**1.0 Sommaire exécutif**

**Résumé de la description de l’entreprise**

Les parents et les responsables de services de garde sont toujours à la recherche de collations pratiques et saines qu’ils peuvent offrir aux enfants en toute confiance. Aliments Nutridélice propose de délicieuses barres granola de grande qualité en quatre saveurs, produites au Canada à partir d’ingrédients cultivés en Saskatchewan. Aliments Nutridélice continue de cibler le marché de la Saskatchewan, à proximité de Battleford Nord.

Aliments Nutridélice est une compagnie constituée en personne morale, détenue par deux actionnaires, Anna et Ivan Dembinski. Ils travaillaient dans l’entreprise à temps partiel depuis deux ans, mais ont pris la décision d’y travailler à temps plein et d’élargir la part de marché de leurs produits.

**Résumé de l’étude de marché**

L’industrie de la production et de la transformation des aliments est la plus importante au Canada et une croissance est observée dans les petites installations manufacturières des régions rurales, dans tout le pays. Bien que le segment du sucre et des confiseries soit petit, il représente un excellent potentiel de croissance, les parents recherchant des collations santé pour leurs enfants et appréciant plus particulièrement celles qui contiennent des fruits et des céréales entières, ainsi que des sucres naturels. Agriculture et Agroalimentaire Canada rapporte que les parents achètent de plus en plus de produits « bons pour la santé » et naturellement sains pour leurs enfants, afin de les aider à maintenir une bonne hygiène de vie. Le même rapport indique que, depuis 2010, les ventes mondiales de ces produits ont atteint 160,3 milliards de dollars US, affichant une croissance 4,4 p. cent, par rapport à 2009. Cette tendance en faveur d’une saine alimentation va au-delà des ingrédients : il importe, pour les consommateurs de savoir comment les aliments sont préparés. Ce virage s’aligne sur l’engouement pour les aliments locaux, observé dans toute l’industrie du commerce de détail, lequel incite les entreprises à produire des aliments sains à partir de produits agricoles cultivés à proximité, suivant un processus clairement défini de la ferme à la table.

**Résumé de la stratégie de marketing**

La principale stratégie d’Aliments Nutridélice est de cibler directement les propriétaires et les responsables des achats des supermarchés indépendants, plus particulièrement ceux des magasins d’alimentation spécialisés du sud de l’Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. Pour ce faire, des appels seront effectués auprès des membres du réseau d’Anna Dembinski, lesquels seront suivis par la présentation des produits en personne. La stratégie secondaire consiste à mieux faire connaître Aliments Nutridélice, au moyen d’une participation dans les expositions commerciales, et d’élargir son réseau en ajoutant de nouveaux détaillants. L’objectif à long terme est de vendre les produits dans une chaîne nationale de supermarchés. Aliments Nutridélice reconnaît toutefois qu’elle doit assurer sa notoriété dans les régions avant de réussir à atteindre ce but.

Aliments Nutridélice sera située au 9808, avenue Thatcher, S0M 0E0, Battleford Nord, Saskatchewan. En raison des nombreuses exigences réglementaires de l’industrie, les propriétaires d’Aliments Nutridélice ont retenu les services d’un avocat et du Centre alimentaire de la Saskatchewan, qui les aideront à se conformer aux différents règlements et à rationaliser leur production. Pour fabriquer ses barres de fruits et de céréales, Aliments Nutridélice a formé des partenariats stratégiques avec des agriculteurs locaux qui leur procureront les ingrédients nécessaires.

**Résumé des finances**

Pour mettre l’entreprise sur pied, 35 000 $ seront nécessaires. Une portion de 14 000 $ sera investie par les propriétaires, à partir des produits de la vente des deux dernières années et Futurpreneur Canada fournira le reste du financement. Pendant la première année d’exploitation, Aliments Nutridélice anticipe un chiffre d’affaires de 78 000 $ et des dépenses de l’ordre de 32 000 $. À la fin de la deuxième année, Aliments Nutridélice prévoit que son chiffre d’affaires augmentera de 3 p. cent, pour atteindre à peine un peu plus de 80 000 $, et que ses coûts passeront à 39 000 $.

**2.0 Profil de l’entreprise**

**Aperçu de l’entreprise**

Aliments Nutridélice produit des collations santé pour les enfants, lesquelles sont fabriquées au Canada, à l’aide d’ingrédients locaux. Aliments Nutridélice a été créée le 2 juin 2012.

Aliments Nutridélice est une entreprise de production et de transformation alimentaire. Elle fournit aux parents des barres granola de qualité, dont les caractéristiques comprennent une longue durée de conservation, associée à des fruits et des céréales de provenance locale, sans additif chimique.

