modèle qui permet de structurer une campagne de marketing. Il est composé de quatre étapes : Attention, Intérêt, Désir et Action.

LE « MIX-MARKETING » - LES QUATRE « P »

Quatre éléments fondamentaux du marketing permettent à l'entreprise d'atteindre ses objectifs : le produit, le prix, le place et la promotion.

PRODUIT	PRIX	PLACE	PROMOTION
Qualité	Tarif	Canaux de distribution	Communication
Nouveauté	Équité	Points de vente	Publicité
Caractéristiques	Perçues ou réelles	Intensité	Marketing direct
			Relations publiques
			Relations client

Votre gouvernement Québec

FICHE QUALITÉ

VOLET BOUTIQUE À LA FERME

NOTIONS UTILES

La vente à la ferme est le mode de commercialisation qui consiste à vendre directement les produits agricoles à la ferme. Ce mode de commercialisation permet de réduire les coûts de distribution et d'augmenter les revenus des producteurs.

FICHE QUALITÉ

VOLET KIOSQUE EN MARCHÉ PUBLIC

NOTIONS UTILES

Le kioskage est un mode de commercialisation qui consiste à vendre les produits agricoles dans un kiosque situé dans un marché public. Ce mode de commercialisation permet de réduire les coûts de distribution et d'augmenter les revenus des producteurs.

Votre gouvernement Québec



2018-2022 PROGRAMME PROXIMITÉ

Canada Québec

Outils



Agro-calculateur

- Coût de production vs coût de revient

Programme Proximité – MAPAQ

- Volet individuel – Demandes en continu jusqu'au 30 novembre 2022

Occasion d'affaires en mise en marché de proximité

Fiches commercialisation et fiches qualité

Pense-bête de l'agrotourisme

Outils

Outil d'étiquetage pour l'industrie et questions:

➤ demandes-etiquetage@mapaq.gouv.qc.ca

[Outil d'étiquetage pour l'industrie publié par l'ACIA](#)

[Exigences spécifiques aux produits carnés](#)

[Réussir en commerce électronique de la BDC](#)

[Préparer et réussir une présentation à un acheteur du MAPAQ](#)

Formations



[Capsules L'ABC du démarrage en transformation alimentaire](#)

[Formation Hygiène et salubrité](#)

[Série de webinaires sur le commerce électronique du CRAAQ](#)

[TransformA: Gestion et mise en marché des produits transformés du CRAAQ](#)

Formations



Formations ITA (formation continue)

- Vendre aux restaurateurs
- Vendre aux supermarchés

Portail de formation agricole de l'UPA

Capsule sur les bonnes pratiques de vente en ligne du MAPAQ

Ressources utiles



[Réseau Agriconseils](#)

[Marchés publics: exigences de commercialisation](#)

[Rappel pour les permis du MAPAQ et de la RACJ de l'AMPQ](#)

[Guide de bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité alimentaires](#)

Coordonnées



Jenny Lessard

Conseillère en circuit court et commercialisation de proximité

☎ 418 386-8116, poste 1519

Jenny.lessard@mapaq.gouv.qc.ca



Il ne s'agit pas de **fabriquer d'excellents produits** pour les vendre...

... mais plutôt de **vendre les excellents produits** que vous fabriquez.

Peter Chapman, Les Perspectives agroalimentaires 2019