



REGARD SUR LE MARCHÉ

de l'Ontario TORONTO



Tourisme Ontario

Les entreprises québécoises désireuses de vendre à l'extérieur du Québec trouveront de nombreux avantages à explorer ce territoire. Il est notamment exempt de barrières tarifaires. Les habitudes de consommation des Ontariens s'apparentent à celles des Québécois. Mentionnons aussi la proximité de ce marché, ainsi que le coût et la facilité du transport.

Quelques données sur l'Ontario¹

Population :	13,3 millions d'habitants
Produit intérieur brut (2011):	612 G \$
Revenu par habitant (2010):	37 803 \$
Nombre moyen de personnes par ménage (2006) :	2,6
Dépenses moyennes des ménages pour l'alimentation (2009) :	7 284 \$
Taux de chômage (2011) :	7,8 %
Augmentation de l'indice des prix à la consommation (2011) :	3,1 %
Augmentation de l'indice des prix des aliments (2011) :	4,0 %

Données sur la région métropolitaine de Toronto en 2011

Population du grand Toronto :
5,8 millions d'habitants

Plus de 200 ethnies, associées surtout à l'Asie du Sud et à la Chine

¹Région métropolitaine de recensement

¹Source : Statistique Canada



MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL

En 2011, les ventes des magasins d'alimentation atteignaient 36,6 milliards de dollars¹, à savoir 25,5 milliards de dollars dans les supermarchés et les autres épiceries, 3,8 milliards de dollars dans les dépanneurs et les commerces d'alimentation spécialisés ainsi que 7,3 milliards de dollars dans les magasins de bière, de vins et de spiritueux.

Dans cette province, à l'opposé du Québec, le marché du détail se concentre dans les grandes chaînes. Ces dernières réalisent 60 % des ventes contre 39 % pour les groupes indépendants. En comparaison, au Québec, les proportions des ventes sont de 36 % pour les chaînes et de 64 % pour les groupes indépendants.

Loblaw, qui est le plus important détaillant alimentaire au Canada, a son siège social en Ontario. L'entreprise exploite plus de 1 000 magasins à travers le Canada sous plusieurs bannières. Elle possède également plusieurs marques de distributeur (Le Choix du Président, Sans Nom, Joe Fresh, etc.) et propose une gamme de plus de 5 000 produits.

Target s'installera en Ontario en 2013.

Produits de marque de distributeur

Au Canada, les ventes de produits de marque de distributeur s'élevaient à 11,4 milliards de dollars en 2010, soit 18,3 % des ventes des produits alimentaires. Les marques de distributeur sont, pour bon nombre de consommateurs, une réelle solution de rechange aux produits de marque, tout en ayant l'avantage de toucher la quasi-totalité des catégories de produits. Les produits de marque de distributeur au Canada sont 30 % moins chers que les produits de marque.

Tendances de consommation

- Produits locaux
- Aliments cachers
- Aliments biologiques
- Produits de spécialité
- Aliments et ingrédients à caractère ethnique

Aliments en forte croissance

- Saumon frais ou congelé
- Yogourt
- Fruits tropicaux
- Boissons non alcoolisées autres que les boissons gazeuses et les boissons aux fruits
- Préparations d'aliments précuits et surgelés (autres que les plats cuisinés, les desserts et les pâtisseries)
- Plats cuisinés précuits et congelés
- Coupes de côte de bœuf
- Fruits frais
- Salaison de viandes autres que le bacon et le jambon
- Substituts de produits laitiers

Source : *Tendances alimentaires au Canada d'ici 2020. Perspectives de la consommation à long terme.*

À savoir

- Ontario terre nourricière (Foodland Ontario) vise à accroître l'intérêt et la demande des consommateurs pour les produits ontariens.
- Savourez l'Ontario (Savour Ontario) encourage et aide les consommateurs à choisir, au restaurant, les aliments cultivés et produits localement.

Nombre de magasins en Ontario

Nombre total d'établissements :	6 291
Chaînes de supermarchés :	855
Chaînes de dépanneurs :	2 442
Commerces indépendants associés :	702
Commerces indépendants non associés (commerces indépendants isolés) :	2 312

Source : *Canadian Grocer Who's Who 2012*

¹ Source : Statistique Canada

Principaux détaillants et leurs bannières en Ontario

Loblaw

Ventes totales au Canada (2011) :
31,4 G\$, soit 36 % du marché canadien
www.loblaw.ca

Principales bannières

Loblaws – 94 magasins*
No Frills – 134 magasins
Valu-Mart – 58 magasins
Zehrs – 50 magasins
Fortinos – 20 magasins
Real Canadian Superstore – 32 magasins

Sobeys

Ventes totales au Canada (2011) :
16,2 G\$, soit 18,6 % des parts du marché canadien
www.sobeys.com

Principales bannières

Sobeys – 98 magasins
Foodland – 155 magasins
Price Chopper – 23 magasins
FreshCo – 57 magasins

Metro inc.

Ventes totales au Canada (2011) :
11,4 G\$, soit 13,1 % du marché canadien
www.metro.ca

Principales bannières

Metro – 215 magasins
Food Basics – 115 magasins

Walmart Canada

Ventes totales au Canada (2011) :
5,2 G\$, pour les produits alimentaires seulement
www.walmart.ca

Bannières

Walmart - 122 magasins
Walmart Supercenters – 88 magasins



Source : *Canadian Grocer Who's Who 2012*

* Nombre de magasins en Ontario

Autres détaillants d'importance

Nom de l'entreprise	Nombre d'établissements	Spécialité
Whole Foods Market	3	Produits biologiques
Longo Brother Fruit Markets	23	Produits d'épicerie de marque maison
Highland Farms	5	Produits frais variés
Denninger's	6	Produits internationaux
Rabba Fine Foods	33	Produits de dépanneur
Bruno's Fine Foods	5	Épicerie fine
Pusateri's	3	Produits haut de gamme
Farm Boy	10	Produits frais et marque de distributeur

Source : *Canadian Grocer Who's Who 2012*

Boutiques spécialisées

Nom de l'entreprise	Spécialité
A Taste of Québec	Produits du Québec
Cheese Boutique	Produits internationaux
The Big Carrot Natural Food Market	Produits naturels et régionaux
Pasquale Bros. Downtown Ltd.	Fromages, pâtes, huiles, viandes, etc.
The Mercantile	Fromages, chocolat, épices, paniers-cadeaux
Alex Farm Products	Fromages et produits de charcuterie

MARCHÉ DES SERVICES ALIMENTAIRES

L'Ontario compte 30 412 établissements de restauration. Statistique Canada fait état de ventes totales de 19,2 milliards de dollars en 2011 en Ontario, soit 38,1 % de l'ensemble des ventes canadiennes. Les restaurants à service rapide concentrent 48,2 % des ventes, alors que les restaurants à service complet en totalisent 40,2 %. Les traiteurs et les restaurants à service rapide sont toutefois les deux secteurs qui ont connu la plus haute croissance au chapitre des ventes en 2011. Précisons qu'en moyenne un Ontarien dépense chaque année 1 391,42 \$ au restaurant.

D'importants groupes alimentaires ont leur siège social en Ontario, plus précisément à Toronto. On y dénombre également une grande variété de chaînes de restaurants, telles que The Keg (27 établissements) et Gabby's Restaurant Group (14 