

L'actualité **ALIMENTAIRE**

Le magazine des spécialistes de l'alimentation

Spécial
traçabilité



procédés &
technologies

DE LA SOLUTION CIBLÉE
À LA GESTION INTÉGRÉE



tendances &
consommation
ESCAPADE DANS
LE MAINE

Robert
A. WALLACE

BOB, SON ÉQUIPE ET LE MONDE...

LA RENTABILITÉ DE LA TRAÇABILITÉ...

UNE QUESTION QUI NE SE POSE PLUS?

PAR THÉRÈSE VANASSE, ADM. A., ET FLORENT MERCIER, ING., M.SC.

Lorsqu'il est question de rentabilité, le premier objectif est de considérer la traçabilité comme une valeur ajoutée. En effet, elle permet de répondre à la réglementation en vigueur et aux exigences de plus en plus nombreuses des acheteurs, de différencier les produits, d'en garantir l'authenticité, d'améliorer la procédure de rappel, de rationaliser ses processus et de satisfaire les demandes des clients, bref, d'être en affaires et d'être plus rentable!

Sur le plan financier, une crise épidémiologique coûte très cher à une population. Par exemple, selon PrioNet¹, la crise de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) – ou maladie de la vache folle – aura coûté au Canada, jusqu'en 2006, plus de 6 milliards de dollars canadiens principalement en arrêt d'exportation et réduction des abattages, et ce pour un seul cas répertorié en Alberta en 2003. À ce jour, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a répertorié dix cas d'ESB au Canada (dont deux nouveaux cas en 2007): sept en Alberta, deux en Colombie-Britannique et un au Manitoba.

En plus des pertes liées à l'abattage massif des animaux touchés par la maladie, les pertes économiques touchent la chaîne de transformation des aliments, le réseau de distribution de même que le tourisme régional, la restauration et bien plus. La traçabilité offre la possibilité de circonscrire l'étendue des dommages et d'intervenir de façon plus précise.

La traçabilité fait également partie d'une approche intégrée qui «rapporte». En effet, plusieurs organismes tentent de plus en plus de réduire les frais liés aux retours et/ou rappels de produits, qui sont toujours très coûteux. La moyenne des frais associés aux programmes de garanties se situe entre 2 % et 5 % des ventes chez les manufacturiers en

Amérique du Nord (AMR Research²). Seulement dans le domaine de l'automobile, les coûts associés aux garanties s'élèvent à plus de 9 milliards de dollars américains par année. Ceci n'inclut pas l'insatisfaction des clients qui peut se traduire, à l'échelle du fabricant, par une perte de clientèle.

Dans certaines industries comme l'agroalimentaire, le rappel des produits peut définitivement avoir des impacts financiers majeurs et surtout compromettre instantanément la perception d'une marque³; malheureusement, nous n'avons pas de chiffres précis à présenter à ce propos. De plus, si la valeur du titre d'une société chute en bourse, cela peut même compromettre sa capacité à se développer à long terme. La traçabilité n'est donc pas seulement une question de conformité à la réglementation, mais il s'agit de plus en plus d'un mode de gestion avec de nombreux bénéfices pour l'organisme.

Selon l'avis du Dr Gilles Doyon du Centre de recherche et de développement sur les aliments (CRDA), un expert au Québec dans le secteur alimentaire, les coûts d'implantation incluant le matériel, les équipements, la formation, les communications et les télécommunications varient selon l'étendue ou jusqu'où l'entreprise veut se rendre dans la traçabilité. Il s'agit souvent d'une

¹ www.nce.gc.ca/nces-rces/prionet_f.htm

² www.amresearch.com/

³ Pierre Côté et Emmanuel Langlois, La traçabilité: une approche intégrée qui rapporte, Logistics Magazine, novembre/décembre 2006

ZONE

actualité

Bref, pour les coûts d'implantation, un minimum de 25 000 \$ peut être considéré, jusqu'à l'infini peu importe le secteur, mais il ne faut surtout dépasser ou surévaluer la capacité financière de l'entreprise ainsi que les besoins réels de celle-ci.

démarche «pas à pas», parfois un pas à l'avant, un pas à l'arrière, ou encore toute une filière qui s'intègre! L'on a souvent constaté que les entreprises disposent de beaucoup d'information et que des processus requis et des données nécessaires pour l'implantation de la traçabilité sont déjà enclenchés et disponibles, mais celles-ci ignorent leur réel potentiel d'utilisation et ne savent pas qu'il s'agit effectivement d'éléments d'un système de traçabilité.

