

Aide-mémoire des astuces - LE PRODUIT

Allergènes	Disponibilité et volume	Préparation et conditionnement	Format et emballage
Consultez le carnet d'information sur les allergies alimentaires réalisé par le MAPAQ.	Évitez la rupture de stock , surtout à quelques jours de préavis.	Informez-vous du mode de préparation , du type d'installations ainsi que du nombre de personnes qui veillent à la préparation des repas pour proposer un conditionnement de produit adapté.	Considérez les méthodes de transport et d' entreposage des produits lors de la conception de leur emballage .
Indiquez les allergènes et autres substances à déclaration obligatoire sur l'étiquette de vos produits.			
Utilisez toujours le nom usuel des ingrédients allergènes, et non leurs dérivés. Assurez-vous également que la liste des ingrédients tienne compte des substitutions ou des changements apportés à la recette originale.	Si vos produits sont saisonniers, contractualisez pour une période déterminée ou proposez les conditionnements idéaux en vue d'un approvisionnement annuel.	Rappelez-vous qu'un objectif important des acheteurs est l' économie de temps et d'argent tout en répondant aux besoins de leur clientèle.	Vérifiez le format des produits et leur emballage pour qu'ils respectent les exigences des établissements.
Demandez à vos acheteurs si d' autres allergies que celles qui sont les plus fréquentes sont répertoriées auprès de leur clientèle.	Demandez les moments où il y a une baisse d'achalandage, et donc, diminution des commandes (ex. : vacances).	Afin d'être concurrentiel, informez-vous des conditionnements désirés par les acheteurs et de leurs exigences particulières .	Évitez le suremballage. Démarquez-vous et proposez un produit dont l'emballage est écoresponsable (ex. : biodégradable, compostable).
Ayez un système efficace pour facilement retracer vos produits (lot, code, etc.).	Hygiène et salubrité	V a l e u r s n u t r i t i o n n e l l e s	
Portez attention à la contamination directe ou croisée .	Informez-vous des permis obligatoires avant de vous lancer. Suivez la formation en hygiène et salubrité alimentaires.	Vérifiez que vos produits ont une haute valeur nutritive et qu'ils contiennent une quantité de sodium, de sucre, de gras trans et saturés ne dépassant pas les seuils prescrits dans les politiques-cadres.	Mettez de l'avant vos produits auprès des acheteurs institutionnels s'ils ont une teneur élevée en fibres.

Les marchés institutionnels : premières lectures pour mieux comprendre les critères de sélection des fournisseurs et de leurs produits

Aide-mémoire des astuces - LA LOGISTIQUE

Entreposage et distribution	Prix	Service à la clientèle, facturation et paiement
Vérifiez le type d'équipements auxquels les acheteurs ont accès, puisqu'il a une influence sur leur capacité d'entreposage . Il se peut donc que vous deviez offrir ce service.	Soyez au courant de votre coût de revient. Pensez à inclure tous les frais de production, de promotion, de représentation et de distribution dans le prix de vos produits. Ceci vous permettra de partir sur de bonnes bases et de maintenir votre relation d'affaires.	Vous devez être en mesure de fournir des factures aux acheteurs du secteur public.
La capacité d'entreposage peut aussi avoir une influence sur la récurrence des livraisons et/ou le conditionnement des produits. Élaborez un calendrier de livraisons.	Ayez un plan de commercialisation.	Avant d'accepter une entente, assurez-vous d'avoir la santé financière nécessaire pour recevoir des paiements mensuels si c'est ce que l'acheteur propose.
Contactez l'Inspection des aliments pour connaître toutes les normes à respecter pour la distribution des produits agroalimentaires.	Soyez ouverts à la négociation et connaissez vos propres marges de manœuvre.	Misez sur l'efficacité et l'efficience de votre service à la clientèle pour bâtir une relation d'affaires durable.
N'oubliez pas de calculer les coûts de distribution dans le prix des produits.	Au besoin, consultez un courtier ou allez chercher de l'aide pour vérifier la structure de prix.	La communication est au cœur des bonnes relations d'affaires. Assurez-vous d'être facile à joindre et convenez d'une plage horaire pour les communications.