

La Coop des viandes - Éléments clés

Maxime Beaudoin – département d'anthropologie, Université Laval

Sous la direction de Manon Boulianne et Pauline Bissardon

Février 2019

En bref

- Nom : Coopérative de solidarité de transformation des viandes de Portneuf
- Territoire desservi : La MRC de Portneuf
- Année de création : L'année de création est 2008, mais l'ouverture officielle eut lieu en 2010.
- Les personnes instigatrices : Les six fondateurs pour l'idée de départ et les 28 productrices et producteurs membres (incluant les fondateurs) de la MRC de Portneuf à l'ouverture de la Coop, en 2010.
- Objectif initial : Offrir un service de transformation des viandes pour les producteurs et productrices locaux.
- Ressources qui ont permis le démarrage : Des producteurs et productrices avec de la volonté, les moyens financiers du groupe et l'aide des multiples partenaires de la communauté.
- L'équipe organisatrice : Le conseil d'administration et les membres (via les assemblées générales).
- Emplois associés : Un poste de coordonnatrice, deux à trois de commises.
- Bénévoles : Les cinq membres du conseil d'administration.
- Sources de financement : Les revenus provenant des activités de transformation des viandes de la Coop, l'apport financier des membres de soutien et certaines subventions.
- Organismes partenaires : La MRC de Portneuf, les particuliers-membres (pratiquant l'agriculture ou la chasse), les partenaires sociaux.

Les indispensables

- L'existence d'une base solide sur laquelle s'appuyer : La coopérative a pu compter sur le groupe de productrices et producteurs à la base du projet pour fournir un minimum de bêtes.
- Un réseau d'organismes partenaires : la Coop des viandes a, dès sa création, cherché le soutien et le conseil des institutions et organismes locaux pouvant soutenir l'initiative que ce soit par des aides matérielles, des conseils ou de la promotion. Ce soutien rend possible son bon fonctionnement.
- Les services offerts par les agentes et agents de développement de la MRC de Portneuf.
- L'ambition, le sens de l'initiative et les convictions qui portent les membres de la coopérative à penser et paver la voie d'une agriculture territorialisée et au service de la communauté.

Les freins

- La saisonnalité des activités qui suscitent une demande des services de la coopérative.
- La difficulté de faire la mise en marché pour certaines entreprises.
- Le manque de visibilité de la Coop, surtout durant ses premières années d'existence.
- La difficulté de recruter des bénévoles parmi les membres, qui ont aussi une entreprise agricole.

Les leçons

- Avant de construire une infrastructure, il est essentiel de mener une « étude de marché » détaillée.
- Pour qu'une coopérative du genre aient suffisamment de clientèle, il importe d'en faire la promotion et de s'assurer qu'elle ait une bonne visibilité.
- Ne pas hésiter à demander l'aide d'agentes ou agents de développement local.
- Développer un plan d'affaires permettant d'ajuster les sommes à verser en parts sociales à la capacité de payer des membres et partenaires sociaux.