Autre point à considérer dans l'évaluation des coûts: comment veut-on procéder? Papier? Codes à barres? RFID (Radio Frequency Identification)? Combinaisons de technologies? Dans toute évaluation, il faut tenir compte du temps du personnel interne, soit en formation ou même en suivis/application/gestion, et des experts et/ou services conseils utilisés. Bref, pour les coûts d'implantation, un minimum de 25 000 \$ peut être considéré, jusqu'à l'infini peu importe le secteur, mais il ne faut surtout pas dépasser ou surévaluer la capacité financière de l'entreprise ainsi que les besoins réels de celle-ci. Il faut savoir définir le besoin et le(s) règlement(s) au(x)quell(s) doit se conformer l'entreprise, puis établir une liste des outils nécessaires en évitant la démesure, l'excès et les «mauvais» vendeurs trop harcelants. Dans la mise en place d'un système de traçabilité, un climat de confiance mutuel doit exister et se développer à tous les paliers et à tous les niveaux, internes comme externes.

Il s'agit d'une activité complexe relevant et de la science et de la précision, mais un point important doit être rappelé: les entreprises sont avant tout en affaires pour faire des profits et non pour savoir où sont leurs produits! En tant que gestionnaires, il s'agit d'un investissement, et le retour de cet investissement est majeur. Il ne

www.lavaltechnopole.com

AVEC 30 % DE SON TERRITOIRE
DÉDIÉ À LA PRODUCTION
AGRICOLE, LAVAL, C'EST LA
MEILLEURE AGRICULTURE EN VILLE.



L'agriculture fait partie de notre paysage urbain et cela nous plaît. C'est aussi un axe de développement économique qui réunit les maraîchers, les producteurs horticoles et les entreprises de transformation à valeur ajoutée. Un tout que nous nommons l'AGROPÔLE, et qui contribue à notre vitalité économique et à notre qualité de vie. Si vous êtes dans l'industrie agroalimentaire, n'hésitez pas à investir à Laval.



Il y a une place pour vous à Laval...
Un numéro vous y conduit : (450) 978-5959
Et un site Internet vous guide : www.lavaltechnopole.com

Des fonds pour implanter la traçabilité!

Le 31 août dernier, le conseil d'administration du FDTA a décidé de mettre en place un nouveau volet dans son programme d'aide financière, Dévelop'Action, portant sur la mise en place d'un système de traçabilité afin d'aider les entreprises à l'intégrer à leurs procédures HACCP existantes. L'aide financière se fera sous forme de subvention égale à 50 % des coûts admissibles, jusqu'à concurrence d'une aide maximale de 20 000 \$, et portera sur les études et dépenses de consultation. Info: www.fdto.qc.ca

faut pas considérer la traçabilité comme une contrainte mais comme une solution et un outil de gestion et de rentabilité. Pour ce faire, il faut évaluer les coûts des rappels et/ou des retours et/ou de la non-qualité des produits, le temps des employés à gérer ces rappels et/ou retours; à cela, il faut ajouter les pertes de ventes et de l'image de marque de l'entreprise engendrées par ces situations désagréables. Il faut d'abord s'en remettre au gestionnaire interne et au comptable, puis rechercher à l'externe un spécialiste dans le domaine qui travaillera de concert avec eux pour mettre en place LE système adéquat pour l'entreprise, et prendre ensuite des références sur cet expert auprès de clients antérieurs, connaître ses liens avec les fournisseurs qu'il vous propose ou recommande. Ce n'est pas qu'une affaire d'informatique ou de technologies, mais aussi une affaire d'humains! Il importe de faire participer les employés, de les informer et de les former, car ils sont généralement les meilleurs partenaires de l'entreprise.

Une seule étude, réalisée par KPMG Consulting Group et publiée en 2000⁴, a tenté d'estimer les coûts de la ségrégation, de la préservation de l'identité et de l'étiquetage, de la ferme à l'assiette du consommateur des OGM. L'étude prévoit – en tenant compte de la chaîne d'approvisionnement – des coûts de production supplémentaires variant entre 35 % et 41 % pour les producteurs, ce qui signifie pour le consommateur un coût additionnel dans le prix de vente variant entre 9 % à 10 % du prix des aliments au détail. Cette estimation représente donc à peu près le double que ce qui avait été prévu par les autres études économiques réalisées entre 1998 et 2000 en Europe, celles-ci ne tenant malheureusement pas compte des coûts liés à la transformation des aliments dans le secteur manufacturier ni de la distribution des aliments dans le commerce de détail (Golder et al, 2000)⁵. Après vérification auprès d'Option consommateurs, aucune autre étude n'a été effectuée depuis.

Toujours selon l'avis de notre expert, les coûts de la non-implantation de système de qualité, d'assurance qualité et de traçabilité doivent être considérés dans leur ensemble. De plus, on évalue que les pertes dues à la «non-qualité» représentent de 14 % à 40 % du chiffre d'affaires d'une entreprise dans le secteur alimentaire, sans compter les pertes engendrées à court terme (1 an) et à moyen terme (2 à 3 ans). Malgré nos recherches, nous devons mentionner qu'il n'existe pas d'étude précise sur les coûts engendrés par la mise en place d'un système de traçabilité (outils, technologies et temps (heure-personne)) versus les bénéfices financiers et autres, mais les intervenants cités dans le présent article s'entendent pour confirmer qu'il s'agit d'une démarche qui s'avère positive.

La mise en place de concepts, de procédures et de processus précis et détaillés dotés d'une gestion efficace de l'information – traçabilité de l'information – permet définitivement d'augmenter la qualité des produits (attention, la traçabilité n'est pas le contrôle de la qualité!), de réduire de façon substantielle le nombre de rappels et de répondre aux exigences gouvernementales canadiennes, américaines et à celles d'autres pays d'exportation. C'est une composante essentielle permettant à une entreprise d'être performante et de conserver la confiance de ses clients.

UN EXEMPLE

Pour la *USA Grower Manufacturers Association*, la traçabilité est un élément positif de marketing qui compense largement les coûts de mise en place et d'exploitation du

système. Par exemple, McDonald's prévoit acheter d'ici quelques années 100 % de bœuf traçable. Actuellement, seulement 10 % du bœuf est traçable.

EXPÉRIENCES VÉCUES... ET MITIGÉES?

Selon Claude Laroche, président et fondateur de Viande Laroche, qui met en marché sa marque «Viandes sélectionnées des Cantons», la traçabilité représente un coût, car elle n'est pas rentable, du moins pas encore. La traçabilité ne coûte rien au consommateur, mais elle rassure et peut devenir un outil de fidélisation. C'est aussi une question de responsabilité.



Viandes sélectionnées des Cantons, une initiative de Viandes Laroche.

Payer plus pour un aliment tracé? Le consommateur d'ici ne semble pas prêt à cela. «Il s'interroge encore beaucoup sur la composition des aliments qu'il consomme, mais moins sur leur provenance, note Pierre Alexandre Blouin, porte-parole de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA). Pourtant, il aurait intérêt à le faire, car cela a un impact important sur l'économie locale...»

Par ailleurs, la traçabilité n'est pas une assurance tous risques, comme le souligne Daniel Vielfaure, vice-président exécutif d'Aliments Carrière. «C'est très efficace pour s'assurer que le consommateur ne risque rien, mais ça ne nous met pas à l'abri d'une crise. La paranoïa n'a rien de rationnel.» La «crise des épinards» de

⁴ *Economic Impact stud: Potential costs of mandatory labeling of food products derived from biotechnology in Canada*, Ottawa 12/01/2000, 34493/GG/ae

⁵ Marie-France Huot, *Option consommateurs*, l'Association des consommateurs du Québec, *Le Canada est-il prêt? Une évaluation de l'infrastructure favorisant la traçabilité et l'identification des aliments génétiquement modifiés au Canada*, pour Bureau de la Consommation, Industrie Canada, avril 2002.

⁶ *De la ferme à la table*, Kathy Noël, Commerce, avril 2007.

décembre 2006 constitue un bon exemple, alors que les ventes d'épinards du Québec chutaient, même si le problème était américain... ■

Présentation des auteurs :

Thérèse Vanasse, Adm. A.
Vanasse & Associés Consultants Inc.

Frolent Mercier, Ing., M.Sc.
Tecsult Inc.

Pour information : Nous avons rédigé pour le compte de Les Éditions Techniques de l'Ingénieur ©, Paris, France, 2 articles sur le sujet : « La traçabilité au Canada : des faits et des pratiques » (TR960), 21 pages, mai 2007 et « La traçabilité aux États-Unis, pratiques nord-américaines » (TR962), 20 pages, novembre 2007.

