

GUIDE DES BONNES PRATIQUES DE MISE EN MARCHÉ LOCALE



TABLE DES MATIÈRES

POURQUOI CE GUIDE?	4
DE QUEL PERMIS AUREZ-VOUS BESOIN?	4
INTRODUCTION	4
VIANDE ABATTUE PAR SON PROPRIÉTAIRE	6
VIANDES ABATTUES ET PRÉPARÉES PAR UN TIERS	6
PRÉPARATIONS SANS PRODUITS CARNÉS (SANS VIANDE)	7
PRÉPARATIONS AVEC PRODUITS CARNÉS (AVEC VIANDE)	7
ENVIRONNEMENT SPÉCIALISÉ « C1 »	10
LA SALUBRITÉ EN BREF	11
ESSENTIELLEMENT <u>LE LOCAL</u> doit être muni :	11
ESSENTIELLEMENT, <u>LA PERSONNE</u> doit :	11
ESSENTIELLEMENT, <u>LES PRODUITS</u> :	11
À QUELS MARCHÉS VOULEZ-VOUS AVOIR ACCÈS?	12
LA VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS, LA VENTE EN GROS ET LA CONSIGNATION	12
VENTE DIRECTE OU VENTE EN GROS?	13
LA CONSIGNATION	15
L'EMBALLAGE DU PRODUIT	16
ÉLÉMENTS DEVANT <u>OBLIGATOIREMENT</u> APPARAÎTRE SUR L'EMBALLAGE DE VOS PRODUITS	16
LES VALEURS NUTRITIVES : <u>OBLIGATOIRES</u> LORSQUE VOUS FAITES LA VENTE EN GROS DE VOS PRODUITS	17
LE CODE À BARRES : SOUVENT EXIGÉ PAR LES DÉTAILLANTS QUI FONT LA REVENTE DE VOS PRODUITS	17
LA PROMOTION DU PRODUIT	18
Dans le cas de la vente directe aux consommateurs	18
Lorsque vous participez à des <u>marchés publics</u> ou des <u>foires agroalimentaires</u> :	19
Dans le cas de la vente en gros	20
Pour augmenter le nombre de vos points de vente :	20

Pour augmenter les ventes à vos points de vente existants :	20
DIFFÉRENTS CAS DE FIGURE.....	22
PRÊT-À-MANGER « SUR LA ROUTE »	22
> Préparation sur place dans les marchés publics et foires agroalimentaires.....	22
SAUCE À SPAGHETTI CONGELÉE (AVEC ET SANS VIANDE)	22
> Sauce préparée avec de la viande hachée, dans une <i>cuisine domestique</i>	22
> Sauce préparées avec des légumes seulement, dans une <i>cuisine domestique</i>	23
> Sauce préparée avec viande hachée, dans un <i>local de préparation</i>	23
> Sauce préparée avec des légumes seulement, dans un <i>local de préparation</i>	23
> Sauce préparée avec de la viande hachée, dans un environnement spécialisé C1	24
LA VENTE D'ŒUFS DE POULES QUE VOUS ÉLEVEZ	24

POURQUOI CE GUIDE?

Écrit du point de vu d'un producteur (suite à de nombreuses conversation avec ceux-ci), ce guide cherche, par sa convivialité, son discours franc et ses exemples réels, à accompagner les entrepreneurs agroalimentaires dans leur parcours général.

Sans se vouloir une compilation exhaustive de toutes les règles écrites qui encadrent la production alimentaire, ce guide vise à présenter aux travailleurs autonomes un survol des possibilités qui s'offrent (ou pourraient s'offrir) à eux.

Les possibilités qui auront intéressé le lecteur pourront subséquemment être approfondies et discutées avec les intervenants de son choix.

Enfin, mentionnons qu'il est possible de sauter d'une section à une autre, elles sont indépendantes. Ainsi, les informations importantes à retenir sont répétées d'une section à une autre.

DE QUEL PERMIS AUREZ-VOUS BESOIN?

INTRODUCTION

Que vous soyez producteur ou transformateur, ou les deux à la fois, **gérer soi-même la vente de ses produits bruts ou préparés** est souvent la voie la plus profitable à emprunter. Qui plus est, pour le producteur-transformateur, la transformation d'un aliment brut (par exemple des œufs) en préparation alimentaire (par exemple une quiche) augmentera appréciablement la profitabilité qu'il pourra tirer de sa production existante. On pourra ainsi parler d'une « valeur ajoutée » à son produit brut.

Par contre, qui dit « valeur ajoutée » dit souvent aussi permis, infrastructures et outils ajoutés.

Quels permis demander, quel type d'infrastructure choisir et dans quels outils investir dépend de plusieurs facteurs. Voulez-vous mettre en marché des aliments bruts ou préparés? Y aura-t-il de la viande dans votre préparation? Ferez-vous de la vente directe (chez vous, dans les marchés publics, sur Internet, dans un petit restaurant) ou de la vente en gros (à des commerces qui revendront votre produit tel quel ou transformé)? Transformerez-vous plus de 100 kg (220 lb) d'aliments par mois?

Si vous êtes producteur et que vous envisagez transformer moins de 100 kg d'aliments par mois (que vous vendrez directement à vos clients), vous pourrez travailler à partir de votre *cuisine domestique*. Vous pourriez ainsi offrir à votre clientèle, à l'occasion d'un marché hebdomadaire (quatre fois par mois donc), 25 portions d'un kilo d'une préparation qui met en valeur votre produit brut. Vous

augmenteriez ainsi votre offre et votre rentabilité. Si par contre vous êtes essentiellement transformateur, cette possibilité ne serait intéressante pour vous qu'au cours de votre phase de démarrage (ou d'étude de marché), à moins que vous ne produisiez une denrée haut de gamme dont 100kg suffiraient à vous procurer un salaire mensuel suffisant (comme une terrine de foie gras vendue 100\$ le kilo).

En règle générale, si vous désirez préparer une quantité appréciable d'aliments ou en faire la vente en gros, il sera beaucoup plus pratique d'examiner la possibilité d'aménager un local de préparation à l'intérieur de votre domicile ou annexée à celui-ci. Il est aussi possible de louer un local, mais calculez bien les coûts liés à son aménagement (notamment la mise aux normes des recouvrements de sols, de murs et de plafonds) et les frais récurrents de location, de déplacement et de permis.

En bref, que vous produisiez ou non les aliments que vous préparez, que vous produisiez surtout des aliments bruts ou préparés, il est important d'avoir une bonne connaissance des lois qui régissent vos activités. Il est intéressant à ce point-ci de considérer la définition que fait la Loi d'une « préparation » alimentaire, une liste qui pourrait bien vous inspirer :

« préparation » : abattre, assaisonner, chauffer, coaguler, concentrer, confire, congeler, cuire, décongeler, décoquiller, découper, dépecer, dépiauter, déshydrater, désosser, emballer, enrober, évaporer, éviscérer, extraire, façonner, fermenter, fileter, filtrer, fumer, garnir, griller, hacher, laver, mariner, mélanger, mettre en conserve, mirer, morceler, moudre, mouler, parer, pasteuriser, peler, piquer, presser, réchauffer, réemballer, saler, saigner, saumurer, saurer, sécher, torréfier, trancher et tout autre genre de traitement ou de conditionnement d'aliments, à l'exception du parage des parties non comestibles, du lavage à l'eau et de l'emballage des fruits et légumes frais entiers, de l'emballage des œufs de consommation en coquille et de l'infusion, la dilution ou la reconstitution avec de l'eau d'un produit sec ou concentré pour service direct au consommateur en portion individuelle, sans chauffage subséquent de cette portion;¹

Notez que tous les prix des permis mentionnés dans ce document sont indexés annuellement. N'hésitez pas à contacter le MAPAQ pour toute clarification.

<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/md/Permis/Pages/Permis.aspx>

¹ Règlement sur les aliments : Loi sur les produits alimentaires (L.R.Q., c. P-29, a. 40)

VIANDE ABATTUE PAR SON PROPRIÉTAIRE

Soulignons d'abord qu'en tant qu'éleveur, vous pouvez abattre un animal à la ferme pour votre consommation personnelle. Il existe des ateliers de découpe à forfait qui détiennent un *permis de services moyennant rémunération* (SMR) et qui pourront découper pour vous l'animal que vous avez abattu. Toutefois, cette viande ne peut être revendue (telle quelle ou transformée) à qui que ce soit.

VIANDES ABATTUES ET PRÉPARÉES PAR UN TIERS

Si vous êtes éleveur et que vous amenez vos animaux à un abattoir sous inspection permanente, vous pourrez en faire la **vente en gros** sans avoir besoin d'obtenir un permis du MAPAQ. Par contre, c'est l'abattoir qui devra livrer la carcasse de votre animal chez votre client. Elle ne pourra « passer » par votre entreprise avant d'atterrir chez lui. Si vous désirez faire découper, hacher ou transformer (en saucisse, charcuteries, smoked-meat, etc.) votre viande, deux choix s'offrent à vous : faire affaire avec l'atelier de charcuterie de votre abattoir s'il offre ce service ou demander à l'abattoir de livrer votre viande à un transformateur externe détenant un *permis de vente en gros de produits carnés* (C1). Une fois la transformation opérée, il devra livrer lui-même vos produits chez les grossistes de votre choix.

Si vous désirez aller chercher vos carcasses, découpes ou produits transformés et en faire la livraison vous-même sans détenir de *permis de vente en gros de produits carnés* (C1), vous devrez vous limiter à en faire la **vente directe aux consommateurs**. De plus, à moins que vous n'apportiez votre viande directement chez vos clients après en avoir pris livraison, il vous faudra soit un *permis de vente au détail – garder chaud ou froid* (249 \$/an en 2019), soit un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019) pour avoir le droit de la stocker dans un réfrigérateur ou un congélateur à votre lieu d'affaires. L'obtention de l'un ou l'autre de ces permis nécessite que vous obteniez une attestation de *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire*. D'une durée minimale de 12 heures, cette formation peut être suivie en ligne. La liste des formateurs est disponible sur le site du MAPAQ.

Enfin, notez qu'au moment de faire la **vente directe** de votre viande **aux consommateurs** lors d'un événement ayant lieu à l'extérieur de votre lieu d'affaires (par exemple un marché public ou une foire agroalimentaire), vous devrez obtenir, à chaque occasion, un *permis Événements spéciaux*. Toutefois, si vous êtes producteur des produits carnés que vous vendez, vous n'êtes pas tenu de vous procurer ce permis. Vous devez par contre être titulaire de l'un ou l'autre des *permis de vente au détail* et l'avoir avec vous.

PRÉPARATIONS SANS PRODUITS CARNÉS (SANS VIANDE)

Si vous souhaitez préparer des aliments (voir la définition de *préparation* dans l'introduction), vous devenez transformateur et un permis de transformation devient nécessaire. L'exploitation d'un *permis de vente au détail – préparation générale* (324\$/an en 2019) à même votre *cuisine domestique* vous limitera à la production de 100 kg (220 lb) d'aliments par mois et à la **vente directe aux consommateurs**.

En exploitant ce même permis dans un *local de préparation*, vous n'auriez plus à considérer la limite de 100 kg et aurez aussi le droit de faire de la **vente en gros** de produits ne contenant pas de viande. Un local de préparation est, dans sa plus simple expression, une *cuisine domestique* RÉSERVÉE à votre production commerciale. Voilà pourquoi on y fait souvent référence en tant que cuisine secondaire, puisqu'elle est fréquemment aménagée dans une pièce de votre domicile ou dans un local attenant à celui-ci.

Il est intéressant de noter que les œufs et les produits laitiers, lorsqu'ils sont ajoutés à vos préparations, ne sont pas considérés comme des produits carnés. Ainsi, une quiche avec de la crème, des œufs et du fromage est considérée comme un produit sans viande.

L'obtention de ce *permis de vente au détail – préparation générale* vous oblige à être titulaire d'une attestation de *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire*. D'une durée minimale de 12 heures, cette formation peut être suivie en ligne. La liste des formateurs est disponible sur le site du MAPAQ.

Enfin, si vous n'êtes pas producteur des aliments que vous transformez et que vous faites la **vente directe** de vos produits **aux consommateurs** lors d'un événement ayant lieu à l'extérieur de l'établissement où vous faites vos préparations (par exemple dans un marché public ou une foire agroalimentaire), vous devrez, à chaque occasion, obtenir un permis *Événements spéciaux* (35 \$ le premier jour, 9 \$ par jour supplémentaire en 2019). Si vous planifiez participer à plus de 9 événements annuellement, il est plus avantageux de se procurer un permis de *vente au détail* (324\$/an en 2019) dédié à vos ventes à l'extérieur de votre domicile. Si vous êtes producteur, il vous suffira d'avoir votre *permis de vente au détail* avec vous.

PRÉPARATIONS AVEC PRODUITS CARNÉS (AVEC VIANDE)

Que vous travailliez dans une *cuisine domestique* ou un *local de préparation*, si vos préparations contiennent de la viande, un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019) vous permettra uniquement d'en faire la **vente directe aux consommateurs**.

Si vous désirez en faire la **vente en gros**, vous devrez acquérir un *permis de vente en gros de produits carnés*, connu sous le nom de « C1 » (562 \$/an en 2019), et travailler dans un *environnement spécialisé* « C1 ». Sachez que, contrairement au *permis de vente au détail*, avec ce permis vous devrez vous limiter à fabriquer une catégorie précise de produits (charcuterie générale, conserves de viande, préparation de pizzas, préparation de produits marins, etc.). La catégorie « charcuterie générale » est la plus commune et permet la préparation d'une grande variété de produits prêts-à-manger contenant de la viande. Si vous désirez préparer plus d'une catégorie d'aliments, vous devrez obtenir un permis supplémentaire en conséquence.

La demande d'un *permis de vente en gros de produits carnés* est soumise à un processus d'approbation plus complexe que celui qui accompagne une demande de *permis de vente au détail*. Vous devrez obligatoirement travailler à partir d'un *environnement spécialisé* plus dispendieux à construire (ou à louer) qu'une simple *cuisine domestique* ou qu'un *local de préparation*. Votre dossier de demande de permis devra être bien étayé et vous ne pourrez entrer en activité avant que votre demande n'ait été traitée et approuvée et votre local inspecté. L'encadré « **Environnement spécialisé C1** » ci-dessous explique plusieurs des conditions d'obtention d'un *permis de vente en gros de produits carnés*.

En ce qui concerne les normes d'aménagement des lieux rattachées à un *permis de vente au détail*, elles sont plus simples à respecter et ne nécessitent pas d'investissements locatifs majeurs. La demande en tant que telle est très simple à remplir. Une fois votre demande de permis envoyée (accompagnée de votre paiement), vous recevrez votre permis par la poste. Une inspection « surprise » (c'est-à-dire sans rendez-vous) du MAPAQ viendra éventuellement confirmer que vous respectez bien les normes d'hygiène et de salubrité établies par la loi (voir **La salubrité en bref** ci-dessous). Vous pouvez débiter vos activités dès l'envoi de votre demande (gardez une copie de votre demande et de votre paiement jusqu'à l'obtention de votre permis)

L'obtention de l'un ou l'autre des permis nécessite que vous obteniez une attestation de *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire* (185 \$). D'une durée minimale de 12 heures, cette formation peut être suivie en ligne. La liste des formateurs est disponible sur le site du MAPAQ.

Enfin, pour faire de la **vente directe aux consommateurs** à l'occasion d'un événement ayant lieu à l'extérieur de votre établissement (par exemple un marché public ou une foire agroalimentaire):

- > et que vous travaillez à partir d'une *cuisine domestique* ou un *local de préparation*:
 - si vous n'êtes pas producteur des aliments que vendez, vous devrez, à chaque occasion, obtenir un permis *Événements spéciaux* (35 \$ le premier jour, 9 \$ par jour supplémentaire en 2019).

- si vous êtes producteur des aliments que vous vendez, il vous suffira d'avoir votre *permis de vente au détail* avec vous.

> et que vous travaillez à partir d'un *environnement spécialisé* « C1 » : en plus d'un *permis de vente en gros de produits carnés*, vous devrez aussi vous procurer annuellement soit un *permis de vente au détail – garder chaud ou froid* (249 \$/an en 2019), soit un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019) pour faire la **vente directe aux consommateurs**.

ENVIRONNEMENT SPÉCIALISÉ « C1 »

Entre producteurs et transformateurs, beaucoup de rumeurs circulent quant au prix de l'aménagement d'un *environnement spécialisé* propre à recevoir la certification « C1 ». Or dans les faits, c'est comme tout le reste : vous pouvez y investir une fortune en cherchant une formule clé en main et en achetant les équipements les plus luxueux, comme vous pouvez être débrouillard et économe et accepter de faire quelques compromis sur le degré de confort dont vous bénéficierez en début de parcours. L'important est de respecter les normes définies par le MAPAQ (voir [GUIDE DEMANDE DE PERMIS EN VENTE EN GROS DE PRODUITS CARNÉS](#) sur le site Internet du MAPAQ)

En quelques mots, vous devrez disposer d'un lieu divisible en locaux et vos locaux devront être assez spacieux pour être eux-mêmes divisibles en aires distinctes (par exemple une aire de découpe, une aire de cuisson, une aire pour laver la vaisselle).

Les locaux essentiels sont les suivants :

- Réception et expédition
- Cuisine
- Chambre froide (peut être installée dans la cuisine)
- Locaux sanitaires (salle de bain, vestiaire)

Éventuellement, vous pourrez y annexer un local et que vous transformerez en boutique.

Essentiellement, votre demande sera composée de deux choses :

- un **devis descriptif** énonçant :
 - votre source d'eau potable, froide et chaude;
 - le moyen utilisé pour entreposer vos déchets et en disposer;
 - la source d'éclairage qui vous fournira un minimum de 50 décalux au pied carré et votre système protecteur en cas de bris d'ampoule (cylindres en plastique pour les néons, boîtiers hermétiques pour les luminaires);
 - votre système de ventilation (hottes);
 - votre système de drainage (drains de plancher);
 - les matériaux utilisés pendant la construction (privilégiez l'acier inoxydable, la céramique, le PVC et l'époxy);
 - le type d'équipements que vous utiliserez;
 - votre système de nettoyage et de désinfection (produits et équipements);
- un **formulaire** très court requérant plusieurs annexes importantes :
 - la déclaration d'immatriculation de votre entreprise;
 - une lettre d'accompagnement avec :
 - le nom de l'entreprise et du contact principal,
 - une description sommaire de vos opérations et de vos produits,
 - le volume approximatif de production,
 - la provenance de la viande utilisée (fournisseurs principaux);
 - des plans (du bâtiment et de sa localisation, des locaux et des aires).

LA SALUBRITÉ EN BREF

Que vous choisissiez d'utiliser d'abord votre *cuisine domestique*, que vous soyez rendu à investir dans un *local de préparation* ou un *environnement spécialisé*, ou encore que vous décidiez de produire exclusivement sur la route, les règles générales pour la préparation des aliments s'appliquent à tous :

ESSENTIELLEMENT LE LOCAL doit être muni :

- de portes, de murs et de plafonds lavables, lisses, non en état ou en voie de putréfaction et exempts d'aspérités ou d'écailles;
- de planchers non absorbants, lavables, sans fissures et exempts de bran de scie, de carton, de sel ou de toute matière sèche ou humide;
- de portes, de fenêtres, de moustiquaires et de bouches d'aération ajustées de façon à empêcher l'entrée de toute espèce d'animaux y compris les insectes et les rongeurs;
- d'une aire ou d'un local pourvu d'un évier;
- d'eau potable courante froide et chaude (60 °C ou plus);
- d'un distributeur à savon liquide ou en poudre et de serviettes jetables;
- d'un système de récupération ou d'évacuation des eaux usées;
- d'un système de ventilation adapté aux activités d'exploitation;
- d'un récipient pour les déchets.

En gros, un évier fonctionnel, une hotte si vous faites de la cuisson et une poubelle.

Sur la route, dans les marchés publics et les fêtes champêtres, un plancher de béton, d'asphalte ou de bois suffit pour tenir lieu d'espace (aire, local) adéquat. L'évier (avec eau courante chaude et froide, savon et serviettes jetables) et les locaux sanitaires sont en général fournis par l'organisation responsable de l'évènement. Si vous faites une préparation alimentaire (voir page 5) sur place, un système portatif de distribution de savon, d'eau chaude et d'eau froide doit être installé à proximité de votre stand. Apportez votre poubelle et installez un lieu de préparation temporaire adéquat.

ESSENTIELLEMENT, LA PERSONNE doit :

- porter un bonnet ou une résille propre qui recouvre entièrement les cheveux et, le cas échéant, un protège-barbe;
- s'abstenir de porter des gants de latex, du vernis à ongles ou des bijoux.

ESSENTIELLEMENT, LES PRODUITS :

- chauds sont maintenus à des températures supérieures ou égales à 60 °C/140 °F;
- froids sont maintenus à des températures inférieures ou égales à 4 °C/40 °F;
- congelés sont maintenus au-dessous ou à -18 °C/0 °F.

À QUELS MARCHÉS VOULEZ-VOUS AVOIR ACCÈS?

LA VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS, LA VENTE EN GROS ET LA CONSIGNATION

Parallèlement à la compréhension des exigences et des possibilités inhérentes au type de permis de préparation qu'il vous faudra obtenir, il est essentiel de considérer le ou les marchés auxquels vous aurez accès.

Si vous vendez vous-même vos produits à votre établissement, dans les marchés publics ou les foires agroalimentaires, à votre table champêtre ou dans un kiosque à la ferme, vous faites de la **VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS**.

Si vous vendez vos produits à un tiers qui en fait la revente, que celui-ci soit un détaillant, un restaurateur, un transformateur ou un grossiste, vous faites de la **VENTE EN GROS**.

Bien entendu, il vous arrivera peut-être de faire ces deux types de vente à la fois ou en alternance.

Comme nous l'avons vu dans le premier chapitre, la nature de votre environnement de travail (type de local de préparation) et le choix des ingrédients de votre préparation (avec ou sans viande) sont directement en correspondance avec le type de marché auquel vous aurez accès (vente en gros ou vente au détail).

Alors que la **vente directe** d'une préparation contenant ou non de la viande peut être relativement simple, la **vente en gros de préparations carnées** représentera d'importants investissements.

Toutefois, si vos préparations contiennent de la viande, il est important de savoir qu'il existe aussi une façon de faire qui se situe à la croisée des chemins entre la **vente directe aux consommateurs** et la **vente en gros**, c'est la **CONSIGNATION** (voir ci-dessous LA CONSIGNATION). Celle-ci vous permet de confier vos préparations à des détaillants qui en feront la vente pour vous sans que vous ayez besoin d'un *permis de vente en gros de produits carnés*.

VENTE DIRECTE OU VENTE EN GROS?

La vente directe présente beaucoup d'avantages pour l'artisan qui offre un produit de spécialité, fabriqué en petit volume pour une clientèle privée qui apprécie la particularité de la denrée alimentaire qu'il prépare.

Puisque l'artisan offre un produit unique, sa clientèle sera portée à aller vers lui, que ce soit à son lieu de production (boutique, restaurant, table champêtre, auberge, etc.) ou dans un marché public ou une foire agroalimentaire (fête gourmande, festival, etc.).

Les avantages apparents de la vente directe sont nombreux :

- meilleure marge de profit; contact direct avec la clientèle;
- succession beaucoup plus rapide des étapes d'achat, de transformation, de vente, de paiement;
- meilleur contrôle de son image, de son prix de vente et de l'information se rapportant aux produits

Dans le cas de produits contenant de la viande, un avantage important s'ajoute à cette liste : le *permis de vente au détail - préparation générale* nécessaire à la confection de produits carnés vendus directement aux consommateurs est moins coûteux et beaucoup plus facile à obtenir qu'un *permis de vente en gros de produits carnés* (C1) nécessaire à la vente en gros, ce qui se traduira par un plus petit investissement de départ et des frais de roulement minimaux.

Les inconvénients d'une approche d'affaires basée exclusivement sur la vente directe se rapportent principalement à la publicisation des produits et au volume d'écoulement maximal de ceux-ci. Si votre objectif est d'offrir une très grande quantité de produits au plus bas prix possible, vous aurez besoin de beaucoup de visibilité et d'un grand volume de vente. Pour toucher le plus grand nombre d'acheteurs possible, il est préférable de vous pencher sur les possibilités offertes par la vente en gros, par l'entremise d'un grand distributeur ou en faisant affaire directement avec les sièges sociaux des grandes chaînes d'alimentation.

Rappelez-vous toutefois que les exigences (législatives, opérationnelles et autres) sont toujours plus nombreuses, et donc plus coûteuses, dans la vente en gros que dans la vente directe au consommateur.

Chose certaine, dans le calcul de la rentabilité de votre entreprise, il est très important de considérer votre taux horaire annuel. Celui-ci s'obtient, évidemment, en divisant votre profit annuel par le nombre d'heures réelles travaillées. Il arrive que certains producteurs réalisent que leur taux horaire est bien meilleur lorsqu'ils vendent eux-mêmes un plus petit volume de produits que s'ils essaient de vendre beaucoup de produits par l'entremise de distributeurs et de détaillants. Le chiffre d'affaire peut être plus impressionnant lorsque le volume est grand, mais la marge de profit obtenue en contrepartie du temps investi doit être considérée avant toute chose.

Si par exemple, à l'occasion d'une foire alimentaire, vous vendez une préparation 10 \$ et que le coût de location de votre emplacement à la foire est de 800 \$, vous pouvez considérer que la foire vous coûte 8 % de votre prix de vente si vous arrivez à vendre 1 000 préparations et à faire ainsi un chiffre d'affaires de 10 000 \$. Bien sûr, il vous en aura aussi coûté un *permis événements spéciaux* du MAPAQ (35 \$ le premier jour + 9 \$ par jour additionnel en 2019), vos déplacements (par exemple 100 \$ d'essence) et votre temps (une trentaine d'heures sur trois jours par exemple). Si vous vous attribuez un taux horaire de 20 \$ de l'heure, il vous en aura théoriquement coûté 600 \$ pour vendre vos 1 000 préparations. Vous aurez donc accumulé environ 8 500 \$ (et 600 \$ de salaire!) qui, ne l'oublions pas, vous auront été payés sur-le-champ, souvent en argent comptant. Ainsi, ce que vous aurez investi pour confectionner vos produits la semaine précédente sera récupéré, à profit, sans autres délais.

Beaucoup de petits producteurs tirent ainsi leur épingle du jeu en faisant exclusivement de la vente directe. Ils ne voient pas l'intérêt de sacrifier une partie de leur profit en vendant leurs produits « à rabais » aux détaillants (en plus d'avoir à les livrer) alors que leur clientèle privée achète déjà l'intégralité de leur production.

Évidemment, tout ceci dépend du type d'entreprise que vous désirez bâtir et du type de produit auquel vous désirez que l'on vous identifie. Pour l'artisan spécialisé qui aspire à développer son propre créneau, un petit volume et une vente directe sont souvent des gages de qualité et d'authenticité que sa clientèle recherche. L'entrepreneur qui désirera s'assurer d'une forte pénétration, dans un marché alimentaire dit conventionnel, devra être en mesure de subvenir à une demande importante et croissante. Puisqu'il est en compétition directe avec des produits similaires aux siens, il voudra s'assurer de réduire ses coûts au maximum et ne verra pas « l'art de la confection » du même œil. Sa clientèle recherchera un produit acceptable au meilleur prix possible.

Cela dit, la vente en gros a aussi ses qualités propres. Les détaillants peuvent offrir de nombreux avantages aux artisans, surtout en ce qui a trait au service à la clientèle et à la construction de la notoriété d'un produit. En effet, pour un consommateur, être en mesure de se procurer votre produit à des moments et à des endroits opportuns pour eux (20 h le vendredi soir à Montréal en se rendant chez des amis par exemple) peut être très apprécié par ceux-ci. Le bouche à oreille peut aussi entrer en jeu. Si les amis de vos clients aiment votre produit, ils sauront où le trouver et iront sans doute s'en procurer dans les jours ou les semaines à venir. À moins que tous vos clients habitent à quelques kilomètres de votre lieu de production et que celui-ci soit ouvert au public de 9 h à 17 h tous les jours, la vente directe n'est pas des plus pratiques pour le consommateur.

En somme, vous bénéficierez d'une vitrine plus large pour vous faire connaître. Non seulement le commerce de détail est-il souvent ouvert tous les jours (ou presque), mais il s'adresse à une clientèle qui ne fréquente peut-être pas les foires et les marchés publics et qui, ainsi, ne se déplacerait pas jusqu'à vous. À l'inverse des foires

estivales, les commerces de détail sont des lieux à adresse fixe et stable, ouverts à l'année.

