

L'exportation:

RENCONTRE AVEC DES ATTACHÉS COMMERCIAUX AGROALIMENTAIRES

>> Par Lise Gallant avec la collaboration de Julie Rochon | Plusieurs entrepreneurs agroalimentaires québécois sont animés par la perspective d'exporter leurs produits à l'extérieur des frontières de la province. En réalité, ce rêve ne se concrétisera que pour certains d'entre eux. En effet, les multiples défis que présente l'exportation exigent non seulement une solide préparation avant de se lancer mais aussi, et surtout, une connaissance pointue des marchés étrangers.

Des attachés commerciaux spécialisés dans le secteur agroalimentaire étaient de passage à Montréal en septembre dernier. Faits saillants d'une rencontre fort enrichissante.



> M^{me} Joan Kimball (Chicago), M^{me} Melissa Isom (Los Angeles), M^{me} Victoria L. Daniloff (Boston) et M. Jonathan Becker (New York)

représentation sur la côte est américaine s'explique notamment par la proximité géographique, un facteur qui influence la compétitivité lorsqu'il s'agit d'exportation. De fait, plus courtes sont les distances à parcourir pour livrer la marchandise, moins élevés sont les coûts de transport. Cela permet ainsi aux entreprises québécoises d'offrir leurs produits à des prix pouvant se comparer à ceux du marché qu'elles veulent conquérir.

nourriture chinoise est culturellement considérée «bas de gamme» ou «fast food»; elle ne pourrait donc passer au rang des mets exotiques et recherchés, une dichotomie importante qui ne serait pas apparue sans les précieux conseils d'un attaché.

ILS SONT RECHERCHÉS, NOS PRODUITS QUÉBÉCOIS!

C'est avec beaucoup de passion que les attachés commerciaux parlent de l'engouement qu'ont les autres pays pour les produits québécois. Selon eux, les produits d'ici se distinguent par leur caractère novateur. Le Québec a une étonnante capacité à innover en recréant un produit à partir de ce qui est ancien (make something old new again, comme on dit au sud de la frontière!), une tendance actuellement populaire dans le monde agroalimentaire. Ce phénomène explique la forte demande pour nos produits fins et biologiques: fromages, produits de l'érable, foie gras, produits dérivés de la pomme, bleuets ne sont que quelques exemples de produits qui font la joie des gourmets étrangers.

Il est intéressant de souligner que les entreprises exportatrices québécoises sont très performantes dans le domaine des marques de distributeurs aux États-Unis. D'ailleurs, selon nos experts en commerce international, utiliser une marque de distributeur peut constituer une stratégie efficace pour percer le marché américain, même si, à première vue, il paraît paradoxal d'exporter sans référence à l'identité de l'entreprise. Ce

Vous le savez peut-être, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) compte des conseillers à l'extérieur des frontières du Québec. Ces professionnels, plus précisément des attachés commerciaux agroalimentaires, conseillent et aident les entreprises québécoises à percer les marchés étrangers. Parmi eux, quatre sont affectés aux États-Unis, un, au Japon et, enfin, un se consacre au développement du marché ontarien. Historiquement, et pour des raisons de compétitivité, la majeure partie des efforts est concentrée au développement du marché de l'exportation vers les États-Unis. En 2005, plus de 60 % des biens de consommation agroalimentaire exportés furent destinés à nos voisins du Sud.

Aux États-Unis, nos attachés commerciaux sont basés dans quatre centres stratégiques: New-York, Boston, Los Angeles et Chicago, d'importants pôles pour les marchés de la transformation et de la distribution agroalimentaire. La forte

DES ATTACHÉS DE BON CONSEIL

Les attachés commerciaux du MAPAQ sont tous originaires des endroits qu'ils représentent. Ils connaissent bien les valeurs véhiculées par la culture d'affaires des milieux où ils exercent et sont à même de partager avec les entreprises désireuses d'exporter des renseignements pertinents et des trucs qui pourraient les aider à mieux réussir leur démarche.

Bien que les Québécois et les Canadiens aient de nombreuses affinités culturelles avec les Américains, lorsqu'il s'agit d'affaires, les attachés commerciaux s'entendent pour dire que c'est avec certaines précautions et une bonne connaissance de la dite «culture d'affaires» qu'il faut procéder.

