

ÉTUDE SUR LES
OPPORTUNITÉS DE MISE EN
MARCHÉ COLLECTIVE DANS
LA VALLÉE-DE-LA-GATINEAU

(Phase 1)

Réalisée par:
Félix Meunier
et ses collaborateurs.trices

Étude portée par l'ODA et financée par le MAPAQ:



Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec 

Contexte de l'étude

Objectifs de l'ODA à travers cette étude:

- Mettre de l'avant des projets structurants pour les agriculteurs de la Haute-Gatineau ;
- Aider à la mise en marché des productions des entreprises membres ;
- Favoriser le maillage entre les entreprises agricoles de la Haute-Gatineau.

Objectifs du programme proximité du MAPAQ:

- Développer ou consolider des initiatives collectives de mise en marché de proximité.
- Rapprocher les producteurs agricoles et les transformateurs artisans des consommateurs par le développement et la consolidation d'initiatives de mise en marché de proximité répondant aux besoins des consommateurs.

Contexte de l'étude

Objectifs:

Le but du présent exercice était de faire un sondage auprès de producteurs afin d'identifier leurs besoins en matière de mise en marché collective et leurs offres potentielles de produits.

Collecte de données:

La collecte de données s'est faite au courant du mois de janvier 2023 à l'aide d'annonces du questionnaire sur les réseaux sociaux ainsi que des appels téléphoniques et de courriels ciblés à des entreprises tirées au hasard.

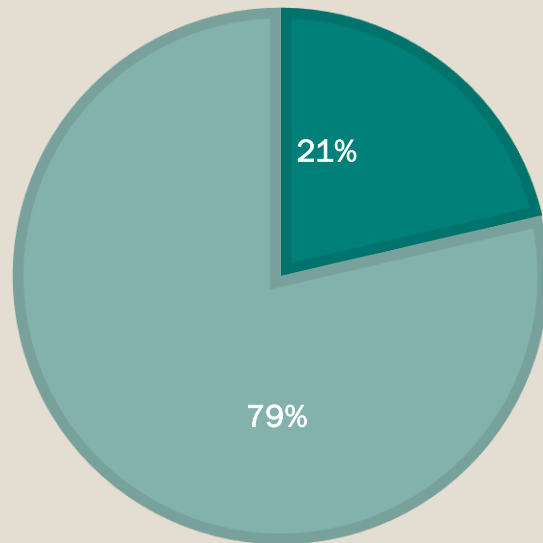
Population cible:

La population visée par l'étude regroupe l'ensemble des entreprises agricoles en exploitation ainsi que les transformateurs de produits locaux de la Vallée-de-la-Gatineau et des régions limitrophes.

Portrait de l'échantillon

PROPORTION DE L'ÉCHANTILLON PAR RAPPORT À LA POPULATION DES ENTREPRISES AGRICOLES DE LA MRC DE LA VALLÉE-DE-LA-GATINEAU

- Entreprises agricoles échantillonnées
- Entreprises agricoles non échantillonnées faisant partie de la population cible.



Proportion de l'échantillon par rapport à la population des entreprises agricoles de la MRC de la Vallée-de-la-Gatineau