Aliments Nutridélice est une entreprise de produits qui fabrique une gamme de barres aux céréales et aux fruits vendues en boîtes de six. Les saveurs comprennent :

* Délice maison – flocons d’avoine, miel et amélanches
* Trois baies – cerises, bleuets, amélanches, miel, flocons d’avoine et de blé
* Super fruité – camerises, noix de noyer noir, quinoa et flocons d’avoine
* Douceur naturelle – brisures de chocolat noir, cerises, miel et flocons de blé

**Historique de l’entreprise**

Au cours des deux dernières années, Anna et Ivan Dembinski ont travaillé à temps partiel au sein de leur entreprise, Aliments Nutridélice. Pendant ce temps, ils ont perfectionné leurs recettes et vendu leurs barres dans les marchés fermiers locaux de Battleford Nord, de Lloydminster et de Saskatoon. Pour mettre au point les quatre recettes de barres qu’elle propose actuellement, Aliments Nutridélice a tenu compte des commentaires des clients, du goût, de la disponibilité des ingrédients et de la durée de conservation des produits.

Après avoir vendu directement ses produits dans les marchés fermiers saisonniers, Aliments Nutridélice reçoit maintenant des commandes de produits en gros de quatre coopératives alimentaires. Cette situation fait en sorte que leur marché s’étend à l’extérieur de la Saskatchewan, une coopérative alimentaire de Brandon, au Manitoba, étant une fidèle cliente. Les commandes en gros représentent 100 caisses (8 boîtes/caisse) par mois, soit 2 432 $/mois.

Dans la région, Aliments Nutridélice est en train de s’établir comme un chef de file dans le segment des collations santé destinées aux enfants. Son objectif à long terme est de faire partie des fournisseurs d’une grande chaîne de supermarchés de la Saskatchewan, afin d’élargir la portée de ses produits. Des discussions ont été amorcées avec Sobeys, mais le gestionnaire de l’approvisionnement n’a pas encore manifesté suffisamment d’intérêt envers le produit pour que ce dernier fasse l’objet d’une présentation.

**Gestion**

Aliments Nutridélice est une compagnie constituée en personne morale. Anna et Ivan Dembinski sont actionnaires à parts égales.

Anna Dembinski a été employée chez Wal-Mart Canada pendant six ans, à titre de gestionnaire et d’analyste de la planification des locaux, au bureau de Battleford Nord. Ses fonctions consistaient à travailler avec les fournisseurs de Wal-Mart afin de déterminer la place des produits au sein du magasin, le prix d’achat de Wal-Mart, la circulation piétonne et les ventes potentielles. Elle est en congé de maternité depuis dix mois et a travaillé sur la stratégie de croissance d’Aliments Nutridélice en vue de servir les épiciers de grande taille.

Ivan Dembinski travaille actuellement comme chef à temps plein, à l’Edam Enriched Manor. Il est responsable de la planification des repas des 40 personnes âgées qui demeurent à la résidence. En raison des questions complexes touchant la santé des résidents, son objectif premier est de fournir des repas sains et savoureux. Pour ce faire, il prépare des menus comprenant des ingrédients simples, identifiables, offrant naturellement une vaste gamme de vitamines et de nutriments et que les résidents apprécient. Au-delà de son expertise culinaire, Ivan Dembinski possède une expérience comme responsable de la production de fruits et légumes frais à petite échelle, chez les cultivateurs locaux, et a eu la possibilité de puiser au sein de ce réseau pour l’approvisionnement en ingrédients d’Aliments Nutridélice.

**Emplacement**

Aliments Nutridélice est un manufacturier situé au 9808, avenue Thatcher, S0M 0E0, Battleford Nord, Saskatchewan. L’emplacement est situé aux abords de l’autoroute 16, dans un secteur industriel facilement accessible aux transporteurs routiers et ferroviaires. L’endroit comporte déjà un quai de chargement et une aire d’entreposage isolée.

**Structure juridique**

Aliments Nutridélice est une compagnie constituée en personne morale.

Aliments Nutridélice s’est vu recommander un avocat par l’Association des manufacturiers de produits alimentaires de Saskatchewan (<http://www.sfpa.sk.ca>). Leur avocat leur a conseillé de préférer la constitution en personne morale au partenariat qu’ils avaient établi, afin d’atténuer les risques financiers personnels possibles, lors de la croissance envisagée de l’entreprise.

Aliments Nutridélice ne cherche pas à protéger d’intérêts en matière de propriété intellectuelle, en ce moment.

**Vision et mission**

Créer des collations pratiques de grande qualité, fabriquées à partir d’ingrédients locaux que les enfants apprécient et demandent.

Produire des produits savoureux, préparés à l’aide d’ingrédients de qualité supérieure, cultivés en Saskatchewan, au moyen d’un processus de dégustation et de contrôle de la qualité rigoureux.

**Buts et objectifs**

* Trouver un deuxième grossiste de camerises d’ici la fin de la troisième année.
* Doubler le nombre de détaillants indépendants/magasins d’alimentation spécialisés qui commandent régulièrement les produits d’Aliments Nutridélice d’une année à l’autre, pendant les trois prochaines années.
* Conclure un contrat d’approvisionnement avec une importante chaîne d’épiceries, pour qu’elle distribue les produits d’Aliments Nutridélice d’ici la fin de la sixième année.

**Conseillers professionnels**

Aliments Nutridélice est devenue membre de l’Association des manufacturiers de produits alimentaires de Saskatchewan afin d’avoir accès à des contacts et à des ressources pour l’aider à faciliter sa conformité à la réglementation touchant les manufacturiers de produits alimentaires de la Saskatchewan.