Dans une phase de démarrage, vous pourriez choisir de partager vos ventes entre la vente directe et la vente en gros, en admettant les avantages des deux façons de procéder. Éventuellement, vous trouverez ce qui vous convient le mieux.

Si vos produits contiennent de la viande et que l'idée d'investir dès le départ dans un local adapté aux lourdes exigences d'un *permis de vente en gros de produits carnés* (C1) ne vous sourit pas, procurez-vous un *permis de vente au détail - préparation générale*, commencez par la vente directe de votre produit, puis tâtez le terrain de la vente en gros en profitant des possibilités qu'offre la **consignation**.

LA CONSIGNATION

Définie par le MAPAQ comme de la **vente directe**, la **consignation** consiste à livrer vos produits (préparés dans une cuisine où vous exploitez un *permis de vente au détail - préparation générale*) chez un détaillant, sans les facturer sur-le-champ. Si vos produits sont réfrigérés (par exemple des sandwichs au jambon), congelés (par exemple de la sauce à spaghetti) ou maintenus chauds (par exemple un bœuf bourguignon livré le midi chez un détaillant qui offre de la nourriture dans des réchauds à ses clients), vous devrez vous procurer un *permis de vente au détail - garder chaud ou froid* (au coût de 249 \$/an en 2019) que vous placerez sur le congélateur, le réfrigérateur ou le réchaud où se trouvent vos produits.

Ainsi, les produits demeurent votre propriété et sont sous votre responsabilité jusqu'à ce qu'ils soient vendus par le détaillant. Vous êtes le seul responsable de la qualité et de la salubrité de vos produits (par exemple, si la température du réfrigérateur n'est pas conforme aux exigences, vous êtes responsable même si l'équipement ne vous appartient pas). Une copie du contrat ou de l'entente établie entre vous et le consignataire doit être disponible sur le lieu de vente pour vérification de la part d'un inspecteur du MAPAQ.

Une fois les produits vendus, vous les facturez.

À raison de 249 \$ en 2019 par année par point de vente, le coût d'achat de permis peut rapidement devenir important.

Sachez aussi que gérer la facturation pour des produits consignés peut se révéler plus complexe que dans le cas de la vente en gros habituelle. Par contre, c'est une excellente manière de faire une étude de marché pour une entreprise qui n'a pas encore un *permis de vente en gros de produits carnés*.

Ajoutons enfin que, si votre produit contient de la viande, mais ne nécessite aucune réfrigération (viande séchée, préparation de viande en conserve, base de bouillon déshydraté, etc.), vous n'aurez pas besoin d'un *permis de vente au détail - garder chaud ou froid* pour profiter de la **consignation**.

L'EMBALLAGE DU PRODUIT

Même si l'emballage d'un produit joue un grand rôle dans le processus de séduction exercé sur le consommateur, sachez qu'un étiquetage inadéquat peut entraîner le rappel, fortement publicisé, de votre produit.

Ainsi, si vous omettez d'inscrire sur l'étiquette un ingrédient entrant dans la composition de votre produit, celui-ci pourrait faire l'objet d'un rappel ou même d'une saisie. En indiquant, par exemple, « mayonnaise » sans fournir la liste des ingrédients qui composent votre mayonnaise (huile de canola, œuf, vinaigre, sel, sucre, etc.), vous commettez une erreur importante. Et parce que l'œuf est un allergène à déclaration obligatoire, un rappel d'aliments est nécessaire pour éviter que des personnes allergiques aux œufs consomment votre produit. Prenez l'habitude d'indiquer TOUS les ingrédients qui entrent dans la préparation de vos produits, incluant la liste des ingrédients qui entrent dans la composition des ingrédients que vous utilisez (ex. : sirops, bouillons, mélanges d'épices, sucres, etc.).

ÉLÉMENTS DEVANT OBLIGATOIREMENT APPARAÎTRE SUR L'EMBALLAGE DE VOS PRODUITS

- Le nom de votre produit.
- Le nom de votre entreprise.
- L'adresse de votre entreprise (la ville, la province et le code postal suffisent). La quantité contenue dans l'emballage (poids ou volume s'il s'agit d'un liquide).
- Pour un produit dont la durée de conservation est de 90 jours ou moins, la date limite de conservation (date de péremption entendue avec le MAPAQ) et la date d'emballage.
- S'il y a lieu, la mention « Garder congelé » ou « Garder réfrigéré » ou « Réfrigérer après ouverture » si son mode de conservation diffère des conditions ambiantes.
- La liste de TOUS les ingrédients, en ordre de quantité décroissante. Lorsqu'un de vos ingrédients est lui-même composé d'ingrédients, il faut les mentionner. Par exemple, on écrira « bouillon (eau, poulet, carottes, oignons, sel) ». Vu le nombre croissant d'allergies alimentaires, il est préférable de nommer aussi les épices, les fines herbes et les assaisonnements utilisés. Une liste d'ingrédients incomplète est une des premières causes de rappel des aliments.
- Ajoutez, à la suite de la liste de vos ingrédients, la liste des allergènes reconnus que votre produit contient, en indiquant en caractères gras « **CONTIENT** : » suivi des allergènes alimentaires prioritaires : arachides, blé (incluant épeautre et kamut), fruits de mer (poisson, crustacés et mollusques), lait, moutarde, noix, œufs, sésame, soja et sulfites. Cette mention n'est pas obligatoire si les allergènes sont déclarés dans la liste d'ingrédients. Si vous choisissez de procéder ainsi, il devient alors nécessaire de renommer TOUS les allergènes présents dans le produit.
- Les directives pour la préparation de votre produit. (Non obligatoire)

LES VALEURS NUTRITIVES : OBLIGATOIRES LORSQUE VOUS FAITES LA VENTE EN GROS DE VOS PRODUITS

Une étiquette (unilingue ou bilingue) des valeurs nutritives est obligatoire uniquement lorsque vous faites la vente en gros d'une préparation alimentaire. Une analyse nutritive en laboratoire peut coûter plus de 1 000 \$. Par contre, si votre produit est composé d'ingrédients déjà répertoriés dans les bases de données nutritives nord-américaines, l'analyse théorique par logiciel spécialisé est tout aussi acceptable et beaucoup plus abordable.

À droite, un exemple d'étiquette de valeurs nutritives bilingue conforme.

Valeur nutritive / Nutrition Facts	
par 1/2 conserve (270g) / Per half can (270g)	
Teneur Amount	% valeur quotidienne % Daily Value
Calories / Calories 231	
Lipides / Fat 17g	27%
Saturés / Saturated 12g	61%
+ Trans / Trans 0 g	
Cholestérol / Cholesterol 0 mg	0%
Sodium / Sodium 589mg	25%
Glucides / Carbohydrate 14 g	5%
Fibres / Fibre 1 g	3%
Sucres / Sugars 5 g	
Protéines / Protein 2 g	
Vitamine A / Vitamin A	3 %
Vitamine C / Vitamin C	33 %
Calcium / Calcium	4 %
Iron / Fer	9 %

LE CODE À BARRES : SOUVENT EXIGÉ PAR LES DÉTAILLANTS QUI FONT LA REVENTE DE VOS PRODUITS

Bien qu'il ne soit pas obligatoire, le code à barres peut être exigé par certains détaillants, surtout les plus gros. Il permet aux caissiers et aux caissières de transférer rapidement les informations qu'il contient sur votre produit à l'aide d'un lecteur de codes à barres relié aux caisses électroniques.

Le code à barres est une représentation graphique d'un numéro unique composé de 12 chiffres. Il est aujourd'hui possible de louer (par exemple <http://www.gs1ca.org>) ou d'acheter (par exemple <http://www.buyabarcodes.com>) un code à barres. Son équivalent graphique vous est fourni au moment de l'achat. Il vous suffit d'ajouter l'image de votre code à barres sur vos étiquettes ou de faire simplement imprimer des autocollants avec votre code à barres. Assurez-vous toutefois de l'imprimer à haute résolution (300 ppp [dpi]) minimum, sinon le lecteur de codes-barres pourrait ne pas déchiffrer correctement le numéro.

À droite, représentation graphique (code à barres) du numéro 705105284750 avec la police de caractère « UPC-A »



Lorsqu'un détaillant accepte de vendre votre produit, il ajoute lui-même votre code à barres dans la base de données de son commerce. Il associe votre code à barres au

prix de vente du produit et à la courte description qui apparaîtra sur la facture des consommateurs.

LA PROMOTION DU PRODUIT

Dans le cas de la vente directe aux consommateurs

Lorsque vous disposez d'un espace boutique à votre lieu d'affaires, les éléments suivants sont importants à considérer :

- Choisissez, puis maintenez, des heures d'ouverture stables et pratiques pour vos clients. Vous devrez inévitablement être ouverts en fin de journée, durant les fins de semaine et à l'occasion de certains jours fériés pour répondre adéquatement aux besoins de vos clients.
- Maintenir une présence en ligne intéressante et dynamique peut se révéler être un défi de taille pour un entrepreneur qui s'occupe de tout lui-même. Assurez-vous tout au moins d'avoir un page *Web* (votre nom de domaine .com ou .ca) qui affiche vos spécialités (en photos si possible), votre adresse, vos heures d'ouverture, un numéro de téléphone ainsi qu'une adresse de courriel. L'adresse courriel idéale est info@VotreNomDeDomaine.com ou .ca.
- Lorsque des consommateurs vont chez vous, il est impératif de profiter de l'occasion pour leur faire goûter vos produits. Si ceux-ci doivent être apprêtés pour être mis en valeur, pourquoi ne pas le faire?
- Plus votre offre est diversifiée, plus la probabilité que les consommateurs se rendent à votre boutique est grande. Pourquoi ne pas ajouter sur vos tablettes quelques-uns des produits d'entrepreneurs de la région? Non seulement pourrez-vous en retirer un profit intéressant, mais vous deviendrez aussi une destination plus attrayante pour un plus grand nombre de personnes.¹
- Si votre entreprise a pignon sur rue en région, il est fort probable qu'elle soit visitée par des vacanciers ou des promeneurs. Il arrivera sans doute que ceux-ci arrêtent à votre boutique à la recherche de quelque chose à se mettre sous la dent. Pourquoi ne pas avoir un produit prêt-à-manger, peu encombrant, qu'on peut déguster debout ou assis sur un banc?
- Le consommateur qui prend la peine d'aller chez vous, plutôt que chez un de vos détaillants (si vous en avez), devrait en avoir un peu plus pour son argent. Cela dit, il ne faut pas non plus damer le pion à vos détaillants en offrant vos produits à un prix trop bas. Plutôt que de proposer tous vos produits à meilleur prix, offrez quelques promotions exclusives à la boutique : « achetez-en trois obtenez-en un gratuitement », 15 % de rabais à l'achat de 50 \$, une carte fidélité, etc.
- Le consommateur qui vous adopte s'intéresse à vos méthodes de travail. Si votre entreprise s'y prête, n'hésitez pas à organiser des visites guidées des

¹ Si votre boutique est située en zone verte, les ventes directes liées à vos propres produits doivent constituer au minimum 50% du chiffre d'affaires de la boutique.

lieux. Plus celles-ci sont élaborées (dégustation, boisson, repas), plus le consommateur acceptera de déboursier un montant important pour y participer.

- Enfin, si votre espace le permet, pourquoi ne pas fournir une aire de repos aux passants? Quelques tables de pique-nique et l'accès à la salle de bain de votre boutique feront de votre commerce une destination plus attirante pour « arrêter manger » ou « faire une petite halte ». Sachez profiter de l'occasion pour offrir aux pique-niqueurs ce qui pourrait leur manquer...

Lorsque vous participez à des marchés publics ou des foires agroalimentaires :

- Sans contredit, la qualité première d'une denrée alimentaire est son goût et son apparence. Bien qu'on puisse « manger avec les yeux », c'est en goûtant un plat, un fruit, une pâtisserie, une charcuterie ou un fromage qu'on développera l'envie de l'acheter. Si la saveur est suffisamment séduisante, on achètera une denrée alimentaire de manière impulsive, qu'on en ait prévu l'achat ce jour-là ou non. Bref, **il faut absolument faire goûter ses produits au plus grand nombre de personnes possible**. La tarte que vous aurez divisée en une centaine de bouchées aura permis à autant de bouches de vous découvrir et de vous apprécier. Et n'hésitez pas à apprêter vos produits de la façon la plus goûteuse possible : servez votre gelée accompagnée d'un petit bout de viande ou de fromage, versez votre sirop sur une cuillerée de crème glacée, proposez une petite tranche de charcuterie sur un morceau de melon, offrez votre vin doux avec un petit pâté, bref, sachez mettre vos spécialités en valeur.
- Sur la route, votre stand devient en quelque sorte votre lieu d'affaires et les denrées alimentaires que vous y préparez demeurent assujetties aux règles d'hygiène et de salubrité de base. **Attendez-vous à ce que le MAPAQ le visite pour vérifier si vous respectez les règles d'hygiène**. Dans un marché ou une foire, un plancher de béton, d'asphalte ou de bois suffit pour tenir lieu d'espace (aire, local) adéquat. Des éviers (avec eau courante, chaude et froide, savon et serviettes jetables) et des locaux sanitaires sont en général installés par l'organisation responsable de l'évènement. Si vous faites tout type de préparation alimentaire (voir page 5) sur place, un système portatif de distribution de savon, d'eau chaude et d'eau froide doit être installé à proximité de votre stand. Apportez votre poubelle et vous disposez d'un lieu de préparation temporaire adéquat.
- Assurez-vous que votre espace de vente est toujours propre et attrayant.
- Lorsque les consommateurs vous approchent ou passent devant votre stand, soyez dynamique et courtois. Offrez de goûter, de manière sympathique et légère, mais n'insistez pas. Il est inutile de vous acharner sur un passant qui n'a pas envie de votre produit. De plus, si vous harcelez les consommateurs, vous contribuerez certainement à écourter leur visite et à vous attirer les foudres des autres participants.
- Outre l'aspect de vos produits, l'apparence générale de votre stand dépendra de la qualité du matériel promotionnel que vous utiliserez. Votre bannière est souvent la première chose qu'un consommateur verra et qui lui permettra de

décider, avant même d'avoir vu vos produits, s'il a envie d'aller voir ou de passer son chemin.

- Affichez vos prix. Non seulement c'est obligatoire, mais les consommateurs préfèrent connaître rapidement la gamme de prix des produits que vous offrez.
- Faites la promotion des détaillants de la région qui offrent vos produits. La grande majorité des consommateurs veulent savoir où ils pourront se procurer vos produits après l'évènement. Soyez certains que les détaillants se feront un plaisir de vous fournir leur carte professionnelle et qu'ils apprécieront votre geste.

Dans le cas de la vente en gros

Pour augmenter le nombre de vos points de vente :

1. Commencez par trouver une boutique dans laquelle vous croyez que vos produits auraient leur place. Pour vous inspirer, visitez les sites Web de vos concurrents ou de vos pairs et prenez connaissance de leurs points de vente. Une fois le commerce trouvé, appelez et demandez à parler à la personne qui s'occupe des achats pour votre catégorie de produit.
2. Demandez un rendez-vous à l'acheteur pour lui présenter votre produit et le lui faire goûter.
3. Lors du rendez-vous, apportez des échantillons de dégustation, et une fois celle-ci terminée, présentez une liste de prix de vente suggérés à l'acheteur. Généralement, ce prix devrait être respecté par tous vos détaillants. Négociez ensuite l'escompte que vous lui accorderez, c'est-à-dire le prix de gros. En général, il s'agit d'un escompte allant de 20 à 40 % sur le prix de vente suggéré. L'escompte convenue dépend de plusieurs facteurs (durée de conservation du produit, prix de détail, produit consigné ou non). Il est préférable de ne pas donner de liste de prix de gros et de s'entendre verbalement sur un escompte, ceci vous donner plus de latitude pour faire varier votre marge de profit.
4. Au cours de cette rencontre, ou à l'occasion d'un appel subséquent, prévoyez une date de livraison et une dégustation en magasin pour présenter votre produit à la clientèle et aux employés du commerce. Vous pourriez même prévoir la livraison et la dégustation le même jour. Au moment de la livraison, remettez votre facture au détaillant. Celle-ci indiquera la date, la quantité et la nature des produits livrés, le prix entendu et le total du montant payable par le détaillant. Indiquez aussi les termes de paiement convenus (payable à la livraison, après 15 jours, après 30 jours, produits en consignment, etc.).

Pour augmenter les ventes à vos points de vente existants :

- Indiquez tous vos points de vente sur votre site web. C'est là que les personnes intéressées à trouver votre produit iront d'abord. De plus, vos détaillants apprécieront ce petit geste qui peut leur amener de nouveaux clients.

- Une à deux fois par mois, contactez chaque acheteur de chaque point de vente pour vérifier les stocks en magasin et prévoir les livraisons subséquentes.
- À l'occasion des livraisons, profitez de votre présence sur les lieux pour vérifier l'état de la marchandise et échanger une minute ou deux avec votre acheteur et les employés du commerce.
- Organisez de nouvelles dégustations en magasin pour stimuler la vente de vos produits. Plus votre produit est connu, autant par la clientèle de l'établissement que par ses employés, plus les ventes seront importantes.
- N'hésitez pas à faire parvenir des échantillons (surtout de vos NOUVEAUX produits) aux médias populaires (télévision, journaux, magazines, radio), à l'attention des chroniqueurs qui seraient susceptibles de parler de votre type de produit.

DIFFÉRENTS CAS DE FIGURE

PRÊT-À-MANGER « SUR LA ROUTE »

> Préparation sur place dans les marchés publics et foires agroalimentaires

À l'occasion de fêtes champêtres ou de marchés publics, vous pourriez par exemple préparer des paninis ou des « hot-dogs » à l'européenne à partir de produits achetés d'un grossiste ou préparer des roulés aux œufs à partir des œufs de votre propre élevage de poules. Pour ce faire, outre le respect du règlement de base (voir **LA SALUBRITÉ EN BREF** ci-dessus), vous n'auriez besoin que d'un *permis événements spéciaux* au coût de 35 \$ pour le premier jour et de 9 \$ pour chaque jour additionnel en 2019. Puisque vous n'exploitez pas de local de transformation, aucun autre permis n'est requis. Si vous planifiez participer à plus de 9 événements annuellement, il est plus avantageux de se procurer un permis, celui de *vente au détail* (324\$/an en 2019) pour l'ensemble de vos événements.

SAUCE À SPAGHETTI CONGELÉE (AVEC ET SANS VIANDE)

> Sauce préparée avec de la viande hachée, dans une cuisine domestique

Outre le respect du règlement de base (voir **LA SALUBRITÉ EN BREF** ci-dessus), vous serez tenu de détenir un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019) ainsi qu'une *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire* (±185 \$). Vous devrez limiter votre production à **100 kg de sauce par mois**. La viande que vous utiliserez devra provenir d'un abattoir provincial ou fédéral sous inspection permanente, ou d'un grossiste en alimentation qui s'y approvisionne.

Il vous sera alors possible de faire la **vente directe** de votre sauce **aux consommateurs**. Notamment :

- à votre domicile;
- en consignment dans un commerce de vente au détail;
- dans un marché public;
- dans une foire agroalimentaire.

Si vous n'êtes pas le producteur de la viande que vous utilisez pour faire la sauce à spaghetti que vous vendez dans un marché public ou une foire agroalimentaire, un *permis événements spéciaux* (35 \$ le premier jour + 9 \$ par jour additionnel en 2019) est exigible. Si vous planifiez participer à plus de 9 événements annuellement, il est plus avantageux de se procurer un deuxième permis, celui de *vente au détail* (324\$/an en 2019) que vous dédierez à vos ventes à l'extérieur de votre domicile. Si vous êtes le

producteur de votre viande, vous devrez avoir votre *permis de préparation générale* avec vous.

Si vous choisissez de mettre vos produits en consigne (voir **La consignation** ci-dessus), vous devrez livrer votre sauce à vos points de vente sans les facturer sur-le-champ. Une fois par semaine, ou selon l'entente, vous facturerez les contenants de sauce vendus. Puisque votre sauce demeure votre propriété avant qu'elle ne soit vendue, il vous faudra aussi obtenir un *permis de vente au détail – garder chaud ou froid* (249\$/an en 2019) que vous placerez sur le congélateur où se trouve votre sauce. N'oubliez pas que ce permis n'est valable que pour un seul point de vente et que vous devrez multiplier 249\$/an en 2019 par le nombre de points de vente desservis.

> Sauce préparées avec des légumes seulement, dans une cuisine domestique

Mêmes possibilités et contraintes que ci-dessus.

À l'occasion d'un marché public ou d'une foire agroalimentaire, si vous n'êtes pas le producteur des légumes que vous utilisez pour faire la sauce à spaghetti aux légumes que vous vendez, un *permis événements spéciaux* (35 \$ le premier jour + 9 \$ par jour additionnel en 2019) est exigible. Si vous êtes le producteur de vos légumes, vous devrez avoir votre *permis de vente au détail – préparation générale* avec vous.

> Sauce préparée avec viande hachée, dans un local de préparation

Tout ce qui change par rapport à la situation « Sauce préparée avec de la viande hachée, dans une cuisine domestique » est la quantité produite par mois. Dans un *local de préparation*, il n'y a aucune limite de quantité produite par mois. Vous demeurez tenus de faire uniquement la **vente directe** de votre sauce **aux consommateurs**, vous ne pourrez donc pas la vendre à des détaillants qui en feraient la revente (**vente en gros**). Vous pouvez toutefois décider d'emprunter la voie de la consignation (voir **La consignation** ci-dessus) pour rejoindre les consommateurs par l'entremise d'un détaillant.

> Sauce préparée avec des légumes seulement, dans un local de préparation

Outre le respect du règlement de base (voir **LA SALUBRITÉ EN BREF** ci-dessus), vous serez tenu de détenir un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019) ainsi qu'une *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire* (±185 \$).

Il vous sera alors possible de faire la **vente directe aux consommateurs** et la **vente en gros** de votre sauce « végétarienne ». Bien qu'elle ne puisse contenir

de viande, n'oubliez pas qu'elle peut contenir des œufs ou des produits laitiers.

À l'occasion d'un marché public ou d'une foire agroalimentaire, si vous n'êtes pas le producteur des légumes que vous utilisez pour faire la sauce à spaghetti aux légumes que vous vendez, un *permis événements spéciaux* (35 \$ le premier jour + 9 \$ par jour additionnel en 2019) est exigible. Si vous êtes le producteur de vos légumes, vous devrez avoir votre *permis de vente au détail - préparation générale* avec vous.

> Sauce préparée avec de la viande hachée, dans un environnement spécialisé C1

Pour accéder à la vente en gros sans restrictions et vendre votre sauce où bon vous semble partout au Québec, il vous faudra obtenir un *permis de vente en gros de produits carnés* (aussi appelé C1, au coût de 562 \$/an en 2019) ainsi qu'une *formation de gestionnaire d'établissement alimentaire* (±185 \$).

La vente en gros vous permet de distribuer ou de faire distribuer votre sauce à spaghetti dans toutes les épicerie de quartier, supermarchés, épicerie fines, hôtels, restaurants et institutions (écoles, hôpitaux, etc.) du Québec.

De plus, vous pourrez transformer des produits pour d'autres, sur commande. Vous pourriez, par exemple, produire une sauce à spaghetti maison pour un restaurateur qui pourrait par la suite la servir à sa clientèle.

Pour faire la **vente directe aux consommateurs**, vous devrez aussi vous procurer un *permis de vente au détail – garder chaud ou froid* (249 \$/an en 2019) ou un *permis de vente au détail – préparation générale* (324 \$/an en 2019).

LA VENTE D'ŒUFS DE POULES QUE VOUS ÉLEVEZ

Pour tous les Québécois qui le désirent, il est possible d'élever jusqu'à 99 poules sans acheter de quota. Le quota est un mécanisme de contingentement associé à la gestion de l'offre canadienne. Vos 99 pondeuses produiront entre 1 500 et 2 000 œufs par mois, soit entre 125 et 166 douzaines d'œufs. Voici les différentes manières de les mettre en marché :

1. VENDRE SES ŒUFS EN COQUILLES CIRCUITS COURTS

> Vente chez soi, dans les marchés publics, foires alimentaires, points de chute, marchés de solidarité, coopératives dont vous êtes membres :

- aucun achat de quota requis jusqu'à 99 poules;

- aucun permis requis pour les ventes à la ferme OU si vous êtes un producteur agricole au sens de la Loi sur les producteurs agricoles (Article 1, alinéa j) SINON un *permis de vente au détail - préparation générale* (324 \$/an en 2019) est requis;
- les œufs doivent être offerts à la vente au plus tard dix jours après la ponte.
- informations à indiquer sur les contenants d'œufs :
 - le nom et l'adresse du producteur, de l'exploitant agricole ou de sa ferme,
 - l'inscription « œufs non classés »,
 - l'inscription « Garder réfrigéré » ainsi qu'une date limite de conservation fixée à 30 jours à compter de la date de la ponte;
- l'emplacement choisi pour la vente au détail doit être situé à moins de 150 kilomètres du lieu de production des œufs ou à l'intérieur d'une même région administrative. Cette condition s'applique aussi au commerce électronique ou à la vente en ligne.
- salubrité des œufs :
 - avoir une coquille propre et intacte;
 - être exempts de moisissures et d'odeurs étrangères à celle d'un œuf sain;
 - ne pas avoir été incubés;
 - ne pas être issus de l'abattage des poules;
 - être conservés à une température constante qui n'excède pas 13 °C après la cueillette et pendant la livraison, ainsi qu'à une température constante qui n'excède pas 7 °C aux points de vente;

2. PRÉPARER DES PRODUITS AVEC SES PROPRES ŒUFS NON CLASSÉS, DANS UNE CUISINE DOMESTIQUE OU UN LOCAL DE PRÉPARATION, ET EN FAIRE LA VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS

- aucun achat de quota requis jusqu'à 99 poules;
- un *permis de vente au détail - préparation générale* (324 \$/an en 2019) est requis;
- maximum de 100 kg de produits préparés par mois (si la préparation se fait dans votre cuisine domestique);
- vente directe seulement (à votre domicile, dans un marché public ou une foire agroalimentaire, à un point de chute, marché de solidarité, coopérative dont vous êtes membres);
- mentionner l'origine des œufs sur le produit;
- salubrité des œufs utilisés pour la transformation:
 - avoir une coquille propre et intacte;
 - être exempts de moisissures et d'odeurs étrangères à celle d'un œuf sain;
 - ne pas avoir été incubés;
 - ne pas être issus de l'abattage des poules;

- être conservés à une température constante qui n'excède pas 7 °C sur les lieux de préparation;
- être exempts de taches de sang, de taches de « viande » ou d'autres anomalies détectables au cassage;
- Les produits préparés à partir d'œufs non-classés doivent avoir subi une température interne de cuisson de 74 °C ou avoir un blanc ou un jaune d'aspect ferme.
- Soulignons que vos préparations peuvent aussi contenir de la viande (par exemple une quiche au jambon);

Pour plus de détails : <http://www.enpleinegueule.com/francais/miseenmarche.html>

3. CLASSER SES ŒUFS DANS UNE LOCAL DE PRÉPARATION POUR LES VENDRE EN GROS, EN COQUILLE OU SOUS FORME DE PRODUITS TRANSFORMÉS.

- Si vous possédez un troupeau de moins de 300 poules pondeuses, vous n'avez pas à enregistrer votre poste de classement, que ce soit auprès de l'Agence Canadienne d'Inspection des Aliments (ACIA) ou du ministre du MAPAQ.
- Aucun permis n'est requis
- Vous pouvez avoir un poste de classement dans votre cuisine domestique ou dans un local de préparation, si les autres activités de transformation alimentaire ne s'y déroulent pas en même temps que le classement des œufs.
- Les produits préparés à partir d'œufs **classés** ne doivent pas nécessairement avoir subi une température interne de cuisson de 74 °C ou avoir un blanc ou un jaune d'aspect ferme.
- Le poste de classement doit respecter les règles de construction, d'aménagement et d'opération d'un poste de classement (voir la section 5,2 du Règlement sur les aliments de la Loi sur les produits alimentaires ET [enpleinegueule.com/francais/classification.html](http://www.enpleinegueule.com/francais/classification.html))

DOCUMENT RÉDIGÉ PAR

