

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 1 : Modernisation et qualité des services

Réaliser la mise en œuvre de Transformation Alimentaire Québec

Problématique : La création de Transformation Alimentaire Québec, annoncée le 3 février 2005, implique une réorganisation des ressources du MAPAQ en transformation alimentaire. Elle implique également la mise en place, en collaboration avec les ministères et organismes gouvernementaux québécois et fédéraux concernés, d'une dynamique de coordination des services destinés aux entreprises de transformation alimentaire. Ces changements touchent les différents aspects de l'organisation interne et engagent dans une nouvelle interrelation fonctionnelle avec les partenaires externes. La réussite de la mise en place de ces changements est déterminante pour la réalisation de la mission de Transformation Alimentaire Québec.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Réaliser les changements organisationnels nécessaires à la mise en oeuvre de TRANSAQ	Mettre en place le nouveau plan organisationnel du guichet central	Niveau de réalisation (%)
	Former et «opérationnaliser» le réseau des guichets régionaux	Niveau de réalisation (%)
	Implanter un système informatisé de gestion des dossiers et un système informatique d'appui aux équipes de projet	Niveau de réalisation (%)
	Réaliser un programme de perfectionnement continu des conseillers en transformation alimentaire	Plan de perfectionnement des conseillers Niveau de réalisation (%)
	Développer des outils de travail destinés aux conseillers en transformation alimentaire	Plan de communication Liste des outils à réaliser, réalisés et opérationnels
	Développer des instruments pour promouvoir les activités de Transformation Alimentaire Québec	Liste des instruments de promotion; utilisations
	Mettre en œuvre et évaluer les premières équipes de projet	Bilan de l'implantation des équipes de projet Nombre d'équipes de projet mises sur pied par an, actives ou non
Développer avec les partenaires des mécanismes et des relations fonctionnelles de collaboration et de coordination	Convenir des ententes et mécanismes de collaboration avec les principaux partenaires	Nombre d'ententes de collaboration
	Assurer le suivi des modalités et mécanismes de collaboration prévus aux ententes	Rapport sur l'état de réalisation des ententes Degré de satisfaction des partenaires
	Constituer et réunir le Comité des partenaires	Participations au Comité des partenaires Nombre de rencontres du Comité des partenaires par an
	Définir et partager avec les partenaires l'offre de service gouvernementale	Rapport descriptif de l'offre de service gouvernementale Propositions du Comité des partenaires
Associer l'industrie à la compréhension des enjeux, défis, besoins et problématiques de l'industrie de la transformation alimentaire et à l'identification des moyens d'action	Constituer et réunir le Conseil des entrepreneurs	Participations au Conseil des entrepreneurs Nombre de rencontres du Conseil par an
	Initier des réflexions sur des enjeux particuliers pouvant apporter un éclairage au ministre et guider TRANSAQ dans sa planification stratégique des années subséquentes	Nombre de documents de discussions déposés par an Propositions du Conseil des entrepreneurs

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 2 : Développement de la transformation alimentaire en région

2.1 : Accès aux marchés intérieurs

Accroître la capacité des transformateurs à rencontrer les exigences de marchés.

Problématique : *Malgré la demande croissante pour des produits diversifiés et différenciés, nombre d'entreprises, souvent de petite taille et à rayonnement régional, éprouvent des difficultés à accéder aux tablettes des différents réseaux de vente au détail et des services alimentaires (HRI pour hôtels et restaurants, institutions). Les principaux facteurs identifiés sont les suivants :*

- *Difficultés à rencontrer les exigences des réseaux de distribution régionaux et nationaux (volume, qualité, coûts d'accès) ;*
- *Capacité de gestion à renforcer (marketing, mise en marché, positionnement de produit etc.) ;*
- *Connaissance insuffisante des règles, normes et pratiques commerciales des différents réseaux de distribution.*

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Informer les entreprises sur les pratiques commerciales des différents réseaux et les conditions d'accès aux marchés	Réaliser et diffuser les guides d'accès au réseau du détail et du réseau des services alimentaires	Guide d'accès
	Organiser des ateliers d'information sur les pratiques commerciales des distributeurs et les normes requises (HACCP, ISO 14001, traçabilité, etc.)	Nombre d'ateliers Nombre de participants par atelier Niveau de satisfaction
	Documenter et diffuser l'information sur les mécanismes d'appel d'offres du réseau institutionnel (distributeurs, regroupements d'achat, babillards électroniques, etc.)	Document d'information
Aider les entreprises à renforcer leur capacité de gestion	Promouvoir l'offre de service de formation en matière de gestion	Nombre et nature des activités de promotion
	Appuyer la réalisation de diagnostics de gestion par les entreprises de transformation alimentaire	Nombre d'entreprises rencontrées par an Nombre de diagnostics de gestion réalisés par an
	Élaborer une structure d'appui visant à professionnaliser le processus de commercialisation des TPE régionales (parrainage, club d'encadrement, etc.)	Proposition d'une structure d'appui
Aider les entreprises à rencontrer les exigences des réseaux de vente de détail et de services alimentaires	Diffuser l'information sur l'offre québécoise auprès des acheteurs des réseaux de détail et des services alimentaires	Stratégie de diffusion
	Constituer, en partenariat, une base de données des produits québécois pouvant être intégrée à ECCNet	Base de données
	Développer des projets avec les détaillants affiliés et les grandes chaînes de distribution visant l'étalage de produits différenciés et régionaux	Nombre de projets par an Bilan des projets
	Développer une section distributeurs/courtiers dans la base de données de Carrefour Alimentaire (site Internet de TRANSAQ) à l'intention des entreprises de transformation alimentaire	Exploitation de la base de données via Carrefour Alimentaire
	Réaliser une analyse du réseau des services alimentaires et la partager avec l'industrie et les partenaires	Rapport d'analyse soumis au Conseil des entrepreneurs et au Comité des partenaires
	Élaborer une stratégie d'accès au réseau des services alimentaires	Proposition d'une stratégie d'accès
	Organiser des activités d'évaluation des produits alimentaires québécois et de promotion par les chefs restaurateurs et des institutions	Nombre d'activités par an Bilan des activités d'évaluation et de promotion

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 2 : Développement de la transformation alimentaire en région

2.2 : Produits fermiers, artisanaux, du terroir...

Créer un environnement propice au développement des produits fermiers, artisanaux, du terroir, ...

Problématique : Le développement des produits fermiers, artisanaux, du terroir présente un potentiel intéressant, car ceux-ci correspondent à un souhait de plus en plus exprimé de la part d'un nombre croissant de consommateurs d'avoir accès et goûter à des produits typés, de qualité et aux caractéristiques particulières. À cette demande émergente correspond également une volonté de la part d'un nombre croissant d'entrepreneurs d'y répondre. Cependant, selon une majorité d'intervenants, certains facteurs font obstacle à un développement actif de ces produits :

- Méconnaissance des possibilités offertes par le cadre réglementaire ;
- Recherche, par le consommateur, d'une garantie d'authenticité de la part de ces produits ;
- Difficulté des entreprises à s'offrir tout le soutien technique dont elles ont besoin pour obtenir la garantie d'authenticité de leurs produits.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Mettre à profit les possibilités du cadre réglementaire de manière à permettre un développement accru de produits de spécificité et en garantissant l'authenticité	Informé et conseiller les entreprises et les intervenants régionaux sur les possibilités du cadre réglementaire	Plan de communication
	Revoir le cadre réglementaire	Modification apportée au cadre réglementaire
	Informé les consommateurs sur les appellations et la disponibilité de produits ayant cette caractéristique (information et promotion)	Plan de communication
	Rencontrer les représentants des ministères fédéraux de manière à harmoniser les cadres réglementaires fédéral et provincial	Bilan des échanges avec les partenaires fédéraux
Accompagner les entreprises dans leurs démarches conduisant au développement de produits fermiers, artisanaux, du terroir...	Concevoir et mettre en place des mesures d'appui financier dans le cadre du plan de mise en valeur des produits fermiers, artisanaux, du terroir	Mesures d'appui financier
	Concevoir et mettre en place, en collaboration avec les guichets régionaux, un programme d'appui au secteur de la fabrication des boissons alcooliques artisanales	Programme d'appui
	Développer une approche d'accompagnement destinée aux regroupements d'entreprises désirant obtenir une même appellation	Proposition d'une approche d'accompagnement soumise au Conseil des entrepreneurs et au Comité des partenaires

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 2 : Développement de la transformation alimentaire en région

2.3 : Prendre appui sur les coopératives

Faire des coopératives un levier du développement de la transformation alimentaire en région

Problématique : La formule coopérative est à l'origine de plusieurs succès de l'industrie agroalimentaire québécoise et dans plusieurs régions. Bien implantées dans leur milieu, elles peuvent aujourd'hui constituer une assise sur laquelle il est possible de compter pour dynamiser le développement de la transformation alimentaire en région.

En outre, peu de projets privilégient aujourd'hui cette structure d'entreprise pour se réaliser malgré qu'elle puisse constituer une avenue intéressante à la réalisation de projets régionaux de transformation ou de distribution alimentaire. Les possibilités qu'offre cette formule étant souvent méconnues, il devient difficile de permettre leur émergence dans les projets collectifs régionaux sans d'abord la faire connaître auprès des entrepreneurs et intervenants.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Promouvoir la formule coopérative	Développer une meilleure connaissance de la formule coopérative (fonctionnement, avantages, modes de financement, etc.) et sensibiliser les intervenants régionaux sur les possibilités et avantages de cette formule dans le développement de projets régionaux agroalimentaires	Atelier de formation aux conseillers en transformation alimentaire Document d'information diffusé
	Susciter et appuyer les projets des coopératives en transformation alimentaire	Connaître et diffuser l'offre de service gouvernementale disponible et offerte aux coopératives de transformation alimentaire Rencontrer les coopératives régionales pour identifier leurs besoins et projets en transformation alimentaire Accompagner les coopératives dans la réalisation de leurs projets de développement en transformation alimentaire

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 3 : Appui aux leaders de l'industrie

Appuyer l'émergence de leaders capables de concurrencer les entreprises nationales et internationales

Problématique : Dans le contexte d'élargissement des marchés que nous connaissons (i.e. internationalisation des entreprises et des marchés, expansion et redéfinition des différents réseaux de la distribution), les pressions sur l'industrie québécoise s'accroissent et entraînent une forte concurrence entre les transformateurs. Que ce soit pour être en mesure de concurrencer les entreprises internationales aux moyens considérables ou s'en démarquer, pour accéder au rang de leader ou consolider leur position à ce titre, les entreprises québécoises n'ont d'autres choix que de s'adapter et continuer de se développer. Elles doivent être innovantes et stratégiques, se concentrer sur les éléments leur procurant un avantage comparatif et disposer des leviers (développement, investissement, fusions, alliances, acquisitions, etc.) leur permettant de relever ces défis avec succès.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Fournir aux entreprises l'information stratégique permettant de développer des stratégies de positionnement et de croissance	Identifier les conditions de réussite des entreprises leaders	Rapport soumis au Conseil des entrepreneurs
	Réaliser une analyse de la problématique des marques nationales	Rapport soumis au Conseil des entrepreneurs
	Identifier des secteurs d'activité pouvant bénéficier de partenariats d'affaires ou d'investissements étrangers, en complémentarité avec les entreprises présentes au Québec	Rapport soumis au Conseil des entrepreneurs
Aider les entreprises québécoises à accéder au rang de leader ou à consolider leur position à ce titre	Définir une offre de service gouvernementale d'accompagnement spécialisé des leaders	Rapport descriptif de l'offre gouvernementale, soumis au Conseil des entrepreneurs et au Comité des partenaires
	Mettre en place un comité stratégique des partenaires pour appuyer les projets conquérants et assurer l'adéquation de l'offre gouvernementale	Comité constitué Nombre de projets et stratégies d'appui par an
	Organiser des rencontres stratégiques avec les décideurs des grands distributeurs	Nombre de rencontres par an Bilan des rencontres
	Appuyer la réalisation d'analyses stratégiques et d'études spécialisées permettant de renforcer les plans d'affaires et stratégies des entreprises	Nombre d'analyses stratégiques et d'études spécialisées par an

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 4 : Développement des exportations

Appuyer le développement des exportations comme vecteur de croissance de l'industrie

Problématique : Depuis plusieurs années déjà, les exportations de produits alimentaires enregistrent une progression plus importante que les ventes sur le marché intérieur. Cette croissance est cependant l'affaire d'un nombre limité d'entreprises, souvent parmi les plus grandes, et plusieurs entreprises tentent leur chance à l'exportation mais éprouvent toute sorte de difficultés à y demeurer présentes. Les données récentes montrent que plus de 400 entreprises ont des activités à l'exportation tandis que près de 200 autres seraient intéressées à le faire.

En outre, de nouveaux créneaux apparaissent à chaque jour et les produits prisés sont de plus en plus des produits transformés et à plus grande valeur ajoutée. Selon les experts de l'industrie, cette tendance ne saurait disparaître dans un avenir prévisible de sorte que les marchés d'exportation devraient s'avérer le principal vecteur de croissance pour bon nombre d'entreprises, dans la mesure où elles s'y sont bien préparées et sont appuyées pour faire face aux exigences et difficultés de l'exportation.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Offrir de façon intégrée l'ensemble des services et appuis à l'exportation accessibles aux entreprises québécoises	Renouveler l'entente MAPAQ / Groupe Export	Signature de l'entente
	Développer une offre de service complémentaire à celle des partenaires	Rapport d'analyse Proposition d'une offre de service
	Créer et coordonner des activités permettant de générer des occasions d'affaires entre les entreprises québécoises et les acheteurs, tant au Québec que sur les marchés ciblés	Nombre et nature des activités
Fournir à l'industrie une information ciblée, stratégique et utile à la prise de décision	Systematiser les activités de veille afin d'identifier les opportunités d'affaires sur les marchés internationaux	Plan des activités de veille Bilan des activités
	Analyser les outils de diffusion existants sur l'information de marchés et en tirer le meilleur profit	Rapport d'analyse Plan d'action
	Élaborer, en collaboration avec les partenaires, un calendrier annuel de l'ensemble des activités touchant l'exportation des produits alimentaires	Calendrier annuel
Positionner l'offre québécoise sur les marchés internationaux	Développer des outils de communication permettant de mettre en valeur l'offre québécoise sur les marchés hors-Québec	Liste des outils de communication et utilisations
	Coordonner et participer à des activités de «Branding» misant sur l'image de marque du Québec	Nombre et nature des activités

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

PLAN D'AFFAIRES 2005-2008



Priorité d'action 5 : Application des biotechnologies à la transformation alimentaire

Appuyer l'appropriation des biotechnologies alimentaires par les entreprises du secteur

Problématique : Surtout associées aux domaines médical et pharmaceutique, les biotechnologies font aussi des percées majeures dans le domaine de l'alimentation et peuvent constituer une avenue de développement intéressante pour le Québec. Or, à la lumière d'études et de groupes de travail menés au cours des dernières années, il ressort que :

- la dynamique de diffusion et de transfert entre les centres de recherches et les entreprises alimentaires est trop peu développée;
- les entreprises alimentaires, dans leurs opérations, devraient davantage évaluer les opportunités qu'offrent les biotechnologies dans le développement de leurs produits.

Objectifs	Actions	Principaux indicateurs
Accroître la diffusion et le transfert des innovations par les centres de recherche	Convenir d'ententes de partenariat avec les centres de recherche ayant pour objet le maillage ainsi que la coordination des efforts de diffusion et de transfert des connaissances	Nombre d'ententes de partenariat
	Réaliser et diffuser un inventaire des connaissances par regroupement (produits et technologies)	Inventaire
	Détecter, à l'étranger, les technologies prometteuses en vue de transferts et d'applications dans les entreprises québécoises	Nombre de rapports de veille par an
Accroître les partenariats chercheurs - entreprises visant le transfert des résultats de recherche	Mettre en place un système de courtage entre chercheurs institutionnels et entreprises permettant de mettre en commun les résultats de recherche	Système de courtage
	Développer un modèle de fonds d'amorçage régional en développement de biotechnologies	Proposition pour un fonds d'amorçage soumise au Conseil des entrepreneurs et au Comité des partenaires