

## S'établir en horticulture... Le marché!

**André Carrier, agronome, M.Sc.**  
**Conseiller régional en horticulture**

En règle générale, la mise en marché des produits horticoles est sous la responsabilité du producteur. Il y a très peu d'organisations qui s'occupent de la vente comme telle. Puisque les revenus proviennent de la vente des produits, tout doit être mis en oeuvre pour aller chercher les meilleurs profits! Mais avant de se lancer dans une production en particulier, il y a une bonne réflexion à faire.

Tout d'abord, une des questions les plus souvent demandées est: «que puis-je produire pour que ce soit payant?» Il n'est pas évident de répondre à cela. La gamme des produits horticoles est très vaste: fruits (fraise, framboise, bleuets, pomme, etc.), légumes (carotte, laitue, oignon, etc.), fleurs (annuelles, coupées, potées fleuries, etc.), plantes de pépinière (arbres, arbustes, vivaces, etc.), sans oublier le gazon et la pomme de terre! Les produits peuvent être vendus frais, semi-transformés ou transformés. Il faut donc se renseigner adéquatement sur le **contexte commercial** des diverses productions. Divers intervenants peuvent vous aider en ce sens comme les conseillers du MAPAQ, les professionnels des organisations spécialisées, d'autres producteurs, etc. N'hésitez surtout pas à les consulter.

Le milieu horticole en est un où la compétition est habituellement élevée et plusieurs facteurs influencent les prix payés au producteur. Depuis quelques années déjà, on observe une forte tendance vers 2 types d'entreprises pour 2 types de marché. La petite entreprise diversifiée qui vend directement au consommateur (autocueillette, kiosque, marché public) et l'entreprise spécialisée qui vend pour le «marché de masse» à des acheteurs à fort volume (chaînes d'alimentation). L'entreprise de taille moyenne est souvent dans un dilemme: trop grosse pour vendre tout au détail et trop petite pour les acheteurs du marché de masse. Les épicerie locales peuvent être une possibilité mais elles sont limitées dans leurs achats locaux par une politique de fidélité à la chaîne.

Les futurs horticulteurs et horticultrices devraient faire le test des **5 «P» du marketing**:

- le **positionnement** de l'entreprise et de ses produits;
- son ou ses **produits**;
- les **prix** de vente et de revient;
- la ou les **places** où ils seront distribués;
- la **promotion** qu'il faudra faire.

Cet exercice vous forcera à aller plus loin dans la réflexion, car chaque «P» est plein de sous-questions importantes. Comme on apprend souvent de ses propres erreurs et de celles des autres, voici quelques exemples qui se sont produits très souvent et qu'il vaut mieux ne pas répéter:

- penser à produire ce qu'on aime sans trop se demander si le consommateur aimera;
- se lancer dans une production où il y a déjà des surplus qui font baisser les prix;
- se lancer dans quelque chose d'original mais pour lequel il manque des maillons importants comme par exemple, des usines de conditionnement ou de transformation;
- se lancer dans une ou des productions qui sont à la limite de pouvoir être produites par rapport au site et au climat qui y prévaut;
- démarrer une production sans s'occuper de trouver des débouchés et en chercher seulement lorsque la récolte est prête;
- choisir des productions qui demandent un niveau élevé d'expertise que l'on n'a pas encore atteint (ex.: productions en serre);
- produire trop pour le marché local et essayer de vendre les surplus en baissant les prix, sans s'occuper de trouver d'autres débouchés.

Toutes ces situations sont regrettables. Il y aura probablement un marché pour vos produits si vous travaillez bien et que vous établissez une bonne réputation. Un marché prend des années à se développer; c'est un peu comme un enfant qui grandit! Il faut y consacrer du temps; cela n'arrive pas instantanément.

En terminant, disons qu'une tendance se dessine depuis quelques années: **les producteurs doivent se rapprocher des consommateurs**. En ce sens, la vente directe au consommateur d'une gamme de produits intéressants apparaît de plus en plus comme la solution à privilégier. Cela peut se faire à la ferme, sous forme d'autocueillette ou en kiosque, au marché public ou à des endroits bien situés et achalandés.

Bonne réflexion!

Marchecac.doc  
680 mots  
2007-06-07