Un exemple: récemment, une entreprise québécoise voulant exporter sa fondue chinoise s'est vue déconseiller de viser le marché des États-Unis avec une telle appellation pour son produit. Pourquoi? Chez le consommateur américain, la

Quoi de neuf au MAPAQ

APPELLATIONS RÉSERVÉES UN PROGRAMME D'APPUI EST MAINTENANT OFFERT



Les entreprises ou les groupes d'entreprises agricoles ou agroalimentaires qui souhaitent faire réserver une appellation pour mettre en valeur un produit peuvent maintenant obtenir une aide financière du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

L'aide financière du Programme d'appui au développement des appellations réservées touche toutes les étapes de la démarche, de la réalisation d'une étude de faisabilité en passant par l'élaboration d'un cahier des charges et d'outils de contrôle pour se terminer avec la promotion d'une appellation réservée.

Rappelons que l'appellation réservée, comme son nom l'indique, est un mot ou une expression dont l'utilisation est réservée à un produit en particulier qui fait l'objet d'une certification. Il existe trois types d'appellations réservées: attestation de la région de production, attestation de spécificité et attestation du mode de production.

Depuis l'adoption de la nouvelle Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants et le lancement du programme d'appui, plusieurs entreprises se sont montrées intéressées par la démarche. L'avantage d'obtenir une telle certification? Une fois réservée, l'appellation est valide et protégée sur l'ensemble du territoire du Québec, ce qui confirme le caractère distinctif du produit tout en garantissant son authenticité aux consommateurs.

Le MAPAQ encourage toutes les entreprises intéressées à présenter une demande d'aide leur permettant de réaliser une étude portant sur la faisabilité économique et l'opportunité d'une nouvelle appellation réservée. Cette démarche permettra au client de valider son intérêt et sa capacité à aller de l'avant.

Pour plus d'information, visitez le www.carrefouralimentaire.com et cliquez sur Programmes.

GASPÉSIE ET ÎLES-DE-LA-MADELEINE: INJECTION DE 2,5 MILLIONS DE DOLLARS DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE

Cinq partenaires québécois s'unissent pour soutenir les projets de développement et de diversification des entreprises agroalimentaires de la Gaspésie et des

Îles-de-la-Madeleine. Ensemble, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, le ministère des Affaires municipales et des Régions, le ministère du Tourisme ainsi que la Conférence des élus de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine ont annoncé une entente de 2 540 000 \$.

Les mesures prévues grâce à cette somme contribueront au développement et à la diversification des entreprises agroalimentaires de la région. Elles constitueront un levier économique nécessaire à la mise en œuvre de la planification stratégique en complément aux programmes existants.

Sur la photo M^{me} Nathalie Normandeau, M. Alexis Bourdages et M. Yvon Vallières. Crédit photo: M.Frédéric Bélanger



type d'exportation permet de valider l'intérêt des consommateurs pour le produit dans un nouveau marché tout en préservant l'anonymat de l'entreprise et, ainsi, protéger les acquis déjà obtenus auprès d'autres bassins de consommateurs.

L'EXPORTATION VOUS INTÉRESSE?

Si l'exportation vous intéresse, sachez que vous pouvez recourir aux services du MAPAQ dès vos toutes premières démarches d'exploration. En premier lieu, des conseillers des bureaux du Québec vous aideront à répondre à quelques questions essentielles: Devriez-vous aller de l'avant? Quand? Où? Comment?

Le MAPAQ dispose d'études et de statistiques qui permettent de donner l'heure juste au sujet des différents marchés et de la réalité comportementale des consommateurs. Les services conseils et les renseignements fournis par les

conseillers vous guideront et vous permettront de vous positionner avantageusement.

Si vous décidez de plonger, vous serez alors mis en contact avec l'attaché commercial qui convient à votre projet. Pour vous soutenir dans votre démarche, cet attaché pourra alors vous offrir différents services, comme:

- > vous **présenter** les diverses stratégies de marchés;
- > **évaluer** le potentiel de la demande pour vos produits;
- > **partager** avec vous l'ABC de sa culture d'affaires;
- > vous **guider** dans les diverses étapes administratives (financement, transport, douanes,...);
- > vous **aider** à élaborer votre plan stratégique;
- > vous **faire rencontrer** des personnes clés dans le milieu.

Le succès de votre démarche d'exportation étant la source de motivation des attachés et des conseillers, ceux-ci mettent tout en œuvre pour vous aider à atteindre vos objectifs. Et, outre leur savoir-faire, ils mettent à votre disposition des bureaux qui vous permettront de rencontrer vos partenaires. Voilà un coup de pouce fort apprécié!

Ce qu'on retient? Ne plongez jamais seul dans une aventure d'exportation. Des spécialistes sont là pour vous aider. Pour communiquer avec un conseiller du MAPAQ: 418-380-2202 ou 514-873-4147. ■

En collaboration avec:

Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec