

Politique nationale de la ruralité
2007-2014

Mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité



Ce document a été réalisé par la Direction du développement rural du ministère des Affaires municipales et des Régions (MAMR).

Ce document est accessible sur le site Web du ministère des Affaires municipales et des Régions :

www.mamr.gouv.qc.ca

ISBN 978-2-550-50460-3 (imprimé) (2^e édition, 31 juillet 2007)

ISBN 978-2-550-50461-0 (PDF) (2^e édition, 31 juillet 2007)

ISBN 978-2-550-50387-3 (imprimé) (1^{re} édition, 11 juillet 2007)

ISBN 9978-2-550-50388-0 (PDF) (1^{re} édition, 11 juillet 2007)

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2007

© Gouvernement du Québec, 2007



Table des matières

Mise en contexte	5
Description de la mesure	5
Les objectifs	5
La définition d'un produit de spécialité	5
Modalités de la mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité	7
La demande de soutien financier	8
Les dépenses admissibles	9
Les restrictions	9
Demandes d'information et dépôt d'une demande d'aide	10
Formulaire de demande d'aide	11



Mise en contexte

Afin de soutenir la création d'activités nouvelles en territoire rural grâce à des projets liés aux ressources, aux savoirs, aux savoir-faire et aux capacités d'innovation des promoteurs ruraux, le ministère des Affaires municipales et des Régions, par l'intermédiaire de la Politique nationale de la ruralité, met à la disposition des milieux ruraux une mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité pour une période de sept ans. Cette mesure d'aide financière sert à appuyer des microprojets relevant du secteur bioalimentaire et des domaines des produits forestiers non ligneux et de la forêt, de la culture et du patrimoine et des produits artisans.

Description de la mesure

Les objectifs

La mesure offre à des promoteurs un appui financier pour stimuler le développement de nouveaux produits de spécialité de façon à :

- soutenir l'occupation dynamique et durable de notre territoire et la diversification de l'économie des collectivités rurales ;
- faire appel aux savoirs, aux savoir-faire et aux capacités d'innovation des promoteurs et des artisans ruraux.

Elle poursuit aussi comme objectif de stimuler la création de produits innovants dans toutes les régions du Québec couvertes par la Politique nationale de la ruralité. À cet égard, une cible minimale est fixée à 32 projets par région administrative et à 480 projets pour l'ensemble du Québec rural, et ce, pour les sept ans d'application de la Politique, ce qui correspond à une moyenne de 70 projets par année. L'enveloppe budgétaire totale affectée à cette fin est de 12 millions de dollars. Le budget annuel passera de 1 125 000 \$ en 2007, à 1 500 000 \$ en 2008 et à 1 875 000 \$ par année pour les cinq dernières années de la politique.

La définition d'un produit de spécialité

Les produits de spécialité visés par la mesure répondent à certains critères. Il s'agit de produits :

- nouveaux, fabriqués en milieu rural, tirés de la tradition ou non, et favorisant le maintien, la consolidation ou la création d'activités économiques et culturelles et d'emplois ;
- dont les activités de production s'effectuent sur le territoire de la Politique nationale de la ruralité ;

- qui démontrent un potentiel certain de rentabilité ;
- dont l'originalité dépasse la simple reproduction de produits existants, et couvrant un créneau de marché particulier ;
- liés à l'utilisation de matières premières, d'ingrédients ou de ressources humaines et de savoir-faire provenant des communautés rurales et régionales environnantes ;
- qui respectent la pérennité des ressources utilisées en répondant aux principes d'un développement durable ;
- destinés à diverses utilisations : alimentaires, cosmétiques (hygiène et beauté), en santé (produits nutraceutiques, aliments fonctionnels), ornementales et en décoration, et utilités variées ;
- qui répondent aux règles et normes de leur secteur d'activité.

Par ailleurs, la mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité n'a pas été mise en place pour que ces derniers fassent ombrage indûment aux produits déjà sur le marché. Le remplacement de produits importés par des produits de spécialité peut toutefois être visé. Dans cette logique, une attention particulière sera accordée aux créneaux de marché ciblés pour chaque nouveau produit.

La mesure s'adresse à trois types de produits ou de production : ceux du secteur bioalimentaire, ceux provenant du milieu forestier et, enfin, ceux provenant du milieu de la culture. Une définition propre à chacun d'entre eux est présentée ci-après.

Un produit bioalimentaire de spécialité est issu de produits agricoles, marins ou d'eau douce, principalement des produits locaux ou régionaux. Il peut servir en alimentation ou à des usages non alimentaires (soins personnels ou autres) et possède un caractère particulier. Cette caractéristique peut résulter soit de la nouveauté ou du goût spécifique du constituant principal, soit d'une provenance territoriale, ou encore, découler d'une transformation innovante, différente ou traditionnelle, rehaussant la valeur du produit de base.

Les nouveaux produits ayant une valeur fonctionnelle intrinsèque peuvent être considérés comme produits de spécialité. Cependant, la valeur ajoutée aux produits issus d'une manipulation génétique (OGM), ou de l'ajout d'un ingrédient fonctionnel incorporé à une recette – comme lors de la transformation alimentaire afin d'en obtenir un aliment fonctionnel –, n'est pas reconnue comme élément amenant une spécialité.

Un produit tiré de la foresterie est un produit, ligneux ou non, provenant d'un milieu forestier, utilisé à des fins autres que le bois d'œuvre, les produits des pâtes, des papiers et des cartons et le bois de chauffage.



Un produit forestier non ligneux est un bien d'origine biologique autre que le bois provenant des forêts, de terrains boisés ou d'arbres hors forêt, et ayant une valeur économique. Il peut être classé selon quatre catégories :

- les produits de l'alimentation ;
- les produits ornementaux ;
- les produits pharmaceutiques et nutraceutiques ;
- les produits manufacturés et les matériaux.

Un produit culturel, artisanal ou patrimonial est un bien de consommation, utilitaire ou esthétique, dont la nature et le mode de fabrication le prédestinent à une forme de reproduction, de commercialisation et de rentabilité économique. Il véhicule des idées, des valeurs symboliques et des modes de vie contribuant à forger et à diffuser l'identité collective de son lieu de production. Nécessairement innovant, inspiré du passé ou du présent, un produit culturel admissible puise à même les ressources, savoirs, savoir-faire, traditions orales, l'histoire, le patrimoine bâti et les paysages issus de son territoire d'appartenance.

En revanche, un produit culturel exclut l'œuvre d'art, dont la création, la production et la diffusion sont généralement admissibles à un soutien financier du Conseil des arts et des lettres du Québec. Il exclut aussi un service culturel qui regroupe notamment les manifestations culturelles (festivals, événements, pièces de théâtre, spectacles de musique, de danse ou d'humour, etc.), les industries culturelles (cinéma, audiovisuel, édition, etc.) et les activités se déroulant dans des lieux de diffusion de la culture (bibliothèques, musées, centres d'archives, salles de spectacles, etc.).

Modalités de la mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité

Cette mesure, sous la responsabilité budgétaire de la ministre des Affaires municipales et des Régions (MAMR), est gérée par les directions régionales du MAMR, et ces dernières en assurent le suivi administratif et d'accompagnement auprès des promoteurs de produits. D'une durée de sept ans, la mesure s'applique du 1^{er} avril 2007 au 31 mars 2014.

L'analyse des demandes est effectuée en collaboration avec les bureaux régionaux des ministères concernés, soit le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le ministère des Ressources naturelles et de la Faune (MRNF) et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec (MCCCF).

L'aide financière est allouée sous forme de subventions pouvant atteindre 25 000 \$ par projet. Elle ne peut toutefois remplacer un programme gouvernemental existant.

Une seule subvention peut être octroyée par produit, et aucune entreprise ne peut obtenir plus de 75 000 \$ d'aide pendant la durée des sept années de la mesure.



Pour être admissibles à cette mesure, les entreprises, les coopératives et leurs filiales doivent avoir un chiffre d'affaires annuel inférieur à 5 000 000 \$.

Le cumul des aides des gouvernements du Québec et du Canada ne peut excéder les deux tiers du coût total du projet.

Les modalités de versement des aides sont déterminées par un protocole d'entente entre la ministre du MAMR et les promoteurs.

Les promoteurs sont informés des résultats des analyses de leurs projets par les directions régionales du MAMR de leurs régions respectives.

La subvention leur est versée en deux tranches, selon le montant qui leur est accordé :

- La première tranche, à la suite de la signature d'un protocole d'entente avec les promoteurs.
- La seconde tranche, lorsque le produit visé est mis en marché, ce qui doit se faire au plus tard 12 mois après la signature du protocole d'entente.

Les promoteurs suivants sont admissibles :

- Un organisme sans but lucratif (OSBL) incorporé, une coopérative non financière
- Une entreprise d'économie sociale incorporée comme OSBL ou comme coopérative
- Une entreprise privée incorporée
- Un entrepreneur privé, un travailleur autonome

La demande de soutien financier

Un demandeur doit faire parvenir au bureau de la direction régionale du MAMR de sa région un formulaire dûment rempli accompagné des documents y afférents (voir à la fin de la présente publication). Un dossier de demande d'aide doit inclure :

- Les informations sur le promoteur
- La description du produit
- Les aspects qui démontrent la nouveauté du produit
- Son mode de production incluant les intrants et leur provenance
- Le marché visé ainsi que le potentiel de vente du produit
- Un plan de financement démontrant la rentabilité du produit



Les dépenses admissibles

Essentiellement, trois types de dépenses peuvent être pris en compte pour les nouveaux produits de spécialité :

- La mise au point du produit, ce qui inclut sa finalisation technique, sa présentation, son emballage, etc.
- La mise en production : équipements, procédés, intrants, etc.
- La mise en marché : marketing, distribution, etc.