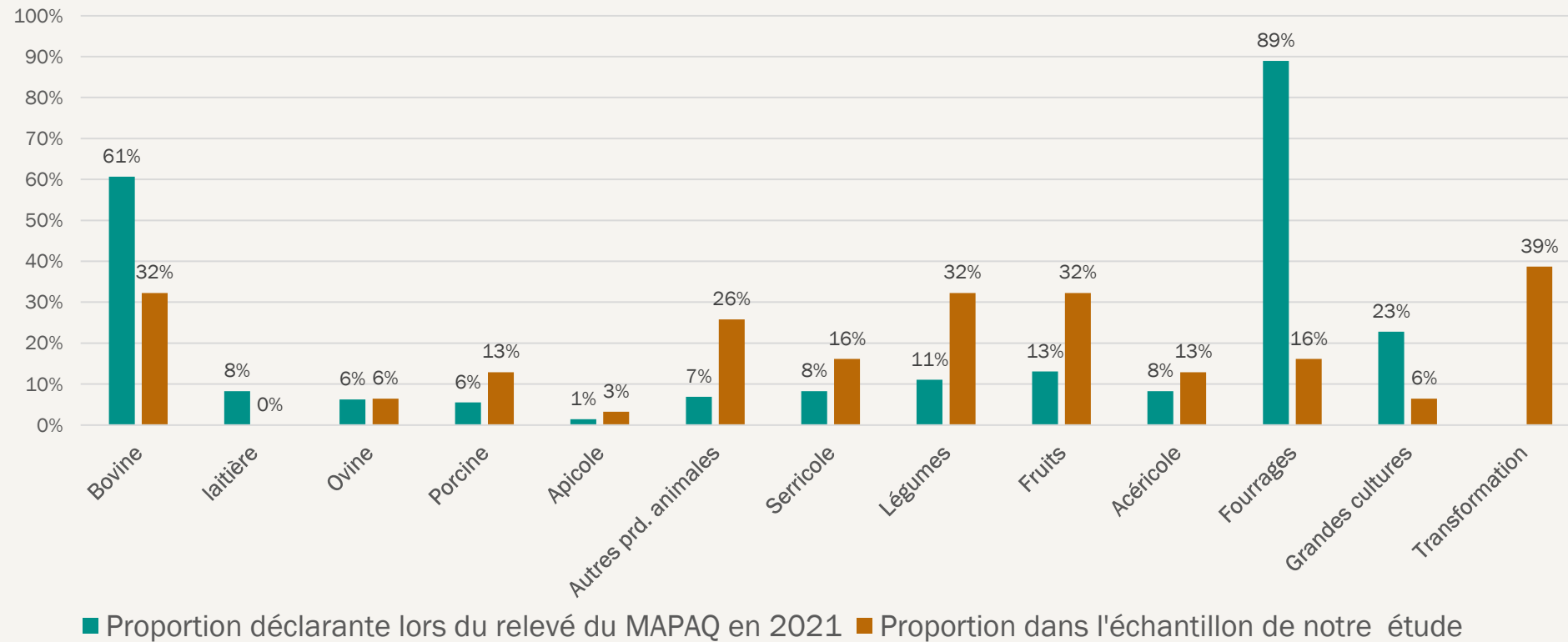
Types de répondants	Nombre	Proportions
Entreprises agricoles de la MRC selon le relevé du MAPAQ de 2021	145	
Entreprises agricoles échantillonnées	31	21%
Entreprises agricoles non échantillonnées faisant partie de la population cible.	114	79%

Portrait de l'échantillon

Productions	Données du portraits bioalimentaire de la MRC de la Vallée-de-la-Gatineau, MAPAQ. (2021)			Échantillon questionnaire		Représentativité
	Fermes déclarantes	Proportion déclarante	Revenus totaux (M\$)	Fermes déclarantes.	Proportion dans l'échantillon	Niveau de représentation de l'échantillon en fonction du relevé du MAPAQ de 2021.
Productions animales						
Bovine	88	61%	4,7	10	32%	53%
laitière	12	8%	3,4	0	0%	0%
Ovine	9	6%	0,01	2	6%	104%
Porcine	8	6%	0,07	4	13%	234%
Apicole	2	1%	0,03	1	3%	234%
Autres productions animales	10	7%	0,01	8	26%	374%
Horticoles						
Serricole	12	8%	0,8	5	16%	195%
Légumes	16	11%	0,2	10	32%	292%
Fruits	19	13%	0,01	10	32%	246%
Autres	NA		NA	1	3%	NA
Acéricole	12	8%	0,9	4	13%	156%
Fourrages	129	89%	0,1	5	16%	18%
Grandes cultures	33	23%	0,01	2	6%	28%
Transformation	NA		NA	12	39%	NA

Portrait de l'échantillon

Proportion d'entreprises déclarant certaines productions



Portrait de la mise en marché actuelle

Voici quelques questions qui orientent l'analyse:

- Q Est-ce que les entreprises visées par l'étude ont de la **difficulté** à mettre leurs produits en marché ?
 - Q Est-ce le principal aspect limitant de leur entreprise ?

