



6335 Route Louis-S.-St-Laurent  
Compton, Qc., J0B 1L0  
819 835-5549

# CROUSTIPOM

## Dossier d'information

octobre 2010

**Crousti Pom**

**POMMES DÉSHYDRATÉES CROUSTILLANTES  
CRISPY DEHYDRATED APPLES**

100 g

**INGRÉDIENTS:**  
POMMES / APPLES

PRODUIT PAR / PRODUCT BY  
**le gros Pierre**  
COMPTON, Q.C. J0B 1L0  
819 835-5549  
www.grosPierre.com

**Valeur nutritive  
Nutrition Facts**

pour 1/4 sac (25 g) /  
Per 1/4 bag (25 g)

Calories 90

Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, sodium, vitamine A, vitamine C, calcium et fer.

Teneur Amount	% valeur quotidienne % Daily Value
Lipides / Fat 0 g	0 %
Glucides / Carbohydrate 24 g	8 %
Fibres / Fibre 2 g	8 %
Sucres / Sugars 19 g	
<b>Protéines / Protein 1 g</b>	

Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, sodium, vitamin A, vitamin C, calcium or iron.

# CROUSTIPOM



Compton 11 octobre 2010

*Croustillantes et déshydratées.*

## Dossier d'informations détaillées

### Nature du produit

Le produit se nomme **CROUSTIPOM** et est constitué de minces tranches de pommes déshydratées. Les pommes déshydratées en tranches vous sont probablement familières mais celles que vous trouvez dans votre supermarché ne sont pas de provenance québécoise (la plupart proviennent de Turquie, d'Argentine, de Chine et des USA). Les **CROUSTIPOM** sont offertes dans des sachets étanches et refermables en format de 25, 50, 100 et 200 grammes. Une étiquette originale a été développée spécifiquement pour ce produit.

À l'heure actuelle, les pommes déshydratées d'origine étrangère ont un succès limité auprès des québécois à cause de leur texture molle voire caoutchouteuse. Comme son nom l'indique, **CROUSTIPOM** est au contraire un produit croustillant, davantage croquant que flexible. Quelques essais préliminaires réalisés à petite échelle ont permis de déterminer une méthode de déshydratation qui permet d'obtenir un produit ayant la texture recherchée. La méthode utilisée semble également permettre d'éviter l'ajout d'agents de conservation. Le seul intrant important de **CROUSTIPOM** consiste en certaines variétés de pommes produites au verger de Compton. La production sera effectuée sur une base annuelle à l'établissement même.

### Demande potentielle

La hausse de la consommation de «snack foods», de produits régionaux ou du terroir et d'aliments santé sont trois tendances lourdes de l'alimentation des Québécois: Or, les **CROUSTIPOM** du Verger Le Gros Pierre se positionnent avantageusement dans toutes ces catégories. Les québécois consomment annuellement 8,8 kg de fruits transformés, soit une augmentation de 7% sur l'année précédente principalement imputable à la consommation accrue de fruits séchés (Source: Statistiques Canada, 2008). Cette tendance du marché, combinée aux valeurs nutritives et à l'absence de sulfites et autres agents de conservation laisse entrevoir une demande potentielle fort intéressante pour un produit original, local et ayant des propriétés organoleptiques (goût, texture, etc.) répondant aux attentes des consommateurs québécois.

### Marché visé

Le marché naturel pour les **CROUSTIPOM** est la jeune famille dont les parents ont entre 30 et 50 ans, sont soucieux de leur santé et disposent d'un revenu familial supérieur à la médiane. Les **CROUSTIPOM** peuvent constituer une alternative santé aux croustilles de pomme de terre. Outre ce marché, les «collations pour enfants» destinés aux institutions et en particulier aux centres de petite enfance (CPE) du Québec sont un autre créneau intéressant pour lequel un conditionnement spécifique et adapté sera développé par l'entreprise (boîte de 12 unités de petit format sans étiquettes sur sachets). L'entreprise développera le marché des régions des Cantons de l'Est et de la Montérégie.

### **Produits concurrentiels**

Les **CROUSTIPOM** ont un goût et une texture qui les démarquent de ces autres produits. Outre les pommes, les autres produits concurrents sont les divers «snack foods» dont plusieurs ne sont pas des aliments santé. Le promoteur a développé un emballage et une image de marque très différenciée (aliment santé nutritif et sans sulfite), afin de se démarquer clairement de ces autres produits.

### **Mise en marché**

La mise en marché du nouveau produit est facilitée par sa longue durée de vie. Une trentaine de points de vente ont été identifiés à travers le réseau de l'entreprise. Plusieurs de ces points de vente, dont le site du verger lui-même, se voit dotés d'un présentoir conçu exclusivement pour ce produit. L'entreprise fera la promotion de son nouveau produit par le biais de dégustations lors de divers événements, dans les différents marchés régionaux et à l'occasion de rencontres avec les dirigeants de CPE. La dégustation occupe une place importante dans la stratégie de l'entreprise car plusieurs des consommateurs ont déjà goûté des pommes séchées sur le marché et n'ont pas apprécié leur goût et leur texture.