Plus précisément, les dépenses suivantes sont considérées :

- Les traitements et les salaires des employés, stagiaires et autres personnes engagées, incluant les charges sociales de l'employeur et les avantages sociaux ;
- Les coûts d'honoraires professionnels ;
- L'acquisition de technologies, de logiciels ou progiciels, de brevets, et toute autre dépense de même nature ou s'y rapportant ;
- Les dépenses liées à la mise en marché du produit et à sa distribution ;
- Les dépenses en immobilisation et les achats d'équipement ;
- Les matières premières utilisées pour la fabrication du produit ;
- Les autres coûts inhérents à la réalisation des activités de soutien technique au développement du produit de spécialité en question.

Les restrictions

L'aide financière consentie ne peut servir au financement de la dette, au remboursement d'emprunts à venir ou au financement d'un projet déjà réalisé. L'acquisition de terrains est également exclue des dépenses admissibles. Les dépenses en matière d'immobilisation, d'achat d'équipements, d'acquisition de technologies, de logiciels, de progiciels ou de brevets doivent être diminuées de la valeur résiduelle du bien ou du produit au terme du projet.

L'aide ne peut porter sur un produit déjà terminé et, par conséquent, vise uniquement les nouveaux produits qui ne sont pas encore sur le marché.

Les duplicatas ou copies de produits existants au Québec ne sont pas considérés.

Dans cette perspective, un avis est demandé au ministère ou à l'organisme gouvernemental concerné par le type de produit, en vue d'évaluer et de démontrer la spécificité de ce dernier, sa nouveauté, sa fiabilité et son potentiel de marché.



Demandes d'information et dépôt d'une demande d'aide

Toutes les demandes d'information touchant la mesure pour stimuler le développement de produits de spécialité doivent être adressées par le promoteur à la direction régionale du MAMR de sa région. On peut obtenir les coordonnées des directions régionales à l'adresse Web suivante : www.mamr.gouv.qc.ca, sous la rubrique « Ministère »; ou par téléphone au 418 691-2019.

Le dépôt du formulaire de demande d'aide par le promoteur doit être fait au bureau de la direction régionale du MAMR de sa région. À la suite de ce dépôt, lorsque le projet est jugé complet, un avis est demandé auprès de la direction régionale de l'un des trois ministères – c'est-à-dire auprès de celui le plus concerné par le projet –, soit le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec (MCCCF) ou le ministère des Ressources naturelles et de la Faune (MRNF).

La direction régionale du MAMR de la région concernée doit fournir une réponse à la demande du promoteur dans les deux mois suivant le dépôt d'un dossier complet de son projet.

Le dépôt des formulaires de demande d'aide par le promoteur doit être fait au bureau de la direction régionale du MAMR de sa région. Pour connaître les adresses des directions régionales du MAMR, veuillez visiter le site Web du ministère au www.mamr.gouv.qc.ca, sous la rubrique « Ministère », ou téléphonez au 418 691-2019.

Ministère des Affaires municipales et des Régions

Section 3 – NATURE DU PRODUIT (description du produit fabriqué, sa nature, son appellation, les intrants, leur provenance, leur pérennité, etc.)

Section 4 – LE MARCHÉ VISÉ (description du marché, clientèle actuelle ou visée, approche de mise en marché, stratégie marketing, étude de marché, mode de distribution, vendeurs, etc.)

Demande potentielle

Marché visé

Produits concurrentiels ou équivalents

Stratégie de mise en marché

Section 5 – FAISABILITÉ DU PROJET SOUMIS

Matières premières utilisées (provenance, coûts, disponibilité, transport)

Technologies utilisées (brevets, accords industriels, technologie propre, etc.)

Immeubles et équipements requis (description sommaire)

Main-d'œuvre requise

Section 6 – RENTABILITÉ DU PROJET

Dépenses de capital (coûts des bâtiments, équipements, outils et matériel roulant requis)

Frais fixes, frais variables et point mort (chiffre d'affaires pour couvrir les frais de production)

Entreprise existante : fournir les états financiers de l'exercice précédent en annexe			
Plan financier relié au produit			
■ Coût du projet		■ Financement du projet	
Immobilisations ou améliorations locatives	\$	Fonds de roulement	\$
Équipements	\$	Mise de fonds	\$
Main-d'œuvre	\$	Prêts à court terme	\$
Technologies	\$	Prêts à long terme	\$
Financement	\$	Subventions	\$
Autres	\$	Autres	\$
Total	\$	Total	\$
SECTION 7 – MONTANT D'AIDE DEMANDÉ DANS LE CADRE DE LA MESURE POUR STIMULER LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS DE SPÉCIALITÉ			

Signature du promoteur : _____

Date : _____