Internet, un gabarit d'évaluation permettant de prendre une décision éclairée en matière de traçabilité. L'outil est assez simple à utiliser et peut être personnalisé à la réalité de chaque entreprise à l'aide de cases personnalisables soit par des données qualitatives, soit par des données variables sous forme de bandes déroulantes. L'outil permet d'analyser sommairement un ensemble de données telles que la description du marché, le coût des rappels, les niveaux de responsabilité requis, les processus principaux, l'amélioration des processus et les coûts liés à la traçabilité. En bout de ligne, un rapport synthèse des coûts-bénéfices est proposé, permettant un aperçu sommaire des éléments de gestion à considérer et ainsi de guider les prochaines étapes.

Téléchargement du Gabarit Can-Trace d'aide à la décision:

www.can-trace.org/REPORTS/tabid/81/language/fr-CA/Default.aspx



TREEHOUSE ACQUIERT E.D. SMITH

Pour un montant d'environ 217 millions de dollars, TreeHouse s'est porté acquéreur de E.D. Smith, le plus important fabricant canadien de gelées, de confitures et de condiments, ce qui porte la gamme de l'entreprise américaine à plus de 2 200 produits.

BAXTERS CANADA PREND DE L'EXPANSION

Le fabricant de soupe en conserve de Saint-Hyacinthe Baxters Canada vient d'acquérir l'entreprise ontarienne Cangro Soup en vue de doubler son chiffre d'affaires. L'entreprise emploie plus de 150 personnes, a également investi 5 millions de dollars dans la modernisation de son usine.

INVESTISSEMENT DE 1,2 MILLION

À Saguenay-Lac-Saint-Jean, qui se spécialise dans la conservation de produits de la forêt, le bleuets, a reçu des appuis du gouvernement du Canada et du Québec pour un projet agricole. Ainsi, l'entreprise, qui vise les marchés américain, canadien et européen, investira 1,2 million de dollars dans le perfectionnement de ses produits. L'entreprise emploie six postes supplémentaires. Dans la commercialisation de produits, le Desserts est une jeune entreprise de Saint-Hyacinthe qui fabrique des collations de type collation préparées à partir de lait entier et de crème.

LE CANARD GOULU OUVRE UN RESTO-BOUTIQUE

Le 19 juin dernier, l'entreprise Le Canard Goulou, de Saint-Apollinaire, ouvrait un resto-boutique sur la rue Maguire à Québec, ce qui représente un investissement de 1 million de dollars. L'entreprise, qui se spécialise dans le canard de Barbarie, y vend ses produits fins en plus de proposer un concept novateur de cafétéria gastronomique.

LA FROMAGERIE PERRON EN PLEINE CROISSANCE

La fromagerie Perron vient d'acquérir la fromagerie Côte-de-Beaupré pour 1 million de dollars. L'entreprise du Saguenay-Lac-Saint-Jean a également investi 5 millions de dollars en vue de devenir la première fromagerie canadienne à produire un fromage gruyère qui se nommera le Sieur de Roberval et qui sera mis sur le marché en juin 2008.

LA MICROBRASSERIE DIEU DU CIEL! S'IMPLANTE À SAINT-JÉRÔME

L'entreprise se vouant à la production de bières artisanales a investi 850 000 \$ pour aménager ses installations dans un bâtiment du centre-ville de Saint-Jérôme. Elle compte ainsi produire 3 500 hectolitres par année et employer une vingtaine de personnes.

EXPANSION CHEZ DELTA DAILYFOOD

Se spécialisant dans les produits surgelés de composantes de repas et de prêt-à-manger, l'entreprise de Rigaud Delta Dailyfood (initialement hollandaise) a été vendue il y a quelques mois à la compagnie française Fleury Michon. D'importants travaux d'agrandissement d'environ 100 000 pi² ont été entrepris par Syscomax et devraient se terminer vers mai 2008.

AGRANDISSEMENT CHEZ MAÎTRE SALADIER

L'entreprise de Boisbriand, spécialisée dans les salades et le prêt-à-manger, a entrepris des travaux d'agrandissement de 9 000 pi² et presque autant en réaménagement intérieur des infrastructures existantes. À la fin des travaux, la superficie totale du bâtiment atteindra près de 100 000 pi². Le mandat a été confié à Syscomax, qui s'était déjà chargé des phases 1, 2 et 3.