### **Matière première**

La principale matière première des **CROUSTIPOM** est la pomme de l'entreprise. Celles-ci sont naturellement disponibles à l'automne mais leur conservation peut être assez longue pour permettre l'entreposage et une production sur une base quasi annuelle. Un des grands avantages de ce projet est qu'il permet de fournir un débouché intéressant sur le plan économique aux pommes déclassées de l'entreprise. Les frais de transport sont réduits au minimum parce que la transformation est faite sur le site de production.

### **Technologies utilisées**

Le processus de fabrication ne génère pas de rejets, mis à part les parties non-comestibles de fruits: ces dernières sont compostables. Le processus de fabrication n'utilise pas de technologies nécessitant un accord ou une licence. La quantité d'énergie requise pour le séchage et la déshydratation des pommes sera réduite le plus possible, et un spécialiste est mis à contribution pour proposer des façons de recycler l'énergie et d'éliminer les émissions polluantes.

### **Équipements requis**

La fabrication de ce nouveau produit nécessite l'achat d'un équipement majeur : un four auquel certaines modifications doivent être apportées pour le rendre compatible avec son usage particulier. Certains accessoires et instruments de mesure sont également requis pour ce produit . L'ajout de cet équipement volumineux entraîne la nécessité d'apporter quelques modifications aux cuisines de l'entreprise.

### **Main-d'œuvre requise**

Les services d'un chimiste alimentaire ont été requis pour améliorer et standardiser la recette ainsi que pour déterminer les valeurs nutritionnelles et valider la durée de vie du produit. Un designer et spécialiste du marketing a été mis à contribution pour créer l'image du produit. Le projet devrait consolider les emplois existants dans un premier temps et, à moyen terme, contribuer à en créer un supplémentaire.

### **Présentation des promoteurs**

Véritable institution dans la région de l'Estrie, finaliste dans la catégorie entreprise agricole et gagnant d'une mention (Prix de la chambre de Commerce régionale) au gala Reconnaissance Estrie 2010, récipiendaire de nombreux prix et distinctions, le Verger Le Gros Pierre de Compton célèbre cette année ses 30 ans d'existence. Le secret de la longévité de l'entreprise réside peut-être dans le fait que les promoteurs du Gros Pierre ont toujours su demeurer à l'avant-garde et se renouveler sans cesse: Pionniers de l'agrotourisme dans les Cantons de l'Est,

innovateurs dans leurs pratiques culturelles et leurs méthodes de fabrication de produits transformés, cultivant pas moins d'une douzaine de variétés de pommes dans le verger pour satisfaire tous les goûts, les exemples pour illustrer cette créativité ne manquent pas. Le nouveau produit qui est proposé dans cette demande s'inscrit tout à fait dans cette alignement et permettra à l'entreprise d'atteindre de nouveaux marchés.

**Crousti Pom**

**POMMES DÉSHYDRATÉES CROUSTILLANTES  
CRISPY DEHYDRATED APPLES**

<b>100 g</b>	<b>Valeur nutritive</b>	<b>Teneur</b>	<b>% valeur quotidienne</b>
	<b>Nutrition Facts</b>	<b>Amount</b>	<b>% Daily Value</b>
INGRÉDIENT: POMMES / APPLES	pour 1/4 sac (25 g) / Per 1/4 bag (25 g)	<b>Lipides / Fat</b> 0 g	0 %
PRODUIT PAR / PRODUCT BY	<b>Calories</b> 90	<b>Glucides / Carbohydate</b> 24 g	8 %
<b>le gros Pierre</b>	Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, sodium, vitamine A, vitamine C, calcium et fer.	<b>Fibres / Fibre</b> 2 g	8 %
COMPTON, QUÉ. JOB 1LO 819 835-5549 www.grosPierre.com		<b>Sucres / Sugars</b> 19 g	
		<b>Protéines / Protein</b> 1 g	
		Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, sodium, vitamin A, vitamin C, calcium or iron.	

Mme Diane Goyette est une personne très dynamique et fortement impliquée dans son milieu: Qu'il s'agisse de la promotion active des produits régionaux ou de l'organisation des Comptonales, Diane Goyette ne compte pas ses heures. Par ailleurs, les pommiers n'ont plus de secrets pour elle, notamment parce qu'elle a effectué une

dizaine de stages de formation dans le domaine en France au fil des ans. De plus, sa présence au sein de l'entreprise depuis la première heure lui assure de solides connaissances en pommiculture et un bagage d'expérience exceptionnel. C'est elle qui était responsable des aspects techniques du verger des débuts jusqu'à 2000. Aujourd'hui, elle se consacre davantage aux activités de développement des marchés, de marketing, de recherche et développement et d'agrotourisme.

De son côté, M. Gilbert a d'abord joint l'entreprise en 1998 à titre d'employé, puis comme copropriétaire à partir de 2003. Gaétan Gilbert a complété un DEP en production horticole au CRIFA de Coaticook ainsi que plusieurs stages de formation au Québec et un en Europe. C'est lui qui est l'instigateur et le responsable de la crêperie qu'on retrouve sur le site depuis 2006. Il peaufine présentement ses connaissances en régie de lutte intégrée et phytoprotection (lutte biologique).

**Source :** Diane Goyette 819 835-5549