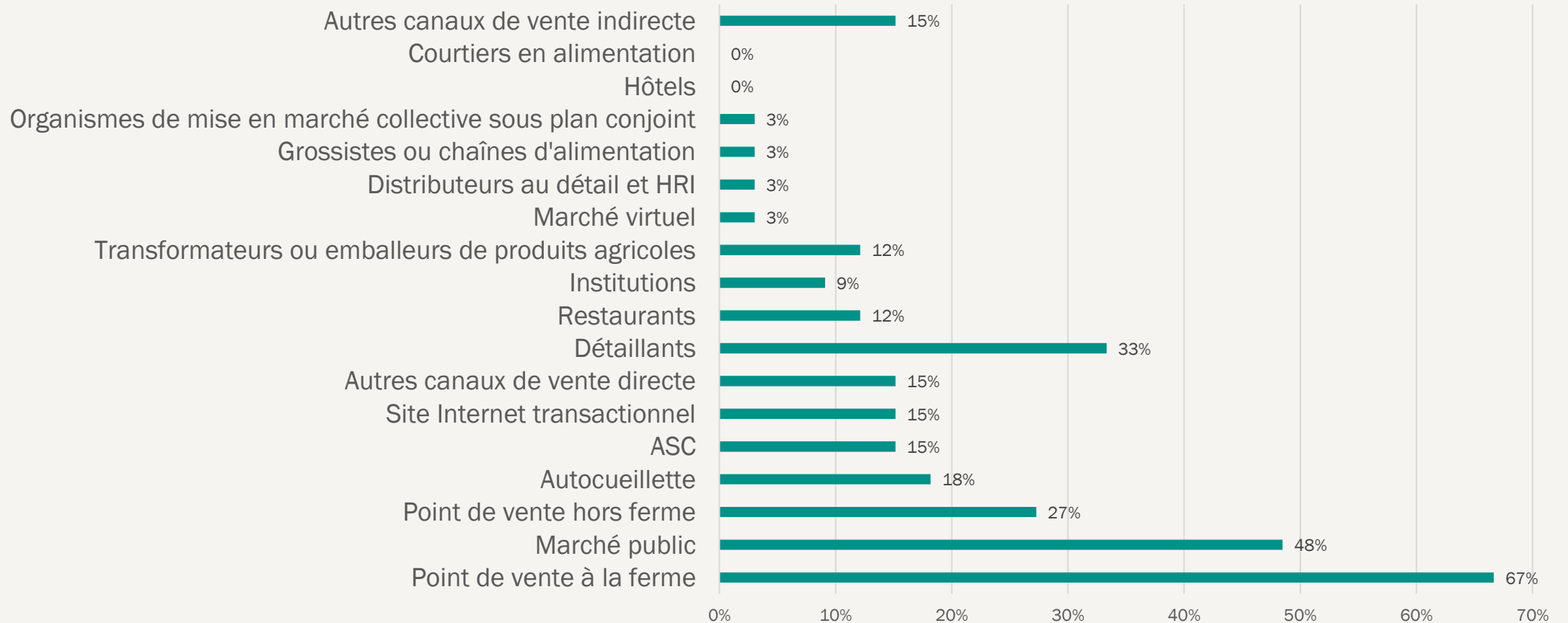
- Q Est-ce que la mise en marché est un aspect de leur entreprise qui est **coûteux en temps** (logistique, transport et livraison, marketing, présence au marché, etc.) **et en argent** (publicité, transport et livraison, coût du canal de mise en marché, etc.) ?
 - Q Est-ce que les entreprises visées par l'étude sont **satisfaites** par leurs canaux de mise en marché ?

Portrait de la mise en marché actuelle

Proportion des entreprises échantillonnées utilisant certains types de circuits de mise en marché		
Types	Nombre d'entreprise(s)	Proportion des circuits de mise en marché
Vente directe	29	88%
Vente indirecte	17	52%
À déterminer	1	3%
Total		142%

