



JUILLET 2022

PLAN D'AFFAIRE

PRÉPARÉ PAR

MARIE DUMOULIN
AGENTE DE PROJET
DIMENSION E

Dimension E
Cultivez votre potentiel agricole



TABLE DES MATIÈRES

Historique du projet	3
Les objectifs du projet	4
La mission et vision de l'organisation	5
Offre de services et clientèle cible	6
L'équipe	7
Les partenaires financiers	7
Collaborateurs	8
Structure corporative	12
Calendrier des réalisations	10
Études de marché	11
Entrevues individuelles et focus group	11
Données issues des entrevues individuelles et focus group	13
Rencontres des spécialités de l'UPA	20
Informations obtenues sur les productrices par les représentants des spécialités de l'UPA	23
Agricultrices ayant utilisées les services d'expert de Dimension E	26
Données de la littérature	28
Les besoins et problématiques en résumé	34
Clientèle cible	35
Analyse comparative de la concurrence	39
La stratégie de services	47
Nouvelle offre de service: les forfaits	48
Plan marketing	50

À PROPOS DE DIMENSION E

HISTORIQUE DU PROJET

Le projet Dimension E est né en octobre 2019, suite à l'obtention d'une subvention de Développement économique Canada (DEC), pour réaliser un projet d'entrepreneuriat agricole féminin. Ce projet est une réponse aux difficultés rencontrées par les femmes qui dirigent des entreprises du domaine agricole et aux productrices lors de leurs démarches pour démarrer ou faire croître leur entreprise.

Financé par DEC, ce projet s'inscrit dans la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE) qui vise à favoriser la participation pleine et égale des femmes à l'économie. La SFE est une approche pangouvernementale visant à aider les femmes à faire croître leur entreprise grâce à l'accès à du financement, à des talents, à des réseaux et à de l'expertise.

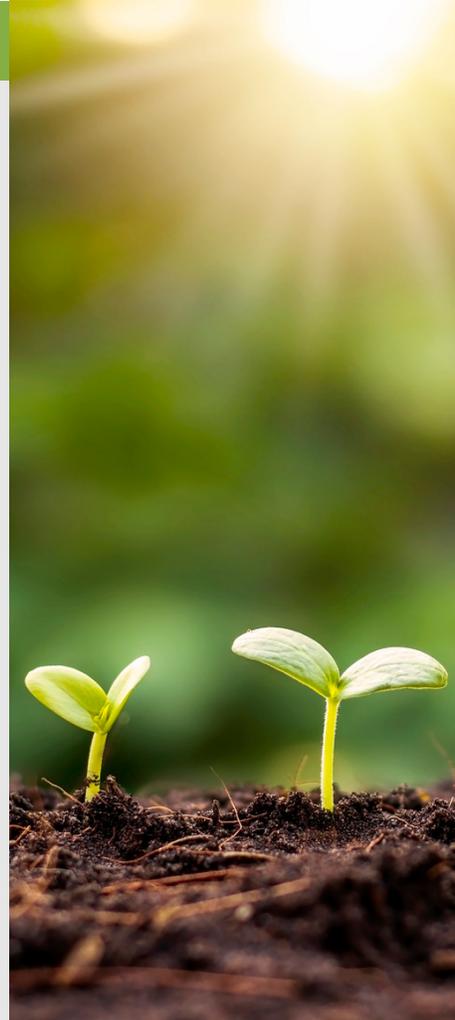


À PROPOS DE DIMENSION E

LES OBJECTIFS DU PROJET

Aux termes du projet, en mars 2023, les membres des Agricultrices du Québec (AQ) devaient avoir accès à différents outils dont :

- un programme de codéveloppement d'affaires
- un service de référencement vers les différents programmes de financement
- des services-conseils et de la documentation gratuite
- des capsules vidéo valorisant différents modèles de femmes entrepreneures du milieu agricole
- une formation en ligne sur le transfert d'entreprise agricole
- une plateforme web novatrice



À ce jour, tous les objectifs initiaux de Dimension E ont été atteints. Les Agricultrices du Québec souhaitent préserver ces services malgré la fin du financement de DEC, en mars 2023. À cet effet, une étude de marché a été entamée à l'hiver 2022. Elle aura permis d'évaluer les besoins entrepreneuriaux des agricultrices au Québec et de bonifier notre offre de services afin qu'elle soit encore plus adaptée à ceux-ci.

À PROPOS DE DIMENSION E

LA MISSION ET VISION DE L'ORGANISATION

Dimension E est un projet issue des Agricultrices du Québec. Les Agricultrices du Québec ont comme vision de devenir LE réseau de référence pour le succès des agricultrices et d'une agriculture durable. Pour déployer cette vision, notre mission vise à offrir aux femmes œuvrant en milieux agricoles et forestiers un réseau dédié au développement de leur potentiel. L'objectif est de rassembler des professionnelles souhaitant participer pleinement au développement de l'agriculture et de la foresterie.



L'ORGANISATION

Les Agricultrices du Québec est la seule organisation agricole du Québec dédiée exclusivement aux femmes de ce secteur. La fédération est composée de 10 syndicats d'agricultrices régionaux qui prennent part aux décisions influençant le secteur agricole et à la condition féminine.

DIMENSION E

Dimension E vise à développer les compétences entrepreneuriales des agricultrices en affaires, au Québec, grâce à de nombreuses formations, conseils d'experts, événements, échanges entre pairs et suivis personnalisés. Dimension E répond aussi aux enjeux propres à la réalité des productrices agricoles et forestières tout au long de leur parcours entrepreneurial.

À PROPOS DE DIMENSION E

OFFRE DE SERVICES ET CLIENTÈLE CIBLE

L'offre de services actuelle de Dimension E vise à orienter les agricultrices vers les meilleures pratiques entrepreneuriales et à les accompagner dans une planification et une gestion optimale de leur projet. Elle comprend :

- **4 h de consultations gratuites avec des experts**
- **4 rencontres de cellules de codéveloppement**
- **100 \$ de crédit applicable aux outils offerts sur le site du CRAAQ**
- **Des conférences données par des experts du domaine agricole**
- **Un accès à un répertoire de financement en entrepreneuriat agricole**
- **Des outils et des informations sur le transfert agricole dont une formation en ligne**
- **Des capsules vidéo de parcours entrepreneuriaux inspirants**
- **Un service-conseil personnalisé pour vous guider vers les meilleures ressources partenaires**

Elle s'offre aux femmes impliquées en agriculture en tant que propriétaire ou copropriétaire, conjointe de producteur ou femme impliquée dans l'industrie agricole, future entrepreneure agricole et aux étudiantes en agriculture.

Pour être considérées productrices agricoles ou forestières au sens de la Loi sur les Producteurs agricoles, les femmes doivent viser un revenu d'au minimum 5 000 \$ par année. Dans le cadre de Dimension E, nous considérons entrepreneures toutes femmes ayant un pouvoir ou une influence sur les décisions entrepreneuriales prises pour une production agricole visant un revenu de 5 000 \$ minimum.

À PROPOS DE DIMENSION E

L'ÉQUIPE



Deux agentes de projet sont présentement responsable de Dimension E : Maria Alkayed et Marie Dumoulin.

Elles travaillent en collaboration avec France De Montigny, directrice générale des AQ, Patricia Saccente, adjointe administrative, Sandrine Demers, agente de communication et Stéphanie Cyr, agente de projet - diversité.

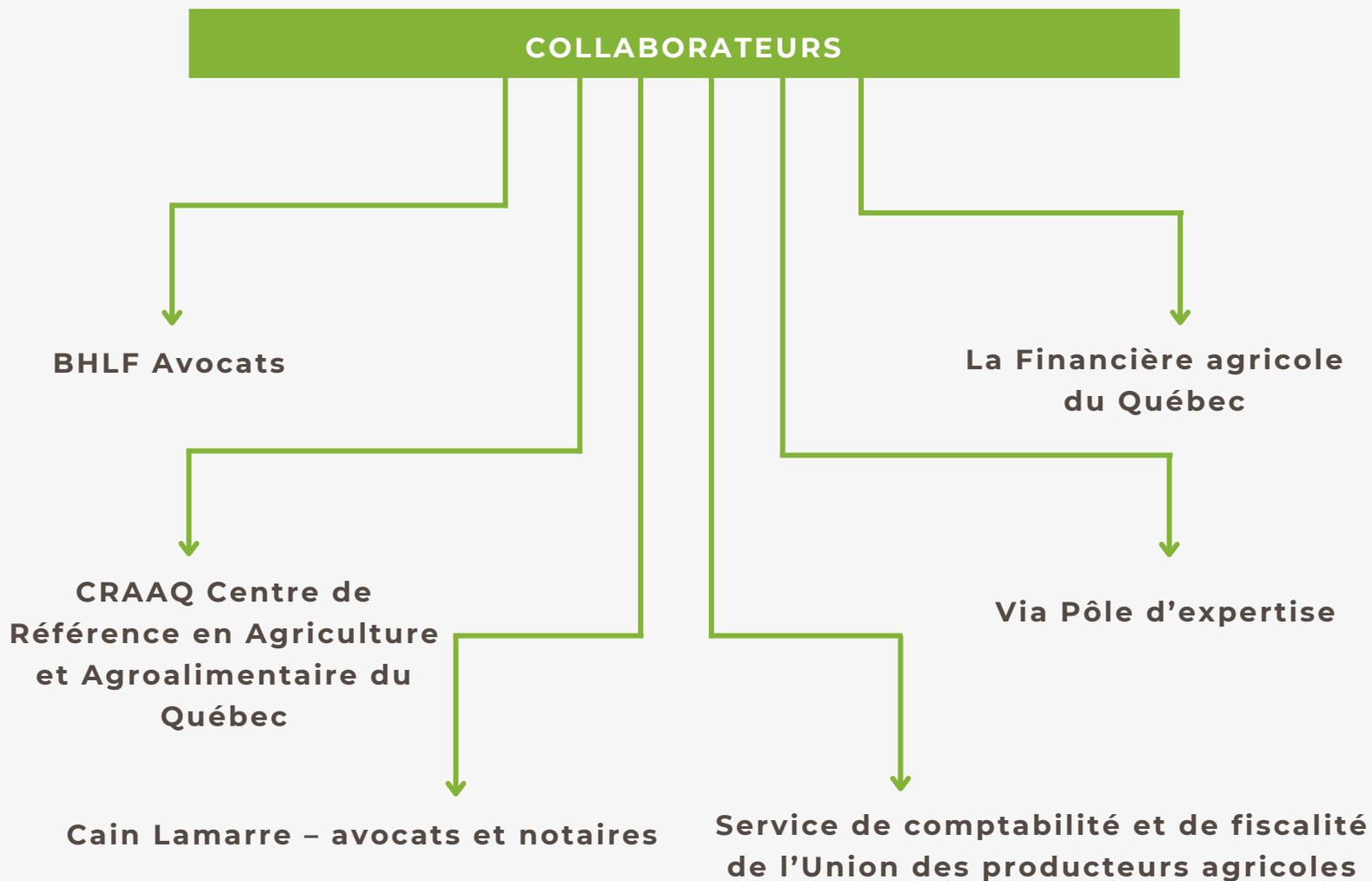
LES PARTENAIRES FINANCIER

Dimension E est rendu possible grâce à l'appui financier de Développement économique Canada pour les régions du Québec et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

PARTENAIRES MAJEURS



À PROPOS DE DIMENSION E



À PROPOS DE DIMENSION E

LA STRUCTURE CORPORATIVE

L'organisation est composée de 4 niveaux :

Individuel Les femmes adhèrent de façon individuelle à notre organisation pour devenir membre. Ce sont elles qui décident des orientations lors de l'assemblée générale des Agricultrices du Québec.

Local Les syndicats d'agricultrices désignent une représentante sur chacun de 92 syndicats locaux de l'UPA correspondant aux territoires des Municipalités régionales de Comté (MRC)

Régional Les membres se regroupent dans 10 syndicats d'agricultrices régionaux. Un conseil d'administration est élu dans chaque syndicat. Les présidentes élues siègent sur les conseils d'administration des Fédérations régionales de l'UPA

Provincial Les dix présidentes élues des regroupements régionaux et la présidente provinciale élue lors de l'assemblée générale annuelle des membres forment le conseil d'administration qui prennent les décisions et administrent la fédération.

À PROPOS DE DIMENSION E



CALENDRIER DES RÉALISATIONS

29 juin 2022 : validation de la proposition d'offre de services par la présidente des AQ, Mme Jeannine Messier.

Juillet et août 2022 : rédaction du plan des opérations et des prévisions financières par l'équipe de Dimension E.

16 août 2022 : validation du plan d'affaire au CE des AQ.

14 septembre 2022: présentation et validation du plan d'affaire au CA des AQ.

Automne 2022 : recherche de financement et essai test de la nouvelle offre de services.

Hiver 2023 : la nouvelle offre de service est établie et fonctionnelle.

ÉTUDE DE MARCHÉ

ENTREVUES INDIVIDUELLES ET FOCUS GROUP

Vingt femmes issues de l'agriculture ont été rencontrées dans le cadre de cette étude de marché. Des entrevues individuelles ont été menées auprès de neuf productrices agricoles ayant des entreprises depuis moins de 5 ans. Toutes considéraient être un modèle de réussite en affaire. Le seul critère demandé pour vérifier leurs dires étaient qu'elles soient aptes à payer les comptes de leur entreprise.

ENTREVUES INDIVIDUELLES



ÉTUDE DE MARCHÉ

Deux focus groups ont été menés en avril 2022 afin de connaître les besoins des agricultrices au niveau entrepreneurial. Le premier groupe était composé de cinq productrices étant toutes déjà membres des Agricultrices du Québec et connaissant déjà le projet Dimension E. Le deuxième était composé de six femmes n'étant pas membres des agricultrices et qui ne connaissaient pas les services de Dimension E.

FOCUS GROUP 1 - 22 AVRIL 2022 FEMMES MEMBRES

Lanaudière



Agricultrice
Élevage de chèvres / caprins
En croissance d'entreprise
Âgée de plus de 40 ans



Agricultrice et conseillère en
promotion de la santé
Production maraîchère
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans

Centre-du-Québec



Agricultrice
Grandes cultures et production laitière
Cédante
Âgée de plus de 40 ans

Estrie



Agricultrice et garde-parc
Production maraîchère
En croissance d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans

Chaudière-Appalaches



Agricultrice
Production laitière
Relève agricole
Âgée de moins de 40 ans

ÉTUDE DE MARCHÉ

FOCUS GROUP 2 - 28 AVRIL 2022
FEMMES NON-MEMBRES

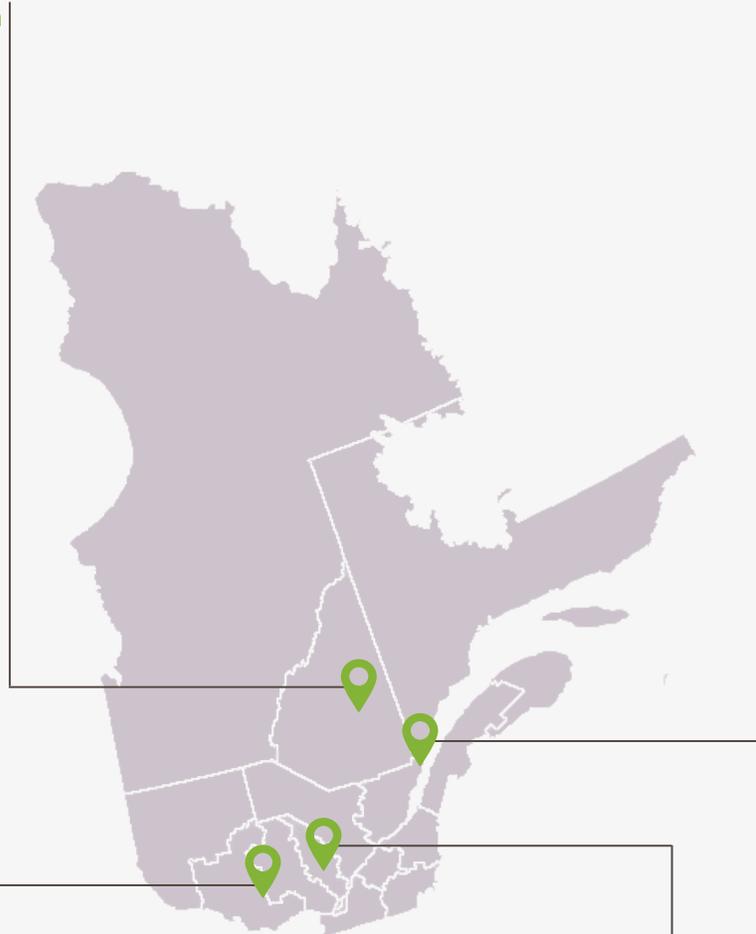
Saguenay-Lac-St-Jean



Étudiante en agroéconomie
Production acéricole,
laitière et élevage de volailles
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans



Agricultrice
Élevage d'ovins
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans



Capitale-Nationale-Côte-Nord



Ouvrière agricole
Production maraîchère (herbes
médicinales)
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans



Agricultrice
Production laitière
Relève agricole
Âgée de moins de 40 ans

Outaouais-Laurentides



Agricultrice
Production maraîchère
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans

Lanaudière



Agricultrice
Production laitière
En démarrage d'entreprise
Âgée de moins de 40 ans

ÉTUDE DE MARCHÉ

DONNÉES ISSUES DES ENTREVUES INDIVIDUELLES ET FOCUS GROUP



DIFFICULTÉS AU NIVEAU ENTREPRENEURIAL

Les répondantes ont chacune soulevées avoir rencontré plusieurs difficultés différentes durant leur parcours entrepreneurial. Principalement, celles liées aux tâches administratives et aux communications.

TÂCHES ADMINISTRATIVES ET RÉDACTION DE DOCUMENTS

Le besoin de support au niveau des tâches administratives et de la rédaction de documents sont évoqués par le tiers des productrices de notre échantillon. Plus spécifiquement au niveau des demandes de financement, du plan d'affaire et des tâches fiscales à accomplir.

ÉTUDE DE MARCHÉ

FINANCEMENT



DEMANDES DE SUBVENTIONS

La difficulté la plus commune est la lourdeur des tâches administratives liées aux demandes de subvention. Le découragement habite l'ensemble des agricultrices. La paperasse des subventions est volumineuse, au point que certaines se demandent si le temps et l'argent investit pour déposer une demande vaut le montant offert. Une éducation sur l'accès aux ressources et l'admissibilité aux subventions est mentionné comme nécessaire.

L'une des productrices mentionne qu'elle aurait eu droit à un montant de 30 000\$ en subvention, mais qu'elle l'a laissé tomber en constatant l'ampleur de la tâche administrative pour soumettre sa candidature. Une autre mentionne que les critères « trop rigides » des subventions (dates limites pour soumettre les demandes, par exemple) les poussent parfois, elles et ses copropriétaires, à faire des achats pour lesquels elles n'étaient pas fin prêtes. Deux autres productrices mentionnent que de devoir faire la dépense du montant de la subvention elles-mêmes d'abord et d'être remboursées ensuite selon des délais variables, les mettent parfois dans une position financière stressante et les rendent vulnérables.

ADMISSIBILITÉ

Quelques répondantes mentionnent également avoir besoin d'aide pour comprendre les critères de recevabilité des différents financements disponibles, tant au niveau des subventions que des autres types de financements (prêts, par exemple). Deux des répondantes nomment qu'elles trouvent décevant que leur expérience terrain en agriculture ne soit pas reconnue par le MAPAQ comme étant équivalente aux formations académiques. Elles disent avoir appris davantage dans leur expérience terrain que dans leurs études et trouvent injuste d'avoir accès à des montants de subvention moindres.

ÉTUDE DE MARCHÉ

ADMISSIBILITÉ (SUITE)

Dans un autre ordre d'idée, deux des productrices interrogées disent que certains financements sont accessibles seulement si elles travaillent à temps plein sur l'entreprise alors qu'elles en auraient pourtant besoin pour réussir à faire la transition entre le temps partiel et le temps plein, comme entrepreneure.

Deux productrices mentionnent également que leur entreprise aurait été plus rentable, plus rapidement, si elles avaient eu l'argent pour investir dans de l'équipement neuf plutôt qu'usagé, dès le départ. Deux autres se plaignent de ne pas avoir eu accès à la mesure de soutien aux travailleurs autonomes.

SOUTIEN INÉQUITABLE

La plupart des agricultrices interrogées mentionnent l'injustice face à ce que la décision pour leur financement, à la lecture de leur plan d'affaire par la Financière agricole du Québec (FADQ), ne dépende que d'une personne. Le conseiller ou la conseillère qui leur est attribué ne semble pas toujours objectif et intéressé par leur plan d'affaire.

De son côté, une productrice mentionne que sa fédération favorise l'aide aux plus gros producteurs alors que les petits en auraient aussi besoin. « Ils donnent plus aux gros producteurs : argent, pub, abattage. Eux se font rembourser une partie des coûts mais pas nous, les petits producteurs ». Deux productrices soulèvent quant à elles que les fournisseurs et programmes accordent moins d'importance aux petits élevages (retard dans les livraisons, par exemple).

Les participantes ont mentionnées qu'elles aimeraient avoir des conseils entrepreneuriaux adaptés aux petites productions et du coaching pour se préparer à une première rencontre de demande de financement à la banque. Enfin, elles mentionnent la difficulté à obtenir de la main-d'œuvre étant donné les salaires non-compétitifs.

ÉTUDE DE MARCHÉ

PLAN D'AFFAIRE

À la présentation de leur plan d'affaire à des banques pour obtenir du financement, les refus auxquels sont confrontées les agricultrices sont majoritairement liés à : leur plan d'affaire n'était pas réaliste ou leur plan d'affaire ne démontrait pas la rentabilité de leur entreprise.

Il a aussi été mentionné que les conseillers du MAPAQ et de la FADQ changent souvent sans que les usagers soient avertis. Il serait donc difficile d'obtenir un suivi adéquat à leur parcours entrepreneurial dans ce contexte.



FISCALITÉ

Plusieurs des productrices interrogées mentionnent avoir besoin de formation au niveau fiscal pour mieux gérer leur entreprise. L'une d'elle indique que malgré qu'elle ait eu un cours de comptabilité durant son baccalauréat en agronomie, elle aurait besoin d'un comptable qui puisse l'accompagner de façon régulière dans la gestion de son entreprise ou encore d'une formation fiscale adaptée à sa situation.

ÉTUDE DE MARCHÉ

COMMUNICATIONS

MRC ET VILLES

Le tiers des productrices interrogées nomment avoir des problèmes de communication avec leur MRC ou leur ville. Elles rencontrent des difficultés au niveau entrepreneurial à cause des règlements de mise en marché de la ville ou elles disent se faire mal conseiller sur leur possibilité d'action : « Quand je leur pose une question, on me répond que c'est compliqué, mais on ne m'explique pas ce que je dois faire. »

Une productrice signale qu'elle aimerait savoir comment s'adresser à sa MRC pour arriver à développer le marché local. Il est toutefois intéressant de constater que la majorité du développement des entreprises des répondantes s'est fait grâce à des opportunités locales / municipales (personnalités publiques qui leur font de la promotion, page Facebook de ressources locales, marchés publiques, communauté LGBT locale qui s'associe à une entreprise, etc.).



CRÉDIBILITÉ EN TANT QUE FEMME

Le tiers des productrices interrogées soulignent vivre des situations où leur crédibilité en tant que femme en agriculture n'est pas établie. Les hommes avec lesquels elles ont à transiger sur leur ferme s'adressent souvent à leur père ou à leur conjoint en premier lieu plutôt qu'à elles. L'une cite que lorsque c'est elle qui prend les commandes, elle n'est pas prise au sérieux, et ce, malgré qu'elle reconferme et soit ferme avec ses interlocuteurs. Lorsque c'est son conjoint qui appelle, les commandes sont prises au sérieux et n'arrivent pas en retard. Aussi, que ce soit de la part d'hommes ou de femmes, deux des productrices mentionnent que leur entourage ne croyait pas en la viabilité de leur projet entrepreneurial.

ÉTUDE DE MARCHÉ

RELATIONS INTERPERSONNELLES

Le sentiment d'être isolée durant le démarrage de leur entreprise a été nommé par deux agricultrices interrogées. Le désir d'avoir accès à du réseautage et du mentorat est partagé par plusieurs participantes. Il a été également mentionné que la conciliation travail-famille est difficile. Aussi, les agricultrices qui travaillent avec des membres de leur famille (parents, oncle et tante) ont toutes dit avoir eu des relations tendues avec ceux-ci à certains moments. L'une des productrices soulève qu'elle aimerait avoir de la formation pour savoir comment mieux communiquer avec ses proches dans un contexte de travail.

FORMATION

Chacune des répondantes avaient des besoins de formation. Voici les thèmes soulevés pour lesquels les productrices évoquent des besoins :

- Élevage des animaux et techniques culturales (particulièrement pour les productions de niches)
- Comment gérer ses « stocks » selon les besoins du marché
- Apprendre à déléguer
- Utiliser les réseaux sociaux
- Optimisation
- Gestion du temps
- Moyens de rétention de la main-d'œuvre
- Plan de communication
- Marketing



ÉTUDE DE MARCHÉ

RENCONTRE DES SPÉCIALITÉS DE L'UPA

Quinze des vingt-deux groupes spécialisés de l'UPA ont été rencontré en avril et mai 2022 afin de connaître leur offre de service et de cibler les besoins de leur membre au niveau entrepreneurial :

- Association des aquaculteurs du Québec
- Producteurs d'œufs d'incubation du Québec
- Producteurs de lapins
- Producteurs de pommes du Québec
- Association des producteurs de fraises et framboises du Québec
- Association des producteurs maraîchers du Québec
- Producteurs de grains du Québec
- Fédération des producteurs d'œufs du Québec
- Fédération des producteurs forestiers du Québec
- Les Éleveurs de porcs du Québec
- Les Éleveurs d'ovins du Québec
- Producteurs de légumes de transformation
- Les Éleveurs de volailles du Québec
- Producteurs et productrices acéricoles du Québec
- Les producteurs de lait du Québec

Les autres spécialités de l'UPA n'ont pas répondu à l'appel.

Toutes les spécialités rencontrées mentionnent avoir très peu d'appel pour des questions sur le démarrage ou la croissance de leur entreprise. Les membres se réfèrent davantage à leur fédération / association pour avoir des renseignements sur la mise en marché, la réglementation ou des techniques d'élevage. Certaines spécialités offrent toutefois des services liés à l'entrepreneuriat tel qu'indiqué dans le tableau suivant :

ÉTUDE DE MARCHÉ

SERVICES D'ENTREPRENEURIAT DES SPÉCIALITÉS DE L'UPA

	Services-conseils personnalisés	Concours ou programme entrepreneurial	Diffusion des financements disponibles	Références vers d'autres ressources	Souhaite développer un service entrepreneurial
Association des aquaculteurs du Québec			Informent si on leur pose la question	Réfère au MAPAQ	
Producteurs d'œufs d'incubation du Québec		2 programmes de relèves		CLD et Groupe Proconseils	
Producteurs de lapins	Agronomes (techniques culturales)				
Producteurs de grains du Québec	Un agronome qui cherche du financement pour mettre en place des projets		Oui via leur infolettre hebdomadaire		
Fédération des producteurs d'œufs du Québec		Programme d'aide au démarrage 18-40 ans (6000 quotas, 1 gagnant par année)			
Fédération des producteurs forestiers du Québec	Services de conseillers forestiers subventionnés : vont sur le terrain et cherchent des subventions (Centre-du-Québec, Mauricie, Beauce, Gâtineau, Côte-du-Sud/ La Pocatière)				
Les Éleveurs de porcs du Québec	Auront peut-être des services subventionnés (conseillers en production porcine) à l'été ou l'automne 2023				Souhaite développer un service d'entrepreneuriat à l'été ou l'automne 2023
Producteurs et productrices acéricoles du Québec	Département Services aux producteurs. Des techniciens(nes) sont disponibles pendant les horaires de bureau pour répondre aux questions. Leur formation est variable. La plupart des questions sont relatives au paiement et au classement de la production, mais il peut y avoir des questions sur le démarrage, l'agrandissement d'une érablière, l'émission d'entailles et de contingents.		Diffusent les nouvelles formes de financement disponibles dans leur infolettre et/ou sur leur blogue.	Blogue Aide-mémoire pour démarrer en acériculture et Guide des nouveaux producteurs et productrices acéricoles sur leur site web. Guide de démarrage en acériculture conseille ces ressources pour le plan d'affaire: MAPAQ - Formations et Portrait-diagnostic sectoriel de l'industrie acéricole au Québec 2016-2020 > MAPAQ - Journées acéricoles et Rendez-vous acéricoles > Agri-Réseau - Secteur acéricole > Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) - Documents au sujet de l'acériculture > Producteurs et productrices acéricoles du Québec (PPAQ) > Centre ACER	
Les producteurs de lait du Québec		PROGRAMME D'AIDE AU DÉMARRAGE D'ENTREPRISES LAITIÈRES			

ÉTUDE DE MARCHÉ

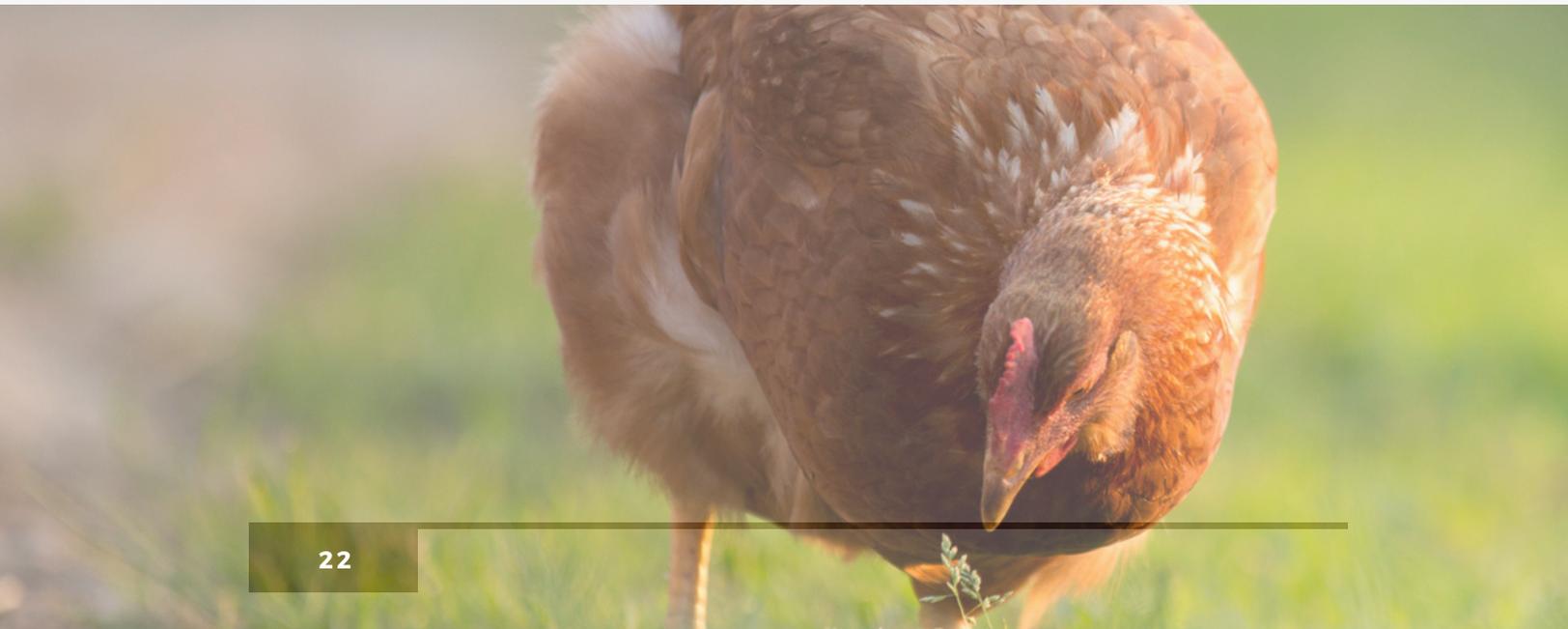
SERVICES D'ENTREPRENEURIAT DES SPÉCIALITÉS DE L'UPA

	Services-conseils personnalisés	Concours ou programme entrepreneurial	Diffusion des financements disponibles	Références vers d'autres ressources	Souhaite développer un service entrepreneurial
Les Éleveurs d'ovins du Québec			Subventions dans leur infolettre		Ont une partie de leur site web dédié au démarrage et souhaite l'améliorer
Les Éleveurs de volailles du Québec		Programme d'aide au démarrage Programme pour les producteurs de proximité Programme de relève			Souhaitent développer un service d'entrepreneuriat et un programme pour les femmes mais manque une ressource humaine pour le faire

Outre les services indiqués dans le tableau ci-dessus, aucune spécialité rencontrée n'offre actuellement un service d'entrepreneuriat spécialisé tel que celui de Dimension E.

Les représentants des spécialités sont toutefois tous très intéressés par les services d'entrepreneuriat féminin qu'offre Dimension E et souhaitent les partager à leurs membres.

Ceux-ci ont également été interrogés sur la place des femmes dans leur production. Voici un résumé des informations recueillies.



ÉTUDE DE MARCHÉ

INFORMATIONS OBTENUES SUR LES PRODUCTRICES PAR LES REPRÉSENTANTS DES SPÉCIALITÉS DE L'UPA

Peu de femmes et de couples et celles présentes s'occupent davantage de l'administration.



ASSOCIATION DES
AQUACULTEURS
DU QUÉBEC

50% de femmes s'impliquent. Femmes plus raisonnées, prennent plus leur temps. Plus nuancées dans leur prise de position. Plus sensibles à la précarité, plus d'anxiété sur l'impact de leur choix sur leurs enfants (est-ce que l'entreprise est une bonne chose pour le bonheur de leurs enfants). Femmes vont davantage dans les produits de niches (bio, fleurs d'ail, panais, camerise); besoin d'accompagnement sur comment commercialiser les produits. Difficulté conciliation travail-famille.



Domaine **très masculin**. Les femmes se retrouvent davantage dans des marchés de niches: cameline, chanvre, orge brassicole, etc.



Association des
producteurs maraîchers
du Québec

Environ **1/3 des entreprises** sont dirigées par des femmes.



Femmes plus près du **marketing** et de la **mise en marché**.



Les Producteurs
d'œufs d'incubation
du Québec



Le lapin
du Québec

Seulement **14 producteurs et productrices membres** sur les 300 producteurs existants. Les femmes assistent davantage aux ateliers sur **la vente et la promotion** et s'occupent davantage des animaux.

ÉTUDE DE MARCHÉ

INFORMATIONS OBTENUES SUR LES PRODUCTRICES PAR LES REPRÉSENTANTS DES SPÉCIALITÉS DE L'UPA



32% des membres environ sont des femmes ou des couples. Les femmes s'occupent davantage de l'administration.



Aucune information. Très petit nombre de producteurs au total.



PRODUCTEURS DE LÉGUMES DE TRANSFORMATION DU QUÉBEC

Les femmes ne viennent pas aux assemblées. **On ne les voit pas.**

Selon la liste 2021 des producteurs, approximativement **70 femmes** impliquées dans l'actionnariat des entreprises d'œufs.



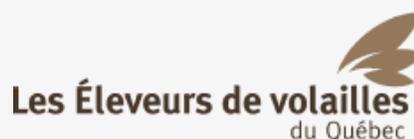
Fédération des producteurs d'œufs du Québec

Difficultés pour les femmes d'avoir du financement à la banque.



Fédération des producteurs forestiers du Québec

15% de femmes environ. S'aperçoivent qu'elles sont propriétaires sans travailler sur la terre nécessairement et s'intéressent à leur terre d'une manière moins instrumentale: aménagement faunique, préservation de la faune.



Les Éleveurs de volailles du Québec

ÉTUDE DE MARCHÉ

Ces données démontrent un nombre important de femmes dans l'Association des producteurs maraîchers du Québec. Les productrices d'œufs (incluant les œufs d'incubation) semblent aussi nombreuses tout comme chez les éleveurs de porcs.

Ces résultats soulèvent également que les femmes s'adonnent davantage aux activités administratives de l'entreprise ainsi qu'au marketing, à la mise en marché, au soin des animaux et à la recherche de financement. Elles semblent également se diriger vers des productions plus nichées.

Afin d'avoir plus d'indices sur la présence des femmes dans chacune des productions, il est intéressant d'analyser le nombre d'administratrices impliquées dans chacune des fédérations régionales, tel que le démontre le tableau suivant. Outre celles déjà identifiées, on peut y constater la présence d'agricultrices également dans les fédérations suivantes : Apiculteurs et apicultrices, Producteurs de bovins, Éleveurs de grands gibiers, Producteurs de grains, Éleveurs d'ovins, Éleveurs de volailles, Producteurs en serre, Producteurs de fraises et framboises, Producteurs de lait de chèvre et Producteurs de pommes de terre.

FÉDÉRATIONS SPÉCIALISÉES AYANT 15% D'ADMINISTRATRICES ET PLUS

Fédérations spécialisées	Nb de poste du CA	Nbre de femmes 1er mars 2022	% mars 2022
Apiculteurs et apicultrices du Québec	9	3	33,3%
Fédération des éleveurs de grands gibiers du Québec	9	3	33,3%
Fédération des producteurs d'œufs du Québec	9	2	22,2%
Les éleveurs de volailles du Québec	11	2	18,2%
Les producteurs en serre du Québec	12	3	25,0%
Association des producteurs de fraises et framboises du Québec	22	4	18,2%

ÉTUDE DE MARCHÉ

Afin de compléter l'analyse des productions dans lesquelles des femmes pourraient avoir des besoins entrepreneuriaux, il est pertinent de vérifier de quelle production sont issues les agricultrices ayant utilisé les services d'expert de Dimension E depuis le début du projet.

AGRICULTRICES AYANT UTILISÉES LES SERVICES D'EXPERT DE DIMENSION E (RÉGION VS PRODUCTION)

spécialités	abitibi-temiscamingue	bas-st-laurent	capitale-nationale-cote-nord	centre-du-quebec	chaudiere-appalache-s-est	chaudiere-appalache-s-ouest	estrie	gaspesie-les-iles	lanaudiere-laurentides-outaouais	mauricie	monteregie-est	monteregie-ouest	montreal	saguenay-lac-st-jean	total
Aquaculture															0
Bleuets															0
Chèvres															0
Fraises et Framboises															0
Grands gibiers															0
lapins															0
œufs d'incubation															0
pommes de terre															0
Apiculture											1				1
Grains											1				1
pommes									1						1
porcs									1						1
serre									1						1
œufs											1	2			3
ovins						1	1		1						3
démarrage (non encore spécifié)									3						3
Foresterie				1	1	1			2						5
volailles		1			1		1		2						5
Bovins	2				1	1	2								6
lait		1		1		2	1				1				6
Acériculture		1		1	1	2	1		1		1				8
Légumes et transformation		1			1				1		2	3			8
Maraîchage	1	2		1			2	1	3	2	1	3		1	17
autres (non présents dans les spécialités de l'UPA)	1	1	4	0	1	1	4	0	7	1	3	5	1	1	30
total dans les catégories UPA	3	6	0	4	5	7	8	1	13	2	8	8	0	1	66
total autres	1	1	4	0	1	1	4	0	7	1	3	5	1	1	30
% autres															31

ÉTUDE DE MARCHÉ

Ces données viennent valider la grande présence des femmes dans la **production maraîchère**, mais elles nous renseignent également sur la présence de celles-ci dans les productions de **légumes de transformation, d'acériculture** et du **lait**. À noter également la présence de productrices forestières et d'agricultrices issues d'**autres cultures** n'ayant pas d'association ou de fédération auxquelles se référer : petits fruits, champignons, chevaux, fleurs, micro-pousses, alpagas, herbes sauvages, pépinières, piment gorria, plantes aromatiques et médicinales, poires, sureau, truffes, vignes et différentes viandes, tel que le chevreau.



ÉTUDE DE MARCHÉ

DONNÉES DE LA LITTÉRATURE

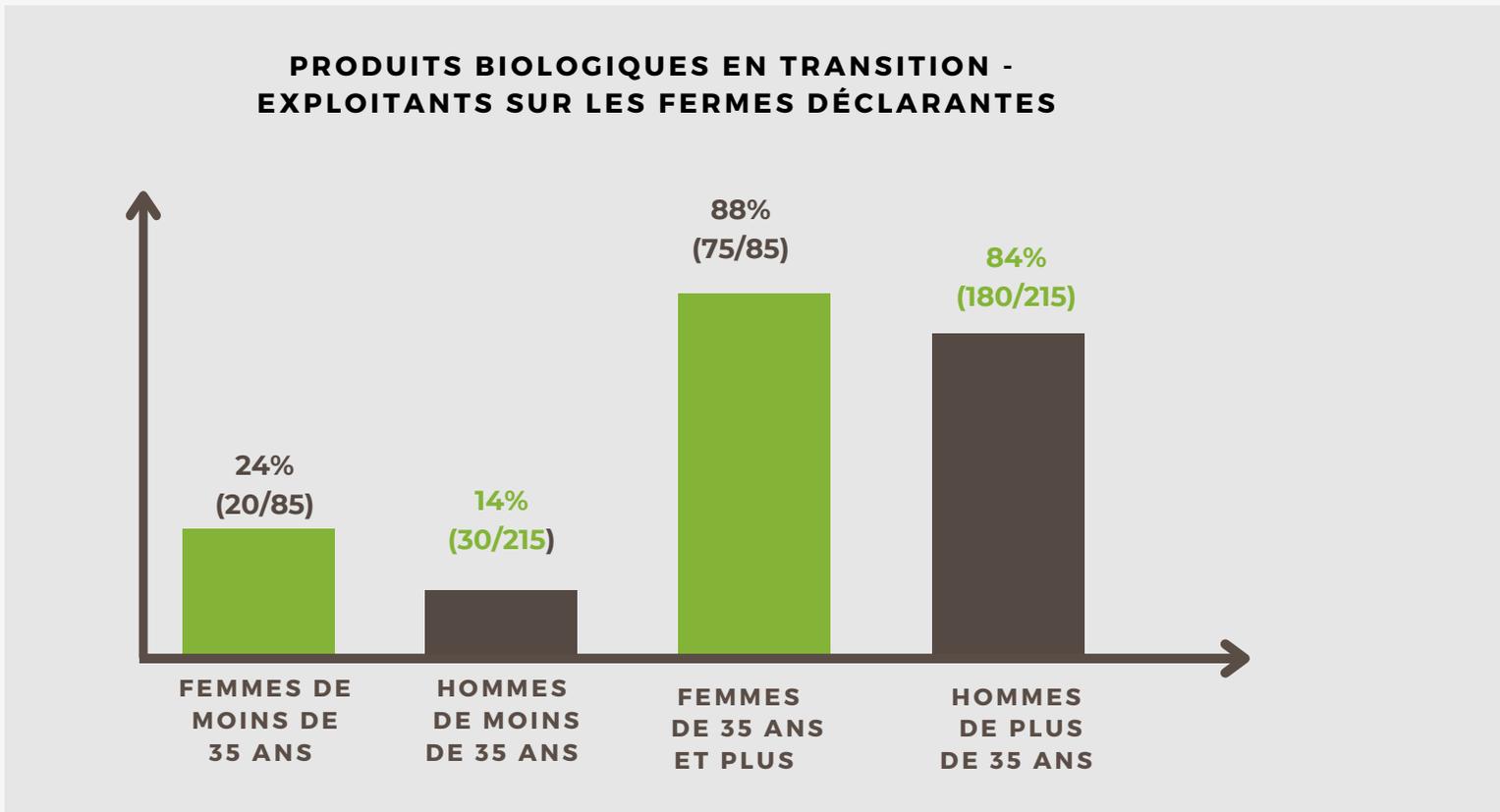
RECENSEMENT DE L'AGRICULTURE 2021 LES ÉLÉMENTS MARQUANTS



- Les femmes sont plus présentes dans les petites exploitations et jouent divers rôles à la ferme (technologie, gestion, etc.);
- L'âge moyen des agricultrices québécoises est de 54 ans;
- 7 % d'augmentation du nombre de Québécoises qui exploitent une ferme depuis 2016;
- 19,6 % des agricultrices sont propriétaires uniques de leur ferme;
- 47,7 % des agricultrices occupent également un travail non agricole rémunéré.

ÉTUDE DE MARCHÉ

- Près de deux fois plus de femmes que d'hommes, de moins de 35 ans, sont en transition de produits biologiques.



- Deux fois plus de femmes que d'hommes de moins de 35 ans exploitent des cultures de fruits et de noix;
- Près de 3 fois plus de femmes que d'hommes de moins de 35 ans exploitent des cultures en serre, en pépinière et en floriculture, en plus d'autres types d'élevage non spécifié dans le recensement;
- Deux fois plus de femmes de 35 ans et plus que d'hommes font l'élevage de moutons et de chèvres tandis que chez les 35 ans et moins, ce nombre s'élève à près de trois fois plus.

ÉTUDE DE MARCHÉ

Nombre d'exploitants agricoles classés selon le type d'exploitation agricole (groupe d'industrie SCIAN), l'âge et le sexe, Québec, 2021

Production	Femmes moins de 35 ans	Hommes moins de 35 ans	Femmes 35 ans et plus	Hommes 35 ans et plus
Total	955	2 690	10 730	27 900
Culture de plantes oléagineuses et de céréales [1111]	60 = 6%	325 = 12%	1585 = 14%	4 965 = 17%
Culture de légumes et de melons [1112]	60 = 6%	140 = 5%	495 = 4%	1 130 = 4%
Culture de fruits et de noix [1113]	45 = 4%	80 = 2%	600 = 5%	1340 = 4%
Culture en serre et en pépinière, et floriculture [1114]	80 = 8%	85 = 3%	575 = 5%	1040 = 3%
Autres cultures agricoles [1119]	170 = 17%	505 = 18%	3 005 = 28%	8305 = 29%
Élevage de bovins [1121]	320 = 33%	1160 = 43%	2 605 = 24%	7230 = 25%
Élevage de porcs [1122]	45 = 4%	140 = 5%	420 = 3%	1080 = 3%
Élevage de volailles et production d'œufs [1123]	35 = 3%	100 = 3%	325 = 3%	755 = 2%
Élevage de moutons et de chèvres [1124]	50 = 5%	70 = 2%	285 = 2%	510 = 1%
Autres types d'élevage [1129]	85 = 8%	85 = 3%	850 = 7%	1540 = 5%

ÉTUDE DE MARCHÉ



- Les femmes sont significativement plus nombreuses à opter pour une forme juridique d'entreprise en partenariat, société de personnes et société en nom collectif (SENC), et ce, peu importe leur âge.
- Les femmes de 35 ans et plus s'établissent deux fois plus que les hommes sous une forme juridique de compagnie familiale.

Nombre d'exploitants agricoles classés selon la forme juridique de la ferme, l'âge et le sexe, Québec, 2021

	Femmes moins de 35 ans	Hommes moins de 35 ans	Femmes 35 ans et plus	Hommes 35 ans et plus
TOTAL	955	2690	10735	27 900
Exploitation individuelle à propriétaire unique	155 = 16%	505 = 18%	2960 = 27%	6915 = 24%
Compagnie (corporation) familiale	385 = 40%	1110 = 41%	3355 = 31%	4480 = 16%
Compagnie (corporation) non familiale	75 = 7%	410 = 15%	535 = 4%	1225 = 4%
Autres formes juridiques	0	0	10 = 0,0009%	15 = 0,0005%
Partenariat, société de personnes et société en nom collectif (SENC)	340 = 35%	665 = 24%	3875 = 36%	3935 = 14%

ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉTUDE DE FEMME ESSOR - 2021 DIVERSITÉ ENTREPRENEURIALE : DES IMPACTS MAJEURS POUR LE QUÉBEC ET SA MÉTROPOLE

D'après une étude de Femme Essor, les recommandations communes pour stimuler l'entrepreneuriat féminin visent à:

- bonifier l'accès au financement;
- inspirer en proposant des modèles d'entrepreneuriat plus diversifiés en lien avec les réalités diverses vécues au long de la chaîne entrepreneuriale;
- mieux arrimer l'offre de services à toutes les étapes de l'entrepreneuriat;
- maintenir, selon les besoins, le soutien pour les entreprises touchées par la pandémie;
- Il y a une méconnaissance de la variété des sources de financement disponibles pour les femmes entrepreneures;

Outre le financement, cette étude démontre que des efforts sont à fournir au niveau de la formation, du coaching, du mentorat et de la conciliation travail-famille:



ÉTUDE DE MARCHÉ

La formation, le coaching et le mentorat favorisent l'accès aux connaissances et à l'expérience entrepreneuriales



Accès aux connaissances

Accès aux connaissances et à l'expérience

- Améliorer les connaissances et les compétences de gestion en offrant de la formation sur la gestion de planification, l'amélioration des processus et la croissance des ventes, par exemple, en fonction des besoins des entrepreneures
- Encourager le recours à de l'expertise professionnelle externe pour soutenir le développement des entrepreneures
- Continuer à faire évoluer les types de mentorat offerts pour mieux répondre aux différents besoins des femmes (ex. le mentorat inversé, le mentorat en groupe, le mentorat entre pairs)
- Introduire la perspective de repreneuriat (familiale ou autre) parmi les offres de soutien des membres de l'écosystème
- Mieux promouvoir la relève et le repreneuriat qui ne reçoivent pas autant d'attention que l'entrepreneuriat sachant qu'il existe un bassin important d'entreprises qui peuvent être reprises



« Accroître le mentorat et l'accompagnement est une bonne piste à explorer, mais il faut que ce soit efficace, car on manque déjà de temps pour accomplir toutes nos responsabilités. »



« Il y a tellement de choses à apprendre quand on s'engage dans cette voie-là. Apprendre la comptabilité, la fiscalité, les ventes et la gestion, c'est beaucoup d'un coup! »



« L'entrepreneuriat est très populaire, mais je crois que le repreneuriat et l'intrapreneuriat devraient être promus davantage, car on n'est pas obligé de commencer à zéro pour incarner nos ambitions et réaliser nos rêves d'affaires. »

Sources : Consultations (2021)

91  la Chambre de commerce du Montréal métropolitain

femmessor 

Des leviers sont requis pour relever les défis de conciliation famille-travail et les facteurs perceptifs qui touchent les femmes



Conciliation famille-travail et facteurs perceptifs

Conciliation famille-travail

- Augmenter l'accès aux services de garde pour faciliter la conciliation travail-famille qui touche surtout les femmes
- Offrir davantage de formation sur les avantages et les bonnes pratiques de la délégation des tâches chez les entrepreneures
- Valoriser des modèles d'affaires qui se fondent sur une croissance plus limitée et qui permettent de concilier la vie familiale et professionnelle
- Développer des communautés de parents entrepreneurs



« Je pense qu'on devrait valoriser davantage les femmes qui visent une croissance modérée de leur entreprise pour équilibrer leurs activités avec la famille. C'est inspirant et ça change des modèles dominants. »

Facteurs perceptifs

- Offrir de la formation sur l'autopromotion, la vente et la mise de l'avant de ses expertises
- Travailler sur la confiance des entrepreneures en créant des espaces où les femmes entrepreneures se retrouvent entre elles pour partager leurs expériences, les défis auxquelles elles font face et les solutions qu'elles envisagent
- Favoriser le recours au coaching ou au mentorat pour briser la perception d'incompétence
- Offrir un soutien en continu pour le développement des plans d'affaires afin d'accélérer le processus
- Offrir des « pratiques » pour se préparer et anticiper les questions qui pourraient survenir lors de présentations à des prêteurs ou des investisseurs



« Ce qui aide, c'est quand on se retrouve entre femmes entrepreneures afin de partager les défis qu'on rencontre et voir comment les autres les relèvent. »

Sources : Consultations (2021)

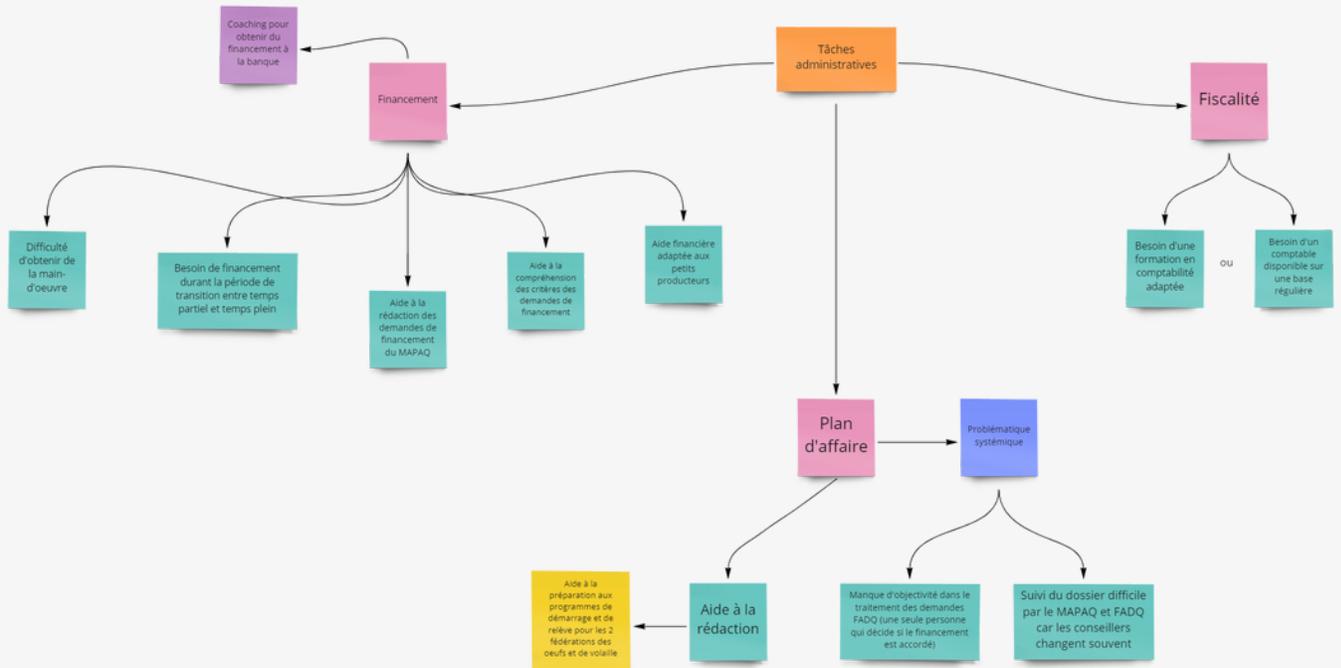
93  la Chambre de commerce du Montréal métropolitain

femmessor 

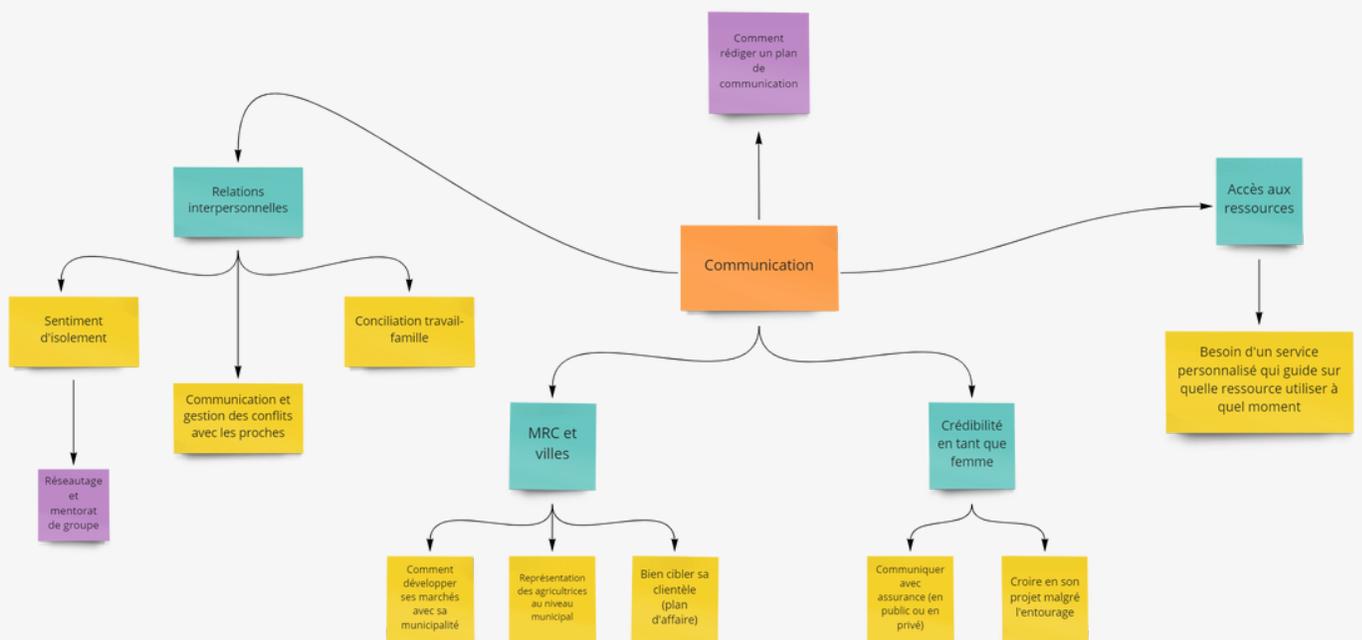
LES BESOINS ET PROBLÉMATIQUES EN RÉSUMÉ

Afin de conclure cette section du plan d'affaire, voici un résumé graphique des différents besoins et problématiques évoqués par les agricultrices interrogées.

BESOINS AU NIVEAU ADMINISTRATIF



BESOINS AU NIVEAU DES COMMUNICATIONS



ÉTUDE DE MARCHÉ

CLIENTÈLE CIBLÉ

L'analyse des données recueillies par l'étude de marché révèle que les agricultrices qui utilisent les services de Dimension E œuvrent davantage dans les petites productions.

Voici les spécialités dans lesquelles ont retrouve davantage de productrices :

- Production maraîchère
- Élevage de porcs
- Apiculture
- Production de bovins
- Élevage de grands gibiers
- Élevage de volailles
- Production en serre
- Production de fraises et framboises
- Production de lait de chèvre
- Production d'œufs d'incubation
- Production de pommes de terre
- Production d'œufs
- Élevage d'ovins
- Production forestière
- Production laitière
- Production acéricole
- Production de légumes de transformation

Outre les spécialités de l'UPA, un bon nombre de productrices agricoles se spécialisent vers des marchés de niches innovants, principalement en cultures maraîchères et fruitières. Il a aussi été remarqué que des utilisatrices récentes du service-conseils personnalisé recherchent des conseils pour leur projet de démarrage d'entreprise en agriculture urbaine et en transformation agroalimentaire. Ces deux marchés pourraient donc être de nouvelles cibles de clientèles à desservir.

ÉTUDE DE MARCHÉ

CLIENTÈLE CIBLE

Outre les spécialités de l'UPA, un bon nombre de productrices agricoles se spécialisent vers des marchés de niches innovants, principalement en cultures maraîchères et fruitières. Il a aussi été remarqué que des utilisatrices récentes du service-conseils personnalisé recherchent des conseils pour leur projet de démarrage d'entreprise en agriculture urbaine et en transformation agroalimentaire. Ces deux marchés pourraient donc être de nouvelles cibles de clientèles à desservir.

DOMAINES D'INTÉRÊTS

Les domaines auxquels s'adonnent davantage les agricultrices au sein de leur entreprise, d'après les données recueillies, sont les suivants:

- Administration
- Marketing
- Commercialisation des produits
- Communication
- Soins des animaux



APPRÉCIATION DES SERVICES ACTUELS

Les activités de Dimension E ayant été les plus pertinentes aux yeux des participantes sont les cellules de codéveloppement. Elles mentionnent en être ressorties avec des idées, des liens pertinents et des pistes de solution. Elles nomment avoir apprécié le sentiment d'appartenance au groupe et le support moral de leurs pairs. Le service d'experts a lui aussi été grandement apprécié, particulièrement pour le service des avocats. Parmi les conférences offertes, celle portant sur la CPTAQ a été particulièrement aimée des participantes.

ÉTUDE DE MARCHÉ

CLIENTÈLE CIBLE

OBSTACLE AU MEMBERSHIP

Les participantes ont été questionnées sur les raisons pour lesquelles elles n'utilisent ou n'utiliseraient pas les services de Dimension E. Différentes raisons ont été énoncées:

- Elles n'ont pas entendu parler des Agricultrices du Québec et de Dimension E via les services d'accueil de l'UPA;
- Comme elles sont très occupées et ont peur de ne pas avoir le temps d'utiliser les services;
- Trop cher considérant toutes les adhésions à payer (UPA, relève, etc.);
- Entre les AQ et la Relève, elles font le choix de la relève pour avoir leurs services;
- Une participante a arrêté son membership, car elle avait l'impression que son adhésion ne servait qu'au Gala.

Les productrices mentionnent qu'elles paieraient si elles voyaient que quelque chose de très concret leur serait offert. Certaines d'entre elles ont d'ailleurs utilisé les services.



ÉTUDE DE MARCHÉ

CLIENTÈLE CIBLE

RESSOURCES UTILISÉES

Les participantes nous ont parlé des ressources qu'elles ont utilisées durant leur parcours entrepreneurial. La majorité d'entre elles ont suivi l'attestation de spécialisation professionnelle, *Lancement d'une entreprise* offerte par leur commission scolaire. Elles ont également, en majorité, utilisé les prêts et subventions de la FADQ, de Financement agricole Canada (FAC) et du MAPAQ. Certaines ont obtenu du financement de leur municipalité ou de concours de relève de leur fédération spécialisée. Aucune n'a été financé par une banque.

Les conseillers en relève et en établissement agricole du MAPAQ et les services des Réseaux Agriconseils ont été des ressources également très utilisées par les participantes de cette étude. Il est très intéressant de constater que les principales aides auxquelles ont eu accès les productrices ont été des acteurs bénévoles de leur entourage (famille, amis, propriétaires de commerces agroalimentaires, politiciens de leur municipalité et clients ayant aimés leur produit ou qui ont développé un sentiment d'appartenance à leur mission. Les pages Facebook régionales, agricoles et d'entrepreneuriat ont été nommées comme des ressources importantes pour trouver des alliés pertinents.

EN BREF...

Les productrices rencontrées sembleraient prêtes à payer pour des services si ceux-ci leur sont vendus de manière à ce qu'elles voient concrètement que ceux-ci répondront à leurs besoins immédiats. Cependant, considérant le manque de temps et d'argent des agricultrices, il serait essentiel de proposer une offre de service flexible au niveau des horaires et tarifs proposés.

ÉTUDE DE MARCHÉ

ANALYSE COMPARATIVE DE LA CONCURRENCE

SERVICE-CONSEILS PERSONNALISÉS

Aucun organisme connu n'offre à des agricultrices des service-conseils personnalisés comparable à ceux de Dimension E. Chaque organisme, fédération, association ou entreprise, se contente d'indiquer les services qu'ils offrent ou bien de référer aux grandes institutions connues, tel que FADQ, FAC ou au MAPAQ.

Aucun ne propose de formule personnalisée complète d'accompagnement à long terme pour les recherches de ressources entrepreneuriales.

Les productrices ont nommé apprécier beaucoup de se faire informer sur les ressources à utiliser à chaque étape de leur projet entrepreneurial.

Agriculture urbaine

Il existe plusieurs ressources offrant des informations techniques sur l'agriculture urbaine sur l'île de Montréal. Au niveau entrepreneurial, à notre connaissance, il n'existe que le Laboratoire sur l'agriculture urbaine (LAB) qui offre un programme entrepreneurial offrant des services d'accompagnement, d'incubation et de maillage en agriculture urbaine via le programme MontréalCulteurs.

Voici les différents services du LAB :

ÉTUDE DE MARCHÉ

OFFRE DE SERVICE DU LAB - PROGRAMME MONTRÉALCULTEURS

Les différents parcours du LAB sont d'une valeur de 3 000 \$, mais sont offerts à un prix moindre grâce à différents financements dont un de la Ville de Montréal. Des services-conseils sont aussi offerts aux participants pour une valeur de 125\$/hre, subventionné à 80%.

1

INCUBATEUR (GRATUIT)

- Solution innovante reliée à la production, la transformation, la distribution ou les technologies pour l'agriculture urbaine;
- Phase de conception d'un prototype, de recherche et développement ou à l'étape de démarrage;
- Croissance et établissement sur le territoire de l'agglomération de Montréal suite à l'incubation;
- Accès à un espace test de 500 pi² par entreprise pour une durée de 10 mois;
- Accès à des ressources communes (cuisine de transformation, chambre froide, station de lavage, salle de coworking et une salle de formation);
- Parcours de formation offert en partenariat avec l'Écoles des Entrepreneurs du Québec - Campus Montréal (programme démarrage, commercialisation ou croissance);
- 10h d'accompagnement technico-économique d'experts de l'agriculture urbaine;
- Diagnostic des forces et faiblesses de l'entreprise en début de parcours, accompagné de service d'aiguillage en cours de parcours (financement et contacts) et diagnostic en fin de programme;
- Service de maillage post-incubation afin de trouver un espace de production à Montréal.

ÉTUDE DE MARCHÉ

2

PARCOURS | DÉMARRAGE D'ENTREPRISE (100 \$)

Formation de 12 semaines qui s'adresse aux entrepreneur(e)s qui souhaitent développer leurs compétences entrepreneuriales et bénéficier d'un coaching spécialisé en agriculture urbaine. Ce parcours a pour objectifs la modélisation du modèle d'affaires, la rédaction d'un plan d'affaires, l'élaboration des prévisions financières et la transmission des bonnes pratiques technico-économiques de production agricole urbaine.

3

PARCOURS | STRATÉGIE DE VENTES ET COMMERCIALISATION (100 \$)

Formation de 8 semaines qui s'adresse aux entrepreneur(e)s qui vivent des défis liés à la réalisation des ventes de leur entreprise. Ce parcours a pour objectifs de développer des compétences en vente et de recevoir un accompagnement particulier sur les enjeux de commercialisation.

4

PARCOURS | CONSOLIDATION D'ENTREPRISE (100 \$)

Formation de 9 mois qui s'adresse aux entrepreneur(e)s souhaitant consolider leur entreprise. Ce parcours a pour objectifs de guider les entreprises agricoles urbaines dans la transformation de leur entreprise en bénéficiant d'accompagnement personnalisés avec des coachs spécialisés sur les enjeux de l'agriculture urbaine.

ÉTUDE DE MARCHÉ

CELLULES DE CODÉVELOPPEMENT

Différentes entreprises offrent des cellules de codéveloppement au Québec. Les offres varient entre 250 \$ et 995 \$.

Entreprise	Formule de codéveloppement	Prix
<p>Femme Essor (Evol)</p>	<p>Les Cellules sont constituées de 7 à 10 entrepreneures vivant des enjeux d'affaires similaires. 9 à 12 rencontres. Différentes thématiques offertes : émergence durable, construction, etc.</p> <p>Critères :</p> <ul style="list-style-type: none"> • être une femme propriétaire d'entreprise ayant un rôle stratégique; • être disposée à partager ses enjeux, ses défis et ses expériences vécues; • s'engager à être présente à toutes les activités de la Cellule; • réaliser une entrevue de qualification avec une responsable Evol. 	<p>Coût annuel d'inscription : 995 \$ + taxes</p> <p>Tarif spécial pour les participantes des Cellules Émergence à 595 \$ + taxes</p>
<p>Réseau des femmes d'affaire du Québec (RFAQ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Service gratuit aux membres du RFAQ, les cellules d'entraide offrent un accompagnement et un soutien professionnel ENTRE femmes. Ces mini-réseaux multidisciplinaires prônent l'engagement, la solidarité, l'entraide et le codéveloppement. • Une cellule d'entraide peut comporter des entrepreneures, des solopreneures (travailleuses autonomes), des directrices d'OBNL, des cadres d'entreprises, des gestionnaires d'organisation, bref, toutes celles intéressées par l'échange et le codéveloppement • 1 x par mois 	<p>Abonnement régulier annuel est à 250 \$.</p> <p>Rabais pour les étudiantes, les femmes travaillant dans une OBNL.</p>

ÉTUDE DE MARCHÉ

Entreprise	Formule de codéveloppement	Prix
<p align="center">La Zone entrepreneuriale (Trois-Rivières)</p>	<p>Utilise le modèle de Payette et Champagne (6 étapes). Groupe de 10, 10 rencontres de 2 h. Le cas d'un participant par rencontre.</p> <p>Les participants doivent être au moins depuis 3 ans en activité.</p> <p>Apprendre par l'action en profitant de l'expérience cumulée des autres entrepreneurs – gestionnaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Améliorer sa pratique professionnelle et la prise de décision; • Viser à élargir la réflexion de chacun sur leur méthode de management; • Renforcer la capacité de prise de décision éclairée et concise; • Unir les forces de chacun afin de collaborer à l'atteinte de vos objectifs; • Bénéficier de 10 points de vue différents et ainsi disposer du soutien de personnes vivant des situations similaires; • Activités de formation pour et par les entrepreneurs; • Structuré et régi par un code d'éthique de l'Association québécoise du codéveloppement professionnel. 	<p align="center">400 à 775 \$ incluant un plan d'action et du coaching</p>
<p align="center">École des entrepreneurs du Québec</p>	<p>Ces groupes de codéveloppement comprennent environ 12 à 15 entrepreneurs qui se rencontrent dans le but d'échanger et de résoudre des problématiques. En plus des entrepreneurs, un conseiller-animateur est invité à la rencontre pour apporter des pistes adaptées selon les enjeux discutés. Il coordonne aussi les démarches du groupe. Tous les participants peuvent exposer une problématique à tour de rôle selon la thématique centrale proposée avec l'objectif de trouver des solutions. Les autres interviennent en faisant un tour de table pour apporter leur aide ou donner leurs conseils selon le temps qu'il leur est alloué.</p>	<p align="center">Inconnu</p>
<p align="center">Groupe leader plus (Québec)</p>	<p>Les entrepreneurs sont jumelés dans un groupe avec leurs pairs qui proviennent de secteurs d'activités variés, mais tous reliés à l'industrie agricole. Le groupe se réunit lors de réunions d'échanges à raison de 4 à 6 fois par année. Les groupes ont des thématiques différentes : relève, transformation alimentaire, etc. L'entreprise collabore déjà avec les Éleveurs de porcs du Québec et a déjà collaboré avec UPA Estrie. Ils aimeraient collaborer avec les Agricultrices du Québec.</p>	<p align="center">Varie en fonction du nombre de rencontres et des aides financières. 5 rencontres coûtent environ 945 \$.</p>

ÉTUDE DE MARCHÉ

PROGRAMMES ENTREPRENEURIAUX

Plusieurs entreprises offrent des services de développement entrepreneuriaux aux québécois, mais aucune ne se spécialise en entrepreneuriat agricole. Voici une étendue des services offerts.

	Evol	Réseaux des femmes d'affaire du Québec	Futurpreneur
Services	<ul style="list-style-type: none"> financement sous forme de prêts conventionnels diagnostic des compétences entrepreneuriales banque d'heures auprès de la Brigade-conseils Webinaire activités de formation capsules vidéo 	<ul style="list-style-type: none"> cellules d'entraide marrainage pour la relève programme Développement économique féminin Activités de réseautage Formations virtuelles Cohorte de formation 	<p>Financement, mentorat et expertise nécessaire pour démarrer une entreprise</p> <p>*Pour les 18 à 39 ans</p>
Prix	<p>Coût annuel d'inscription : 995 \$ + taxes</p> <p>Capsules vidéo: durée et coûts divers</p> <p>*Certains services seulement pour les personnes ayant eu accès à un prêt</p>	<p>Abonnement régulier annuel à 250\$</p> <p>*Formations virtuelles: coûts divers (45\$ à 150\$)</p> <p>**Cohorte RUBIS: 750\$</p>	<p>Inconnus</p>
Régions	<p>17 régions du Québec</p>	<p>Tout le Québec et possibilité d'être membre hors Québec</p>	<p>Canada</p>

ÉTUDE DE MARCHÉ

	Chambre de commerce du Montréal métropolitain	École des entrepreneurs du Québec
Service	<p>Services aux entreprises:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Services de démarrage d'entreprise : centre de ressources; concours et bourses; conseils et outils pratiques; agents qui aident à remplir les demandes de financement; formations, activités et événements; service de recherche pour obtenir des listes et profils d'entreprise ainsi que des données et tendances de marché pour élaborer le plan d'affaires; activités, services et formations en réseautage; conseils d'affaires personnalisés sur les différents aspects de la création d'une entreprise - Service de croissance: Régime d'assurance collective; jumelage linguistique entre commerçants et étudiants destiné à améliorer les compétences linguistiques des propriétaires et employés de petits commerces; conseils d'affaires pour vendre ses produits ou services à un gouvernement - Talents en entreprise: jumelage professionnel employeur-immigrant; accueil d'un stagiaire - Commerce international 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 parcours de formation pour les femmes entrepreneures - Ateliers (aspects juridiques, com et marketing; comptabilité et fiscalité; gestion; innovation, etc.) - Programme Mon commerce en ligne - Conférences en ligne
Prix	<p>Membership à partir de 200 \$ et offre de 15 à 35 % de réduction sur le prix d'inscription aux activités</p>	<p>Parcours de formation: 150 à 500 \$ Ateliers : gratuit à 1 190 \$ Programme Mon commerce en ligne: 750 \$</p>
Région	Canada	Tout le Québec

ÉTUDE DE MARCHÉ

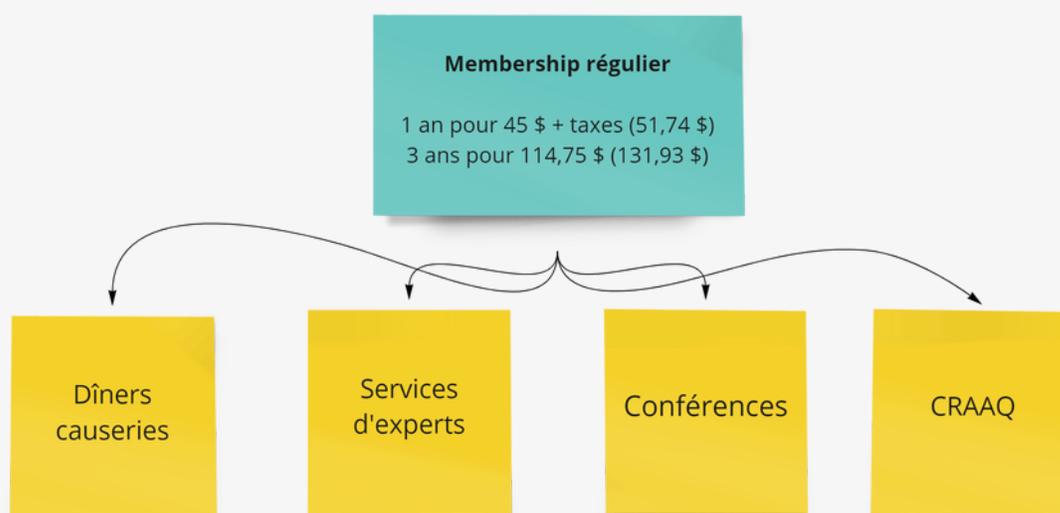
	YMCA des femmes de Montréal	Plateforme de formation en entrepreneuriat agricole de l'Université Laval
Service	<p>Programme s'entreprendre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10 ateliers de groupe - accompagnement individuel - idéation et élaboration d'un plan d'affaires complet - obtention d'un certificat de l'Université Concordia - coaching par des experts en entrepreneuriat; - accès à du microcrédit jusqu'à 10 000 \$ 	<p>Formation de 10 jours en entrepreneuriat agricole:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rencontre avec des experts - Témoignages d'entrepreneurs - Test psychométrique - Coaching individuel - Accès au portail des cours - Matériel et outils pédagogiques <p>Formations courtes</p> <p>Formations à la carte</p>
Prix	Gratuit	<p>Formation 10 jours: 7 500 \$ (aide financière disponible)</p> <p>Formations courtes: 125 à 300 \$</p> <p>Formations à la carte: gratuit à 125 \$</p>
Région	Femmes âgées de plus de 18 ans qui vivent des défis économiques, sociaux ou professionnels	Québec

LA STRATÉGIE DE SERVICES

Les besoins et problématiques divulgués par les agricultrices dans le cadre de cette étude de marché ainsi que l'analyse comparative de la concurrence ont permis de développer un nouveau modèle d'offre de service. Le membership régulier offrira dorénavant les dîners causeries, les services d'experts, les conférences et 100 \$ de documentation au CRAAQ. Les autres activités seront offertes en forfait payant : idéation, démarrage d'entreprise, croissance et transfert.

NOUVELLE OFFRE DE SERVICES

Membership régulier



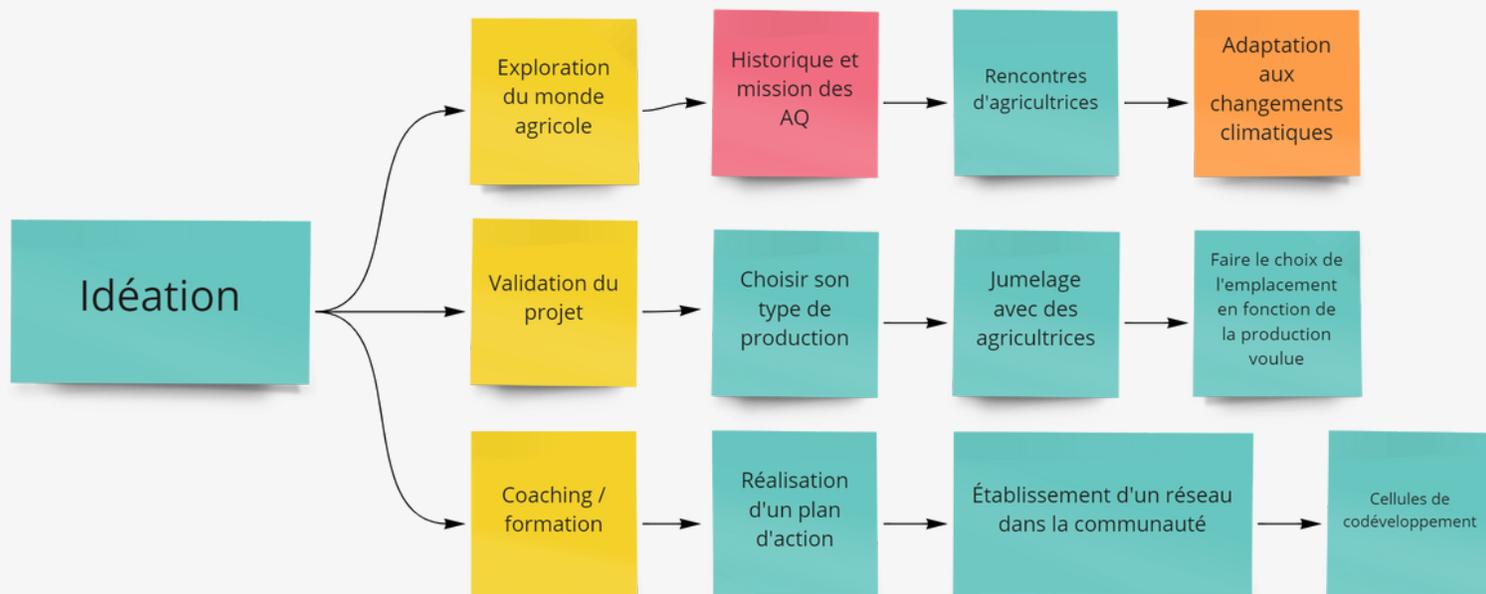
Les cellules de codéveloppement de Dimension E seront dorénavant payantes et incluses dans des forfaits en fonction du stade entrepreneurial des productrices (idéation, démarrage, croissance ou transfert d'entreprise). Le forfait idéation permettra aux aspirantes agricultrices (de plus en plus nombreuses) de valider leur projet entrepreneurial. Elles pourront ensuite transiter vers le forfait **démarrage d'entreprise** et plus tard **croissance** où leurs besoins en administration et communication seront répondus par différents ateliers et formations d'experts.

NOUVELLE OFFRE DE SERVICES: LES FORFAITS

Tous les forfaits incluent une adhésion de 3 ans au AQ.

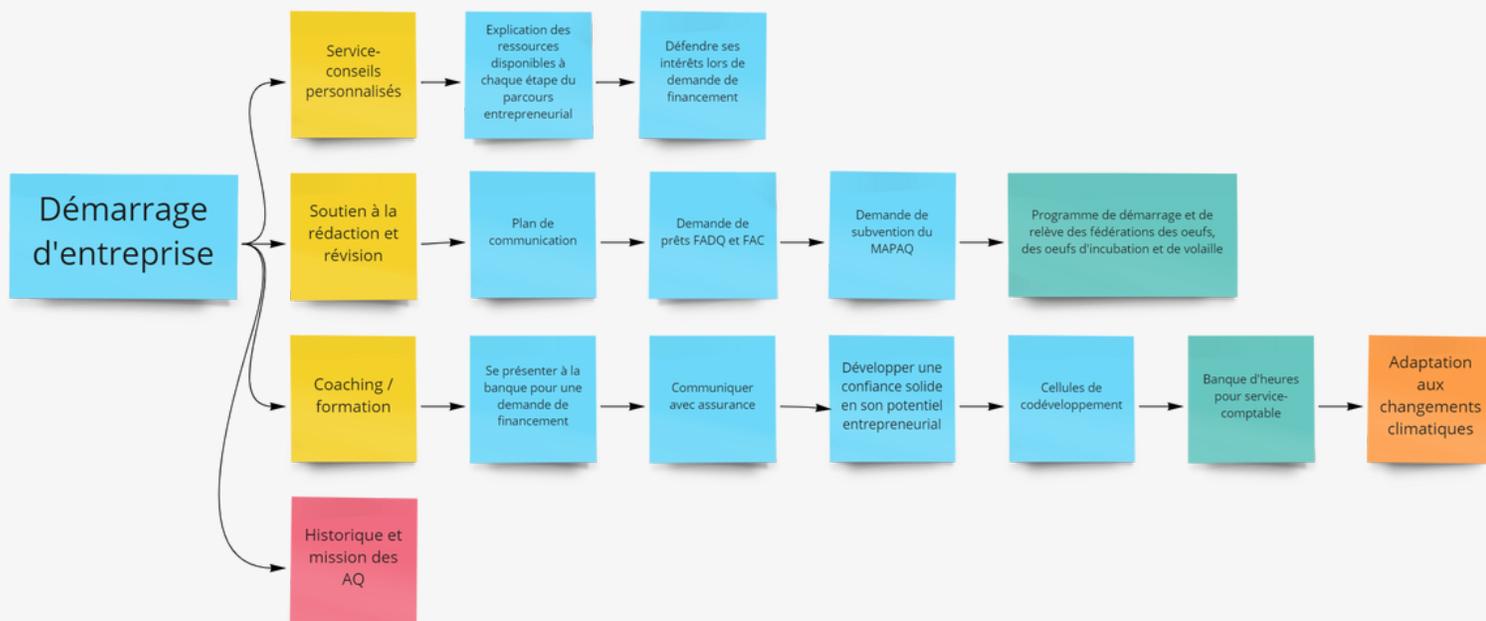
Forfait idéation

Offert aux femmes qui envisagent devenir agricultrices et qui ont envie de valider leur projet.



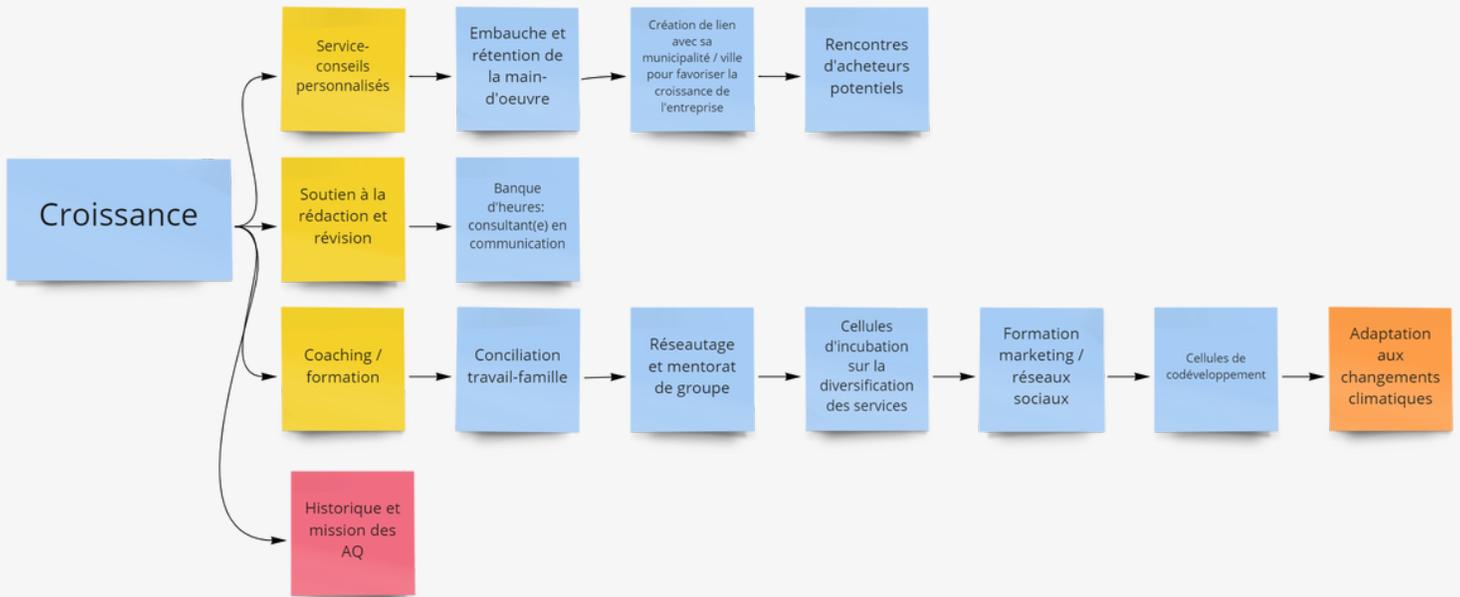
Forfait démarrage d'entreprise

Offert aux femmes qui sont en train de créer leur plan d'affaire ou qui ont terminé leur plan d'affaire. Doivent avoir une idée assez concrète de leur projet agricole.



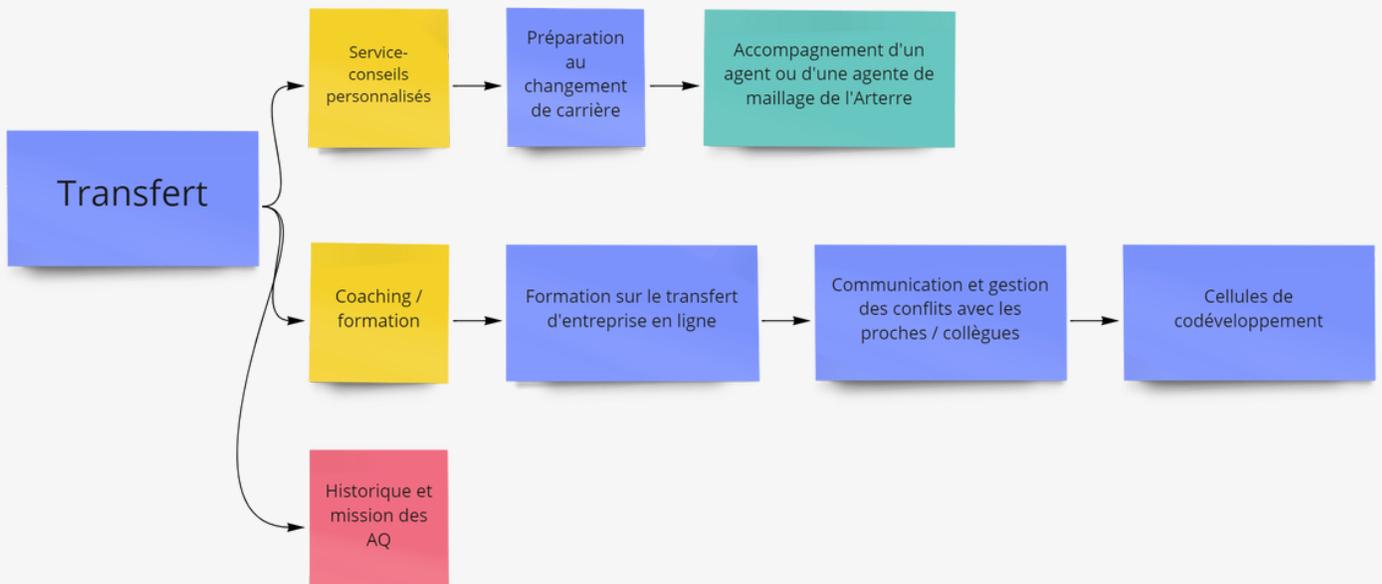
Forfait croissance

Offert aux entrepreneures agricoles qui ont démarré leur entreprise et qui souhaitent faire croître celle-ci vers une prospérité économique et un meilleur équilibre de vie.



Forfait transfert

Offert aux femmes qui envisagent acquérir ou céder une entreprise agricole déjà existante.



PLAN MARKETING



LA STRATÉGIE DE LOCALISATION ET DE DISTRIBUTION

La coordination des activités de la nouvelle offre de service de Dimension E se fera aux bureaux de la Fédération des Agricultrices du Québec, dans l'édifice de l'UPA de Longueuil. Ce lieu, où toutes les spécialités affiliées de l'UPA sont rassemblées, facilitera les échanges collaboratifs.

L'offre de service sera, quant à elle, offerte à distance via Teams et / ou Zoom. Cette formule virtuelle permettra ainsi à toutes les agricultrices et aspirantes agricultrices, du Québec et de l'extérieur du Québec, de pouvoir en profiter.

LA STRATÉGIE DE PRIX

Les prix de la nouvelle offre de services de Dimension E sont principalement évalués en fonction des concurrents (prix concurrentiel), mais prennent aussi en compte les coûts directs et indirects de production (prix comptable), afin d'assurer la rentabilité. Des rabais seront octroyée aux personnes issues de la diversité ainsi qu'aux femmes autochtones.

PLAN MARKETING

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Notre stratégie de communication a comme principal but de faire connaître l'organisme et ses services pour amener les agricultrices et aspirantes agricultrices à utiliser ceux-ci. Pour y arriver, les annonces publicitaires mettront en relation les besoins de notre clientèle cible et les solutions offertes pour les résoudre, soient les différents ateliers des forfaits de l'offre de services. Comme chaque forfait vise une clientèle différente, chacun aura sa propre stratégie de communication. Le message véhiculé repose principalement sur deux éléments de la stratégie de services, soit la spécialité agricole des contenus des forfaits et l'accès à un réseau d'agricultrices expérimentées.

Voici les différentes actions qui ont été ou seront entreprises pour le plan de communication :

- Création d'une fiche promotionnelle décrivant les 4 forfaits, de fiches promotionnelles individuelles pour chacun des forfaits et diffusion sur les différentes plateformes web et journaux énoncées plus bas;
- Création d'un courriel promotionnel via Mailchimp envoyé à nos membres et alliés;
- Rencontre virtuelle d'informations sur le lancement des 4 forfaits;

SUITE À VENIR SELON VOS COMMENTAIRES!

Dimension E
Cultivez votre potentiel agricole