

**NOUVEAU!**

# PROGRAMME D'ACCÈS AUX MARCHÉS

*Pour les entreprises  
de transformation alimentaire*

Lynn Bourassa  
Conseillère en transformation alimentaire  
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec  
Direction régionale de la Montérégie  
22 mars 2018

**ENSEMBLE** >   
*on fait avancer le Québec*

**Cultivons l'avenir 2**  
Une initiative fédérale-provinciale-territoriale

**Canada** 

**Québec** 

**ENSEMBLE** >   
*on fait avancer le Québec*

**Québec** 

# OBJECTIFS DU PAM

Faciliter l'accès aux réseaux de distribution alimentaire sur les marchés québécois.



Plus particulièrement :

- Accroître la présence des produits québécois au sein de divers réseaux de distribution alimentaire – hôtellerie, restauration, institutions (HRI) et commerces de détail;
- Favoriser la diversification des marchés québécois pour les entreprises;
- Renforcer la compétence des entreprises en matière de commercialisation

# CLIENTÈLE ADMISSIBLE

Les entreprises ou les coopératives de **transformation alimentaire** et les entreprises d'embouteillage d'eau vendue pour consommation humaine:

- Elles sont immatriculées au **Registre des entreprises** du Québec;
- Elles **commercialisent** depuis au moins un an des aliments transformés au Québec généralement destinés de façon notable et récurrente au **marché de gros** auprès d'entreprises **non apparentées**;
- Elles génèrent un chiffre d'affaires de **50 millions de dollars ou moins**;
- Inclut les entreprises dont la transformation d'*aliments* a été confiée **en sous-traitance** à un établissement situé au Québec;

# AIDE FINANCIÈRE



- Budget : 1,75 M\$ pour 2017-2019
- Total des dépenses admissibles doit être supérieur à 10 000 \$
- L'aide peut atteindre 50% des dépenses admissibles
- Aide maximale de 50 000 \$ par entreprise pour la durée du programme (2017-2019)
- Le cumul de l'aide financière gouvernementale ne peut dépasser 75 % du coût total d'un projet



# CONDITION: PLAN DE COMMERCIALISATION

- Les projets doivent s'inscrire dans un plan de commercialisation récent (moins de 3 ans)
- Les plans financés par le programme Levier sont admissibles
- Le développement d'un plan de commercialisation est admissible à Levier



Action à mener	Quand	Qui	Combien	Effet attendu	Action corrective	Résultats

# PLAN DE COMMERCIALISATION<sup>(1)</sup>

1. Entreprise et produits;
2. Produits à commercialiser et marchés ciblés;
3. Étude de marché;
4. Commercialisation;
5. Projets de commercialisation;
6. Ressources disponibles;
7. Échéancier et tableau de bord.

(1) Consulter le détail dans l'annexe du texte du programme.

# PROJETS ADMISSIBLES

Le PAM financera les activités destinées à provoquer des occasions de ventes et à favoriser la création de liens d'affaires directs, **notamment** avec les acheteurs professionnels.



# PROJETS ADMISSIBLES (SUITE)

Les projets doivent porter sur :



- L'accès à un nouveau **marché** (ex.: une entreprise présente dans le marché du détail qui souhaite percer le marché de la restauration).
- L'accès à un nouveau segment de marché (ex.: une entreprise présente dans une chaîne de détaillants et qui souhaite accéder à une autre chaîne de détaillants).
- L'élargissement des ventes d'un niveau régional à un niveau provincial (ex.: une entreprise commercialisant dans quelques points de ventes au détail dans sa région et qui souhaite intégrer tout le réseau québécois du même détaillant).

# ACTIVITÉS ADMISSIBLES

Les projets peuvent inclure les activités suivantes:

- Conception de matériel promotionnel, notamment pour les démonstrations aux points de vente;
- Activités de dégustation;
- Élaboration d'une stratégie de promotion numérique ou de référencement sur Internet;
- Intégration des produits de l'entreprise à des plateformes Web de commercialisation;
- Adaptation/conception d'étiquetage ou d'emballage pour accéder à un nouveau marché;



# ACTIVITÉS ADMISSIBLES (SUITE)

- Services d'un expert en commercialisation ou en marketing dont le mandat est lié aux activités du ou des projets faisant partie du plan de commercialisation de l'entreprise, notamment pour de l'accompagnement;
- Participation à un événement commercial destiné à des acheteurs professionnels (p. ex. salon d'affaires);
- Inscription de produits à des registres nationaux de communications commerciales exigés par l'industrie (p. ex. GS1, GDSN, etc.);
- Toute autre activité jugée pertinente.



# ÉVALUATION DE LA DEMANDE

## Capacité de réalisation



- Faisabilité technico-économique selon la capacité de l'entreprise
- Viabilité de l'entreprise et capacité de gestion technique / financière

## Qualité et pertinence du plan de commercialisation



- Analyse des besoins de la clientèle ciblée
- Analyse du positionnement de l'entreprise au sein du marché ciblé

## Qualité du ou des projets



- Pertinence des activités proposées pour atteindre les objectifs du plan de commercialisation
- Retombées du ou des projets

# LIVRAISON DU PROGRAMME

- En continu
- Collaboration à l'interne SMDRDD / SMTAM
- Dépôt des demandes d'aide financière au conseiller en transformation alimentaire de votre région
- La documentation est disponible sur le site du MAPAQ sous [Programme d'accès aux marchés](#) :
  - Liste des conseillers en transformation alimentaire
  - Texte du programme et formulaire d'inscription
  - Modèle de plan de commercialisation

# Merci de votre attention!

## Questions?