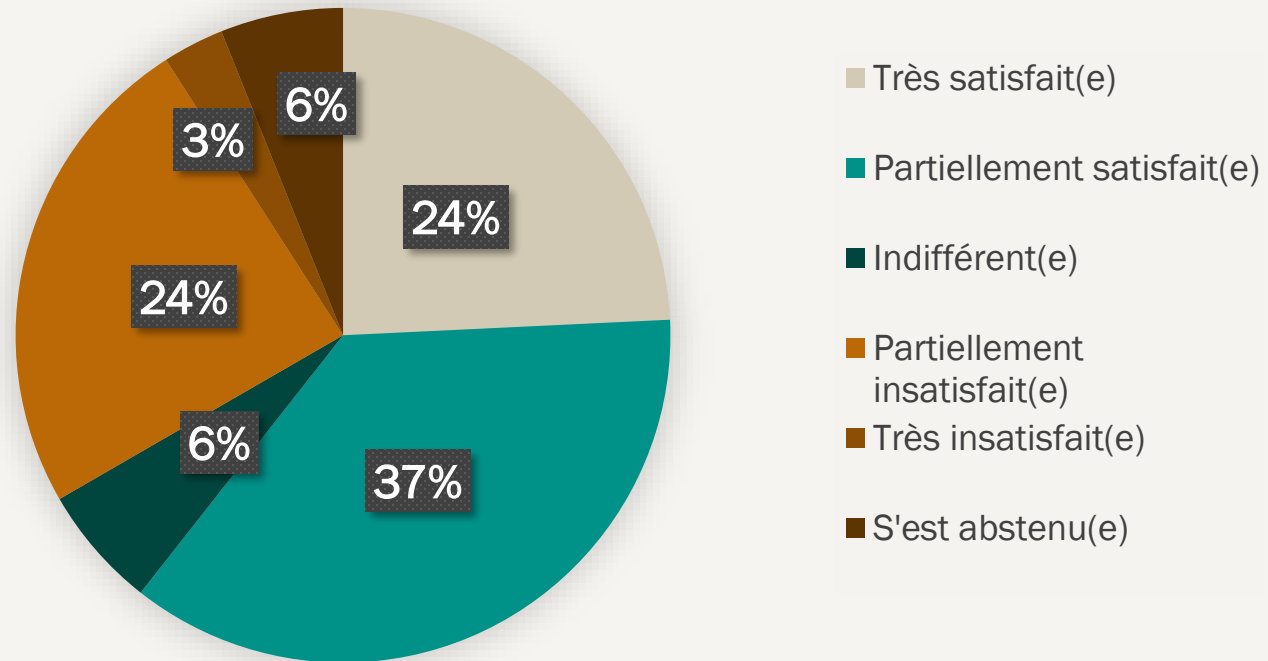
Portrait de la mise en marché actuelle

Proportion des entreprises échantillonnées utilisant les différents canaux de mise en marché



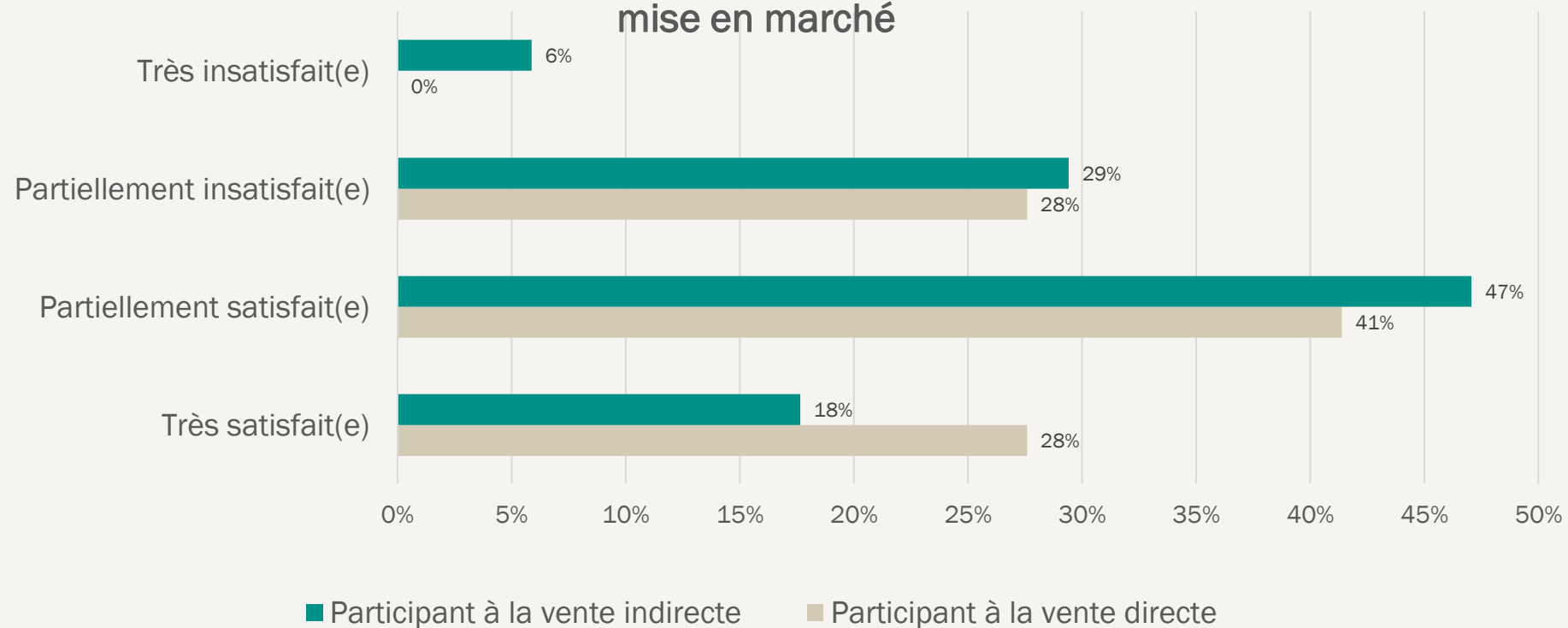
Portrait de la mise en marché actuelle

Proportion du niveau de satisfaction des entreprises envers leurs canaux de mise en marché actuels



Portrait de la mise en marché actuelle

Proportion du niveau de satisfaction des entreprises échantillonnées envers leur mise en marché actuelle en fonction de leur participation à un type de canal de mise en marché