**3.0 Étude de marché**

**Profil de l’industrie et aperçu**

Aliments Nutridélice œuvre principalement dans l’industrie de la production et de la transformation des aliments et boissons, laquelle est évaluée à 92,9 milliards de dollars et représente donc la plus importante industrie au Canada. Elle connaît également une croissance, ses exportations ayant augmenté de 12 p. cent entre 2010 et 2011. L’ensemble de l’industrie est divisé en plusieurs segments, selon que les produits sont utilisés ou traités. Aliments Nutridélice se trouve dans le segment « Fabrication de sucre et de confiseries ». Bien que les barres de fruits et de céréales de Nutridélice représentent une option santé pour les enfants, le segment défini par Industrie Canada comprend les fruits, les céréales, le granola et les barres de céréales.

Outre les définitions d’Industrie Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada reconnaît pour sa part un segment de marché plus large, celui des aliments de spécialité. Ce marché est soutenu par la faveur des consommateurs pour les aliments sains, sans allergène et uniques. Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, « en 2009, la croissance de l’industrie des aliments de spécialité au Canada a dépassé celle de l’ensemble du secteur de la vente au détail, les ventes des épiceries spécialisées ayant bondi de 35 p. cent entre 2004 et 2009 » (http://www.ats-sea.agr.gc.ca/can/6116-fra.htm). En fait, en 2010, plus de 1 500 nouveaux produits de spécialité ont vu le jour aux États-Unis. On estime que ce marché représente 63 milliards de dollars. Les produits d’Aliments Nutridélice font partie de cette industrie croissante, puisqu’ils combinent des ingrédients uniques et riches en nutriments à de délicieuses saveurs, dans un emballage pratique et facile à emporter.

À l’heure actuelle, les principaux distributeurs d’aliments et de boissons transformés sont les supermarchés. Loblaw, Métro, Sobeys et Longos constituant les grandes chaînes d’alimentation sur le marché canadien. Les grands magasins à rabais, comme Wal-Mart et, plus récemment, Target, ont toutefois élargi leur offre, laquelle comprend désormais des aliments et des boissons. Malgré cela, on observe une tendance croissante de consommateurs mieux nantis et plus soucieux de leur santé qui choisissent de faire leurs achats dans les magasins d’aliments de spécialité indépendants et de plus petite taille, surtout chez ceux qui concentrent plus particulièrement leur offre dans le domaine des produits de santé et de bien-être. Cette situation permet à Aliments Nutridélice d’accroître ses parts au sein de ce marché secondaire, et ce, même si elle était choisie par une grande chaîne de supermarchés nationale. En raison de la concurrence pour le mètre linéaire sur les tablettes des supermarchés, les marges bénéficiaires de l’industrie sont restreintes. Aliments Nutridélice reconnaît le besoin de mettre à profit une histoire de la marque et un emballage distincts et convaincants afin de se démarquer auprès des consommateurs et des distributeurs.

L’industrie canadienne de la transformation des aliments et boissons a connu d’importants changements au cours des dix dernières années, tels que la fermeture de plusieurs grandes usines de transformation, comme Kellogg, à London, en Ontario. Si ces fermetures ont fait les manchettes (<http://www.cbc.ca/news/canada/windsor/canadian-food-processing-said-to-be-strong-despite-closures-1.2569263>) et frappé l’imaginaire, le secteur des aliments et boissons dans l’ensemble poursuit sa croissance. En fait, l’industrie voit s’ouvrir des usines de transformation des aliments de plus petite taille dans les régions rurales canadiennes qui utilisent la technologie pour être concurrentielles. Selon Statistique Canada, 90 p. cent des établissements de transformation des aliments et boissons comptent moins de cent employés.

L’environnement commercial immédiat de la Saskatchewan représente fidèlement cette situation, 70 p. cent des entreprises employant moins de dix personnes et 40 p. cent, moins de cinq. Bien que cette industrie occupe une petite place, dans la province, elle continue de grandir, plus particulièrement dans les régions rurales. Aliments Nutridélice donne suite à cet esprit d’entreprise en installant son usine de transformation d’aliments à Battleford Nord, à proximité d’une autoroute et d’une ligne ferroviaire afin de faciliter le transport et la distribution de ses produits. L’emplacement de l’entreprise permet d’économiser des coûts, en écourtant le transport des ingrédients entre les exploitations agricoles et l’usine, et de faciliter le contrôle de la qualité, en raison des relations personnelles entretenues avec les fournisseurs.

Un rapport d’Agriculture et Agroalimentaire Canada, effectué en 2011 et intitulé *Tendances canadiennes et mondiales du marché des aliments de santé et de mieux-être*, indique que « les consommateurs portent attention non seulement aux ingrédients, mais également au mode de production des aliments qu’ils consomment » (<http://www.ats-sea.agr.gc.ca/inter/4367-fra.htm>). Pour Aliments Nutridélice, la capacité à retracer le parcours des ingrédients à partir de l’exploitation agricole et à expliquer clairement le processus de transformation visant à assurer le maintien de la valeur nutritive naturelle représente un atout essentiel au sein de son créneau de marché. Le même rapport précise également que « les parents se tournent de plus en plus vers de meilleurs produits pour la santé de leurs enfants afin de les aider à maintenir un mode de vie sain ». Les barres granola d’Aliments Nutridélice répondent à cette tendance. L’utilisation d’ingrédients sains et savoureux permet en effet aux produits de jouir d’un heureux équilibre qui, jumelé à un emballage singulier, saura attirer l’attention des parents, comme celle des enfants.

**Marché local**

Aliments Nutridélice cherche à prendre de l’expansion dans toute la Saskatchewan, en Alberta et au Manitoba. À l’heure actuelle, son marché s’étend de Battleford Nord à Lloydminster, à l’ouest, et à Brandon, au Manitoba, à l’est.

C’est au sein de son propre réseau de contacts qu’Aliments Nutridélice cible les épiceries indépendantes, les supermarchés et les détaillants d’aliments spécialisés à qui elle propose de distribuer ses produits. L’entreprise a constitué son réseau en offrant ses produits dans les marchés fermiers au cours des deux dernières années, ainsi que par les contacts qu’Anna Dembinski a établis dans le cadre de son ancien emploi chez Wal-Mart. En misant sur leur réseau de contacts, les deux propriétaires seront en mesure de cibler des magasins et des personnes qu’ils connaissent déjà et avec qui ils entretiennent une relation. Ils ont ainsi identifié 45 détaillants où leurs produits pourraient connaître du succès et dont le mètre linéaire sur les étalages fait l’objet d’une concurrence limitée.

**Principaux concurrents/Analyse FFPM**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Forces** | **Faiblesses** | **Possibilités** | **Menaces**  |
| *Barres Nonuttin* | * En exploitation depuis une dizaine d’années seulement
* Solides relations professionnelles avec les détaillants
* Produits orientés vers la santé, surtout les allergènes
 | * Distribution des produits limitée, sans emprise régionale concentrée
 | * Utilisation d’un distributeur pour vendre ses produits dans un plus grand nombre de magasins
 | * Aliments Nutridélice pourrait mettre au point des barres granola sans allergènes
 |
| *Aliments Nutridélice* | * Connaissance du marché local et des détaillants
* Solides relations avec les fournisseurs
 | * Compte sur son propre réseau et ses contacts pour distribuer ses produits
 | * Embauche d’un courtier pour distribuer ses produits aux grossistes
 | * Nonuttin pourrait commencer à utiliser des ingrédients régionaux pour fabriquer ses barres granola
 |

**Marché cible**

Aliments Nutridélice est d’abord une compagnie interentreprises.

Profil des consommateurs ciblés par Aliments Nutridélice :

* Coopératives d’alimentation dont le chiffre d’affaires annuel se situe entre 400 000 $ et 2 000 000 $ (données démographiques)
* Détaillants d’aliments de spécialité reconnus pour leur appui aux produits fabriqués au Canada (comportement)
* Magasins de produits naturels de 2 à 10 employés (données démographiques)
* Propriétaires ou responsables des achats (décideurs)
* Sud de l’Alberta, Saskatchewan et secteurs du Manitoba se trouvant le long de l’autoroute 1 (portée)

**Les clés du succès**

Mieux faire connaître l’appui d’Aliments Nutridélice aux agriculteurs locaux et aux ingrédients cultivés au Canada qui sont aussi sains que délicieux!

Établir la réputation d’Aliments Nutridélice à titre de manufacturier et de distributeur de barres granola sur lequel on peut se fier et former de nouveaux partenariats avec des cultivateurs pour assurer son approvisionnement en ingrédients.

**4.0 Ventes et marketing**

**Stratégie de prix**

Les barres granola sont vendues dans les magasins de détail à des prix se situant entre 3,99 $ et 6,49 $ par boîte de cinq unités. Le prix fluctue selon le traitement et les ingrédients utilisés dans la fabrication des produits. Des escomptes sont consentis sur le prix unitaire lors de l’achat de grandes quantités.

Aliments Nutridélice vend actuellement ses produits entre 5,87 $ et 6,29 $/boîte à quatre coopératives d’alimentation. Pour éviter de vendre ses produits à un prix moins élevé que celui des distributeurs, Aliments Nutridélice demande 6,25 $/boîte lorsqu’elle vend directement aux consommateurs, dans les marchés fermiers.

Aliments Nutridélice reconnaît qu’à la différence des coopératives, les grandes chaînes d’alimentation ne lui demanderont pas son avis pour établir le prix de vente au détail des produits. De plus, Aliments Nutridélice sait qu’elle devra probablement travailler avec l’un des distributeurs autorisés de la chaîne d’alimentation pour que ses produits se retrouvent sur les tablettes. Par conséquent, Aliments Nutridélice est entrée en contact avec certains courtiers afin d’établir les marges estimées pour les distributeurs et leurs détaillants ciblés. À partir des coûts des produits, ils ont procédé au calcul suivant :

* Prix de détail moyen envisagé de 6,08 $/boîte, comportant une marge de 50 p. cent
* Prix de gros envisagé de 3,04 $/boîte, comportant une marge de 30 p. cent
* Prix de distribution envisagé de 2,13 $/boîte, comportant une marge de 40 p. cent
* Coût du produit pour Aliments Nutridélice : 1,28 $/boîte

Aliments Nutridélice est en mesure de maintenir le prix de vente au détail estimé conforme au prix actuel demandé aux coopératives, tout en tenant compte de la marge bénéficiaire du distributeur. Le fait de travailler directement avec ce dernier lui permet de réduire ses frais de transport, lesquels ont initialement été calculés dans les coûts des produits.

Aliments Nutridélice croit que ses prix reflètent la qualité de ses produits, fabriqués au Canada, sans agent de conservation. Le deuxième élément qui permet aux produits de se distinguer sur le marché est le fait qu’ils portent la marque « Fabriqué au Canada ». Il s’agit en effet d’une caractéristique pour laquelle les consommateurs sont prêts à payer plus cher, dans le cadre du mouvement en faveur des achats locaux.

Dans l’avenir, Aliments Nutridélice espère faire passer sa marge bénéficiaire à 45 p. cent, en diminuant le coût de ses produits au moyen de cycles de fabrication plus importants. Cette marge se situerait juste au-dessus de la marge brute moyenne observée dans le secteur de la fabrication de sucre et de confiseries, laquelle représentait 42,4 p. cent, en 2011.

**Stratégie de marketing**

*Sensibiliser les détaillants au produit, au moyen de présentations*

Aliments Nutridélice a pris l’engagement de communiquer avec les membres de son réseau pour mettre sur pied des présentations de ses barres granola auprès des détaillants. La stratégie de marketing vise à créer un créneau pour des barres exclusivement saskatchewannaises, caractéristique qui émane de l’appui manifesté par l’entreprise envers les agriculteurs locaux et l’incorporation d’ingrédients régionaux dans la fabrication de délicieuses barres granola dont les enfants raffolent.

*Emballage attrayant et durable présenté dans les expositions commerciales*

Aliments Nutridélice reconnaît que l’obtention de mètres linéaires sur les tablettes fait l’objet d’une grande concurrence et que l’emballage joue un rôle important pour la vente du produit aux consommateurs. Les propriétaires de l’entreprise reconnaissent également que leur réseau est limité. Ils participeront donc à des foires commerciales organisées par l’industrie pour présenter l’emballage amusant et convivial de leur produit aux décideurs potentiels.

*Site Web*

Aliments Nutridélice créera un site Web pour présenter ses produits et promouvoir les magasins qui les distribuent. Il comprendra également des renseignements sur les achats en gros et des témoignages de consommateurs et de détaillants.

Activités de marketing

*Principale activité de marketing*

La principale activité de marketing d’Aliments Nutridélice sera de communiquer avec les épiceries de détail et les magasins de spécialités alimentaires et d’aliments naturels pour leur offrir ses barres granola. Les propriétaires d’Aliments Nutridélice ont identifié 45 détaillants dans le sud de l’Alberta, en Saskatchewan et au Manitoba, dont ils connaissent bien les décideurs, entretenant des relations avec ces derniers. Ils commenceront par les appeler pour organiser des présentations des produits dans leur magasin.

L’objectif de ces présentations est de créer un créneau unique et de faire valoir les produits d’Aliments Nutridélice : des barres fabriquées au Canada à partir de délicieux ingrédients de la Saskatchewan, qui regorgent de nutriments. Les enfants en raffolent! Aliments Nutridélice utilisera des échantillons qu’elle distribuera pendant ses présentations afin de témoigner de sa confiance dans le caractère attractif de ses produits et elle dévoilera également la distribution et les ventes actuelles de ses produits.

Aliments Nutridélice imprimera cent rapports d’une page soulignant sa capacité à signer des contrats avec les détaillants et présentant les ventes annuelles actuelles, des témoignages de consommateurs et de décideurs, ainsi qu’un bref synopsis sur ce qui distingue la marque et lui donne toute sa pertinence auprès des consommateurs. Aliments Nutridélice laissera des copies de ce rapport aux décideurs, lors de ses présentations. Le coût d’impression s’élèvera à 100 $.

Objectifs commerciaux

**Premier objectif :** Huit présentations des produits par mois

**Deuxième objectif :** Participation à quatre expositions commerciales par année

**Troisième objectif :** Collecte des témoignages de trois détaillants et de cinq consommateurs en deux mois, pour le site Web

**Énoncé de positionnement**

Aliments Nutridélice fabrique des barres granola exclusivement canadiennes, à partir d’ingrédients locaux de grande qualité, dont la conservation s’effectue de manière naturelle et que vous pouvez offrir à vos enfants en toute confiance.

**Le processus de vente**

Le cycle de vente d’Aliments Nutridélice est de un à deux mois.

Le processus de vente d’Aliments Nutridélice consiste à approcher les décideurs dans les commerces de détail pour qu’ils fassent l’acquisition de ses produits en gros. Pour commencer, Aliments Nutridélice procédera à des appels de sollicitation à froid auprès des contacts existants au sein de son réseau, afin de mettre sur pied des présentations des produits. Cela permettra à l’équipe de marketing d’Aliments Nutridélice de procéder aux appels plus aisément et de jouir de meilleures chances d’obtenir la planification d’une présentation.

Une fois prévue la réunion, Aliments Nutridélice fera parvenir par courriel aux décideurs qu’elle rencontrera un aperçu de la présentation, ainsi qu’une description de l’entreprise.

La présentation des produits consistera essentiellement en un discours de vente effectué au commerce du détaillant, à une heure définie. S’il n’est pas nécessaire que la présentation soit aussi flamboyante que celles qu’on voit aux « dragons », Anna et Ivan devront toutefois s’exercer et bien se préparer à répondre à des questions en rafale du propriétaire ou du responsable des achats sur les ventes de produits, la distribution et les parts de marché.

Les présentations d’Aliments Nutridélice comprendront :

* Un énoncé clair des éléments différenciateurs
* Des échantillons des quatre saveurs de barres granola dans leur emballage
* Des échantillons de barres préparés en bouchées pour faciliter la dégustation
* Un aperçu du plan marketing et commercial, une estimation des ventes et le prix des produits au gros
* Des témoignages des détaillants qui vendent déjà les produits

À la suite de la présentation, les propriétaires d’Aliments Nutridélice laisseront la fiche d’une page et leurs coordonnées. Ils s’assureront de recueillir les cartes d’affaires et les coordonnées des décideurs participant à la rencontre.

Aliments Nutridélice enverra un courriel de remerciements dans les 24 heures suivant la présentation, réitérant sa disponibilité pour répondre aux questions et demandant une confirmation du délai pour la prise de décision.

Aliments Nutridélice attendra de 5 à 7 jours avant d’effectuer un suivi téléphonique auprès des décideurs pour savoir s’ils acceptent ou non de distribuer les produits.

Aliments Nutridélice prévoit qu’une fois prise la décision d’offrir les produits, un mois s’écoulera avant la signature d’une entente.

**Alliances stratégiques**

Aliments Nutridélice a conclu des alliances stratégiques avec plusieurs exploitations agricoles de la région :

* NorQuin – fournisseur de quinoa
* Ruchers Pedersen – contrat exclusif d’achat de miel en gros
* Baies de la rivière Battle – camerises
* Fermes de la famille Eischen – cerises
* Noyers Bruce – noix de noyer noir

Aliments Nutridélice inclura le nom et l’adresse de chaque fournisseur dans le cadre de sa stratégie de marketing, afin de dévoiler comment les barres ont été produites.

**5.0 Exploitation**

**Emplacement**

Aliments Nutridélice est un manufacturier situé au 9808, avenue Thatcher, S0M 0E0, Battleford Nord, Saskatchewan. L’emplacement se trouve aux abords de l’autoroute 16, dans un secteur industriel facilement accessible aux transporteurs routiers et ferroviaires. L’endroit comporte déjà un quai de chargement et une aire d’entreposage isolée.

L’usine de transformation d’Aliments Nutridélice ouvrira ses portes à 5 h, du lundi au vendredi. Pour commencer, les périodes de travail se termineront à 13 h. Cet horaire permettra à Anna et à Ivan de voir à la production et de s’occuper des activités de marketing.

Le site Web d’Aliments Nutridélice sera/a été lancé le 15 août 2014.

Aliments Nutridélice aura un nom de domaine personnalisé : www.alimentsnutridelice.org, qui abritera un site créé à partir d’un modèle WordPress, hébergé par GoDaddy. Le contenu du site d’Aliments Nutridélice portera essentiellement sur l’histoire derrière la marque : la préparation des produits, à partir des goûts des propriétaires et des commentaires des consommateurs, les motifs expliquant pourquoi ils ont décidé de faire le grand saut et de bâtir l’entreprise. Outre l’histoire de la marque, le site Web présentera les quatre saveurs des barres granola, les détaillants qui les distribuent et les exploitations agricoles d’où proviennent les ingrédients. L’objectif du site Web est d’assurer une transparence, relativement à leurs fournisseurs, et de garantir la qualité des barres qu’ils produisent, auprès des consommateurs. Le site Web comprendra également de l’information pour ceux qui sont intéressés à acheter les produits d’Aliments Nutridélice en gros.

Le site Web sera développé par un concepteur de Battleford Nord, recommandé par l’Association d’amélioration des affaires. Anna Dembinski aura la responsabilité d’ajouter du contenu au site Web, à savoir les témoignages, au fur et à mesure qu’elle les recueillera. Si elle se trouve dans l’incapacité de régler certaines questions ou d’apporter des modifications au moyen de WordPress, elle fera appel au concepteur Web qui a accepté de lui fournir de l’aide, en ce qui a trait aux questions de maintenance, au tarif de 40 $/heure.

**Questions juridiques**

Aliments Nutridélice prévoit devoir s’occuper des questions juridiques suivantes :

* Permis d’exploitation d’un commerce
* Règlements s’appliquant au lieu et au zonage
* Inspection sanitaire
* Permis d’exploitation (par ex., garderie, station-service, etc.)
* Licences particulières à une industrie (par ex., dentisterie, médecine douce, etc.)
* Accords contractuels (partenariats, sous-traitants, etc.)

Aliments Nutridélice est actuellement membre de l’Association des manufacturiers de produits alimentaires de Saskatchewan. Elle a ainsi obtenu les coordonnées d’un avocat recommandé par l’organisation qui a contribué à l’élaboration des accords avec les détaillants et des ententes relatives au transport, ainsi qu’à l’identification des permis d’exploitation et des règlements provinciaux auxquels elle devra se conformer. De plus, les propriétaires ont communiqué avec le Centre alimentaire de la Saskatchewan (<http://www.foodcentre.sk.ca/>) pour obtenir de l’aide en matière de formation sur la salubrité alimentaire et la conformité, ainsi qu’une revue technologique des processus de transformation afin de s’assurer qu’ils continueront d’être efficaces pendant l’ajustement de leur production.

**Assurance**

Aliments Nutridélice devra souscrire une assurance pour ses propriétaires, partenaires et employés clés, une assurance pour les propriétés commerciales et les revenus, une assurance responsabilité et une assurance-comptes clients.

**Ressources humaines**

Aliments Nutridélice aura de 1 à 10 employé(s) à temps plein.

Elle comptera de 1 à 10 employé(s) à temps partiel.

Lors de son ouverture, Aliments Nutridélice comptera trois employés à temps plein : Anna et Ivan Dembinski et leur chauffeur, titulaire d’un permis de conduire pour les véhicules commerciaux. Anna sera chargée des ventes et du marketing, ce qui comprend les appels aux propriétaires et aux responsables des achats des magasins en vue d’organiser des présentations, la gestion du site Web et la collecte de témoignages. Ivan Dembinski, pour sa part, verra à trouver des fournisseurs et à procéder au contrôle de la qualité de leurs produits au moyen de la transformation. De plus, Anna et Ivan Dembinski pourront compter sur quatre employés à temps partiel pour les aider dans la gestion de l’équipement nécessaire à la transformation et à la fabrication des barres granola.

**Processus/Production**

1. Les fournisseurs d’Aliments Nutridélice livrent leurs palettes de fruits frais directement à l’usine de transformation, en vertu de leur entente avec Aliments Nutridélice. Les fournisseurs sont responsables de leurs produits jusqu’à ce les employés d’Aliments Nutridélice apposent une signature, attestant la livraison.
2. Aliments Nutridélice reçoit toutes les baies – amélanches, cerises, camerises et bleuets frais des fournisseurs, en saison.
3. Aliments Nutridélice procède au séchage des baies à l’aide d’un déshydrateur industriel réglé à basse vitesse pour assurer la préservation des nutriments des fruits. Ces derniers sont ensuite placés dans des emballages scellés sous vide et entreposés pour être utilisés toute l’année, permettant à Aliments Nutridélice de maintenir sa production en dehors de la saison agricole.
4. Aliments Nutridélice reçoit le miel, qui lui est livré dans des barils étiquetés, pendant toute l’année. L’entreprise en commande toutefois plus durant la belle saison, en raison des rendements inférieurs de l’hiver.
5. Aliments Nutridélice commande des noix de noyer concassées, de façon à ne pas avoir à les moudre avant de les utiliser dans les barres granola. L’entreprise les reçoit dans des sacs de plastique scellés sous vide, placés dans des boîtes. Elles sont ensuite entreposées avant d’être utilisées.
6. Aliments Nutridélice reçoit le chocolat noir en gros morceaux, d’un producteur local qui l’importe de fournisseurs du Chili, dans le cadre d’une entente de commerce équitable. Il est livré dans des sacs de plastique pesés. À la suite d’une interruption de l’approvisionnement qui s’est déjà produite dans le passé, Aliments Nutridélice maintient toujours un inventaire correspondant à trois mois d’approvisionnement dans son entrepôt.
7. Le reste des ingrédients céréaliers, le quinoa et les flocons de blé et d’avoine, sont livrés par le fournisseur sur des palettes et entreposés dans des pièces obscures, sèches et étanches, au site de l’usine, jusqu’à ce qu’ils soient utilisés.
8. Ivan et l’équipe de production composée de quatre employés à temps partiels créent les barres granola à partir des recettes mises au point par Aliments Nutridélice, dans la cuisine commerciale de l’usine. L’équipement a été disposé de façon à assurer l’efficacité des processus.
9. Après leur cuisson, les barres granola sont placées sur des grilles où elles refroidissent pendant une heure, avant d’être transférées à l’emballage.
10. L’emballage est effectué à l’entrepôt, où les barres sont scellées dans des enveloppes individuelles et placées dans des boîtes, par lots de six.
11. Aliments Nutridélice fabrique 240 barres ou 40 boîtes ou 5 caisses (8 boîtes/caisse) d’une saveur par jour.
12. Aliments Nutridélice place huit boîtes de barres dans chaque caisse d’expédition de format standard. Avant d’être installées dans l’entrepôt, les caisses sont scellées et étiquetées pour indiquer la saveur des produits, ainsi que la date.
13. Aliments Nutridélice traite chaque commande manuellement et emballe les caisses ensemble sous film rétractable, à l’intention de chacun des détaillants. Le plastique rétractable permet au chauffeur de voir le numéro de commande, le nom du détaillant et la quantité, tout en maintenant les caisses ensemble. (Remarque : ce processus est actuellement bien adapté à la taille des commandes, mais devra être revu lorsqu’elles prendront de l’importance.)
14. Aliments Nutridélice charge le camion et, chaque semaine, le chauffeur titulaire du permis adéquat livre les commandes aux détaillants.

**Évaluation du risque**

Le budget de marketing d’Aliments Nutridélice sera essentiellement affecté aux présentations des produits aux propriétaires et aux responsables des achats de son réseau. De plus, l’entreprise s’inscrira à quatre expositions commerciales par année pour présenter ses produits à un plus large public et poursuivre l’accroissement de son réseau de clients éventuels. Toutefois, si les efforts visant à vendre en gros aux détaillants s’avèrent infructueux, Aliments Nutridélice tentera de trouver un distributeur entretenant des relations avec les détaillants pour qu’il vende ses produits en son nom. On prévoit que cette stratégie sera utilisée pour permettre aux produits de l’entreprise de se retrouver sur les tablettes des chaînes d’alimentation nationales et a été prise en compte dans le calcul de la marge potentielle du prix de détail suggéré.

La force d’Aliments Nutridélice réside dans la qualité de ses produits et le fait qu’ils sont entièrement canadiens. Aliments Nutridélice entretiendra un contact étroit avec les agriculteurs locaux (fournisseurs) afin de s’assurer d’obtenir des ingrédients de qualité dès le départ. De plus, l’entreprise maintiendra toujours un inventaire correspondant à deux ou trois mois d’approvisionnement au sein de son entrepôt afin de réduire le risque de ne pas avoir sous la main les ingrédients nécessaires à la fabrication de ses barres granola. L’entreprise est actuellement à la recherche d’un deuxième fournisseur de camerises, puisqu’il s’agit du produit le plus difficile à trouver.

Aliments Nutridélice devra fermer les portes de son usine de production et de transformation si les ventes s’élèvent à moins de 50 000 $ à la fin de la première année d’exploitation à temps plein. Aliments Nutridélice fermerait donc l’usine et vendrait tout l’équipement, les ingrédients et les produits pour couvrir toute somme à payer.

**6.0 Finances**

**Frais de démarrage**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ses éléments pour votre entreprise, visitez le <http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/> et utilisez le Rédacteur de plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.

**Seuil de rentabilité**

Les frais fixes pour l’année sont de 63 300 $ (y compris le loyer, l’équipement loué à ses propres frais, l’assurance, les services publics, le téléphone cellulaire, etc.)

Le prix de vente moyen est de 3,04 $/boîte

Le coût de production moyen s’élève à 1,28 $/boîte (ingrédients, emballage, main-d’œuvre, essence)

Seuil de rentabilité:

 63 300 $ = 63 300 $ = 36 965 boîtes

3,04 $ – 1,28 $ 1,76 $

Aliments Nutridélice commencera à réaliser des bénéfices après avoir vendu 36 965 boîtes de barres granola pour atteindre le seuil de rentabilité au prix du gros. On estime que, la première année, 25 660 boîtes seront vendues; le seuil de rentabilité sera donc atteint au cours de la deuxième année.

**Prévision des ventes**

Hypothèses clés pour Aliments Nutridélice

* Les commandes des coopératives alimentaires se poursuivront pendant les six prochains mois
* Une présentation sur trois entraînera la signature d’un contrat
* La première commande en gros sera de 10 caisses (80 boîtes) par mois, pendant une période d’essai de trois mois
* Les nouvelles commandes après la période d’essai correspondront à une quantité moyenne de 20 caisses par mois
* Décembre est un mois d’accalmie en raison de la période des Fêtes

Prévision des ventes au cours de la première année (à partir des hypothèses)

**Août - 2 675 $**

* Lancement de l’entreprise
* 2 432 $ - Commandes des coopératives d’alimentation
* 243,20 $ - Une nouvelle commande
* Quinze appels effectués au réseau de contacts existant pour organiser des présentations
* Trois présentations prévues en août et quatre en septembre
* Inscription à l’exposition commerciale *Sask Made Tradeshow*, en octobre

**Septembre - 3 526 $**

* 729,60 $ - Augmentation de la commande habituelle, laquelle est passée de 25 caisses à 30, en raison de la demande suivant le retour à l’école
* 1 824 $ - Maintien des commandes des coopératives d’alimentation à 25 caisses
* Huit appels de suivi auprès des contacts existants pour organiser des présentations
* Quinze nouveaux appels auprès des contacts existants au sein du réseau pour organiser des présentations
* Huit rencontres prévues en septembre et trois le mois prochain
* 972,80 $ - Quatre nouvelles commandes

**Octobre - 4 500 $**

* 2 554 $ - Maintien des commandes des coopératives d’alimentation représentant maintenant 105 caisses par mois
* Douze appels de suivi auprès des contacts existants pour organiser des rencontres
* Quinze nouveaux appels auprès des contacts existants au sein du réseau pour organiser des présentations
* Six présentations prévues en octobre et trois en novembre
* 729,60 $ - Trois nouvelles commandes
* 1 216 $ - Cinq commandes à titre d’essai avec de nouveaux clients, à la suite de la participation à la foire *Sask Made Tradeshow*

Prévision des ventes de la deuxième année

**Flux de trésorerie**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ses éléments pour votre entreprise, visitez le <http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/> et utilisez le Rédacteur de plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.

**États des résultats**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ses éléments pour votre entreprise, visitez le <http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/> et utilisez le Rédacteur de plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.