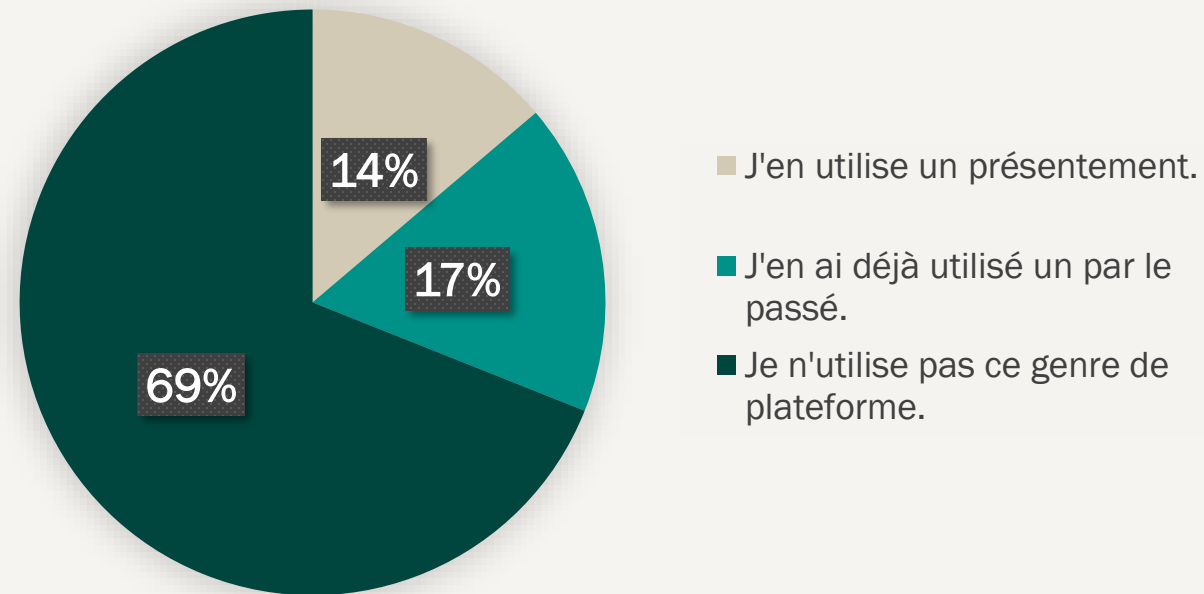
Portrait de l'utilisation de sites web transactionnels

Voici quelques questions qui orientent l'analyse:

- Q Quel est le portrait des entreprises visées utilisant un site web transactionnel comme canal de mise en marché ?
- Q Quel est leur satisfaction envers celui-ci ?

Portrait de l'utilisation de sites web transactionnels

Proportion des entreprises échantillonnées faisant de la vente directe et utilisant un site web transactionnel comme canal de mise en marché.



Portrait de l'intérêt envers un projet de mise en marché collective

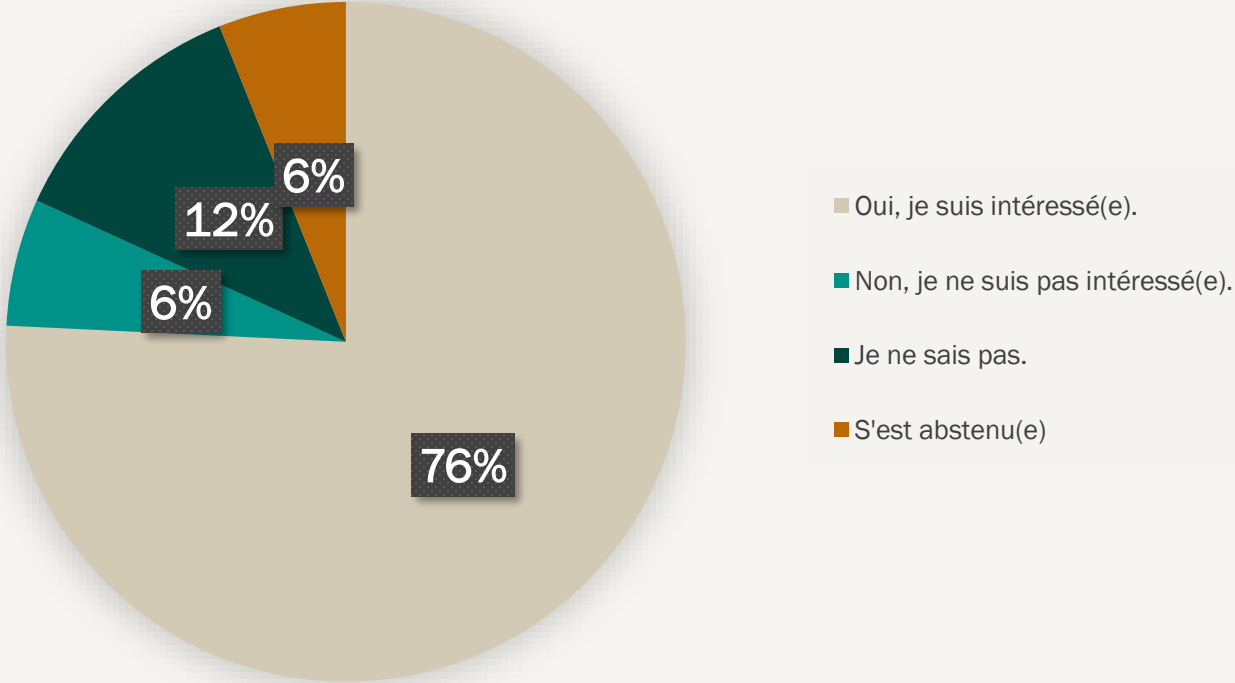
Voici quelques questions qui orientent l'analyse:

- Q Quel est le niveau d'intérêt des entreprises visées envers un projet de mise en marché collective ?

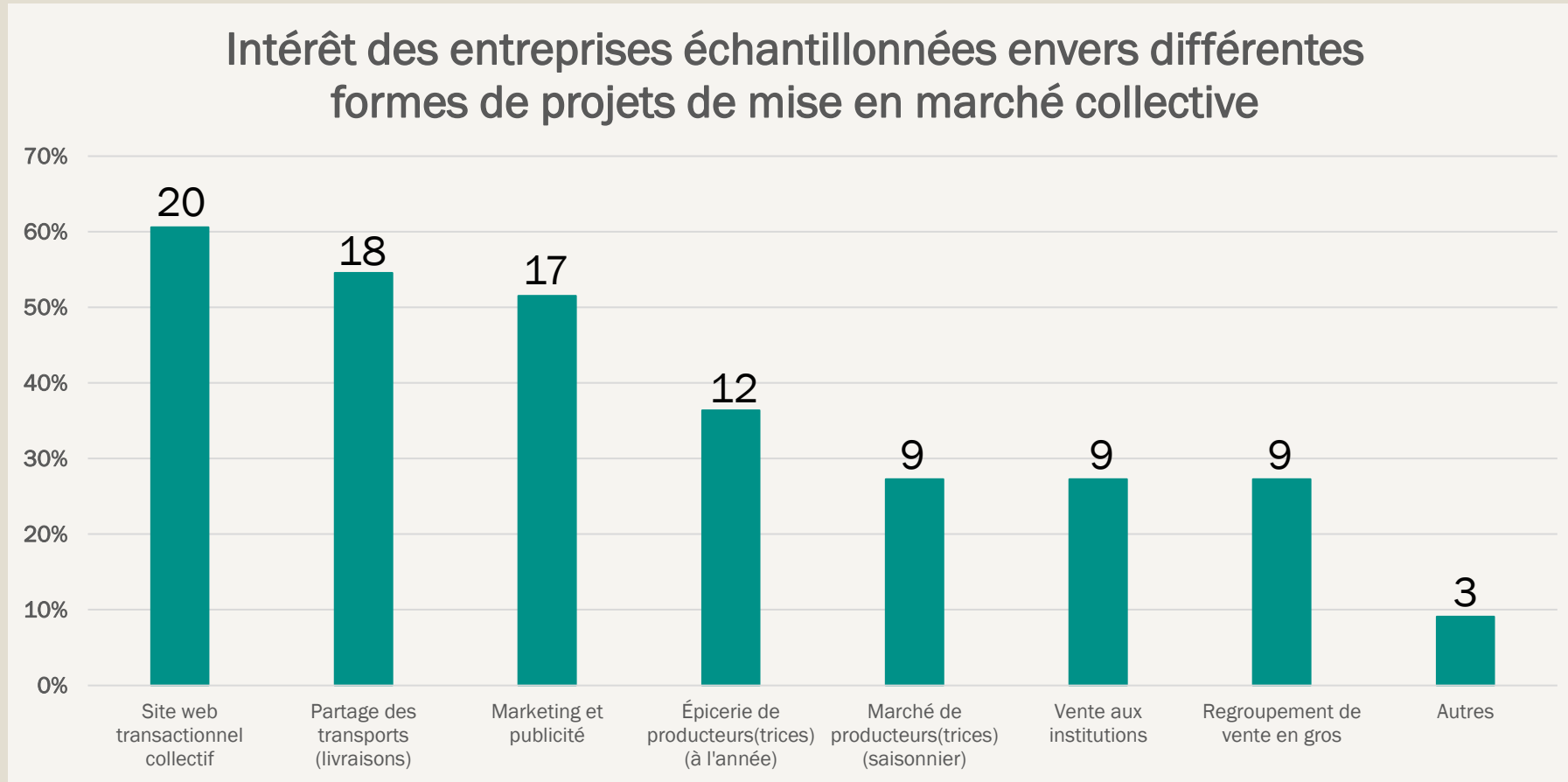
- Q Par quel(s) type(s) de projet(s) celles-ci sont-elles intéressées ?
 - Q De quelle façon l'intérêt envers certain(s) projet(s) varie en fonction des productions / produits à vendre des entreprises visées ?

Portrait de l'intérêt envers un projet de mise en marché collective

Intérêt des entreprises échantillonnées envers un ou plusieurs projets de mise en marché collective



Portrait de l'intérêt envers un projet de mise en marché collective



Portrait de l'intérêt envers un projet de mise en marché collective

Intérêt des entreprises échantillonnées envers différentes formes de projets de mise en marché collective en fonction des types de productions qu'elles ont déclarées

Productions déclarées	Nombre d'entreprises déclarantes	Épicerie de producteurs(trices) (à l'année)	Marché de producteurs(trices) (saisonnier)	Site web transactionnel collectif	Vente aux institutions	Partage des transports (livraisons)	Regroupement de vente en gros	Marketing et publicité	Autres
Horticole	18	50%	28%	67%	33%	56%	33%	56%	11%
Animale	15	20%	7%	53%	13%	33%	7%	47%	20%
Transformation	12	42%	25%	75%	33%	58%	33%	67%	25%
Fourrages	5	0%	0%	40%	0%	40%	20%	60%	0%
Acéricole	4	0%	25%	75%	25%	75%	25%	50%	0%
Grandes cultures	2	0%	0%	0%	0%	50%	50%	50%	0%
Autres	2	0%	50%	50%	0%	50%	0%	0%	0%

Portrait du niveau d'engagement pour la suite de projet

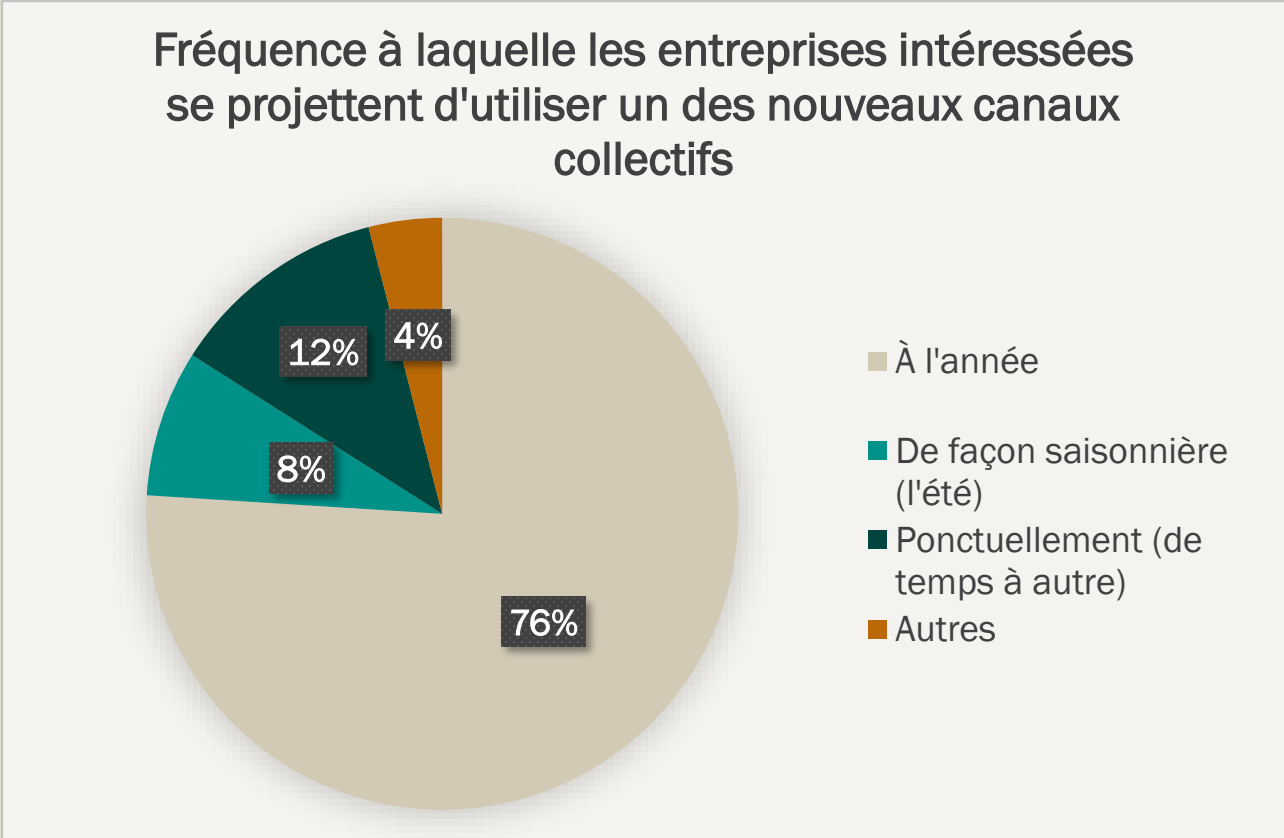
Voici quelques questions qui orientent l'analyse:

- Q Quel est le niveau d'engagement des entreprises intéressées envers l'élaboration d'un projet collectif ?
- Q Quel serait la fréquence à laquelle les entreprises voudraient-elles utilisées un de ces nouveaux canaux ?

Portrait du niveau d'engagement pour la suite de projet

Degrés de participation des entreprises intéressées à collaborer pour la conception d'un projet collectif		
Degrés de participation	Nombre d'entreprises	Proportion
Poursuivre la réflexion avec les autres entreprises intéressées	12	48%
Être tenu(e) au courant des avancées du projet	10	40%
Avoir un entretien individuel pour discuter du projet	3	12%
Ne pas être tenu(e) au courant des avancées du projet	0	0%
Total:	25	100%

Portrait du niveau d'engagement pour la suite de projet



Conclusion

On observe de l'intérêt pour des projets de mise en marché collective.

Voici les trois projets soulevant le plus d'intérêt chez les entreprises échantillonnées:

1. Site web transactionnel collectif avec 61% (22/33)
2. Partage des transports (livraisons) avec 55% (18/33)
3. Marketing et publicité avec 52% (17/33)

Recommandations suite à l'analyse

Prioritaires

- Poursuivre les réflexions sous forme de **consultations et de groupes de réflexion** pour l'élaboration du ou des projet(s) porteur(s) avec les entreprises qui ont démontré de l'intérêt à se faire. Note: il serait intéressant de poursuivre la démarche avec tous et à toutes et non pas juste ceux et celles qui ont démontré de l'intérêt dans le questionnaire.
- Poursuite des recherches et de la **définition des 3 projets porteurs** identifiés.
- **Adapter la diffusion médiatique** pour rejoindre davantage les entreprises participant à des productions sous représentées dans l'étude.

Secondaires

- Élaborer des **collaborations** avec le MAPAQ et la MRC pour davantage de soutien pour coorganiser les projets avec les producteurs.trices.
- Approfondir la **compréhension** et nos connaissances sur les **forces et faiblesses de la mise en marché** des entreprises agroalimentaires de la Vallée-de-la-Gatineau (plus détaillée dans le rapport écrit)

Pour plus de précisions...

Pour plus de précisions, je vous invite à lire le rapport écrit intitulé:

« *ÉTUDE SUR LES OPPORTUNITÉS DE MISE EN MARCHÉ COLLECTIVE DE LA VALLÉE-DE-LA-GATINEAU*
Présentation des résultats de la phase 1 et analyse »

Remerciements et crédits:

Présentation préparée par Félix Meunier basée sur les résultats de la phase 1 de l'étude.

Merci à Luc Gaudet et Noé Gaudet pour l'aide à la rédaction du rapport final.

Merci à Abbi Spencer et Luc Gaudet pour aider à la collecte des données

L'étude est portée par l'Opération Diversification Agricole et financée par le programme proximité du MAPAQ



Médiagraphie

Québec. MAPAQ. (2021). *Portrait Bioalimentaire de la MRC de la Vallée-de-la-Gatineau*. 8 pages. [Consulté le 11 février 2023] https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/agriculture-pecheries-alimentation/agriculture/industrie-agricole/regions/outaouais/ED_portrait_MRC_Outouais_ValleeGatineau_MAPAQ.pdf?1639670916

Québec. RECYC-QUÉBEC (2022). *Étude de quantification des pertes et gaspillage alimentaires*. Rapport final. 59 pages. [Consulté le 13 février 2023] <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/etude-quantification-pertes-qc-fr.pdf>

Québec. MAPAQ. *Formulaire pour la fiche d'enregistrement d'une exploitation agricole au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation*. (Formulaire PDF). [Consulté le 10 décembre 2022]. https://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Formulaires/Formulaire_enregistrement_Fr.pdf

D'ASTOUS, Alain. (2019). *Le Projet de Recherche en Marketing*. Chenelière Éducation. 6e édition. 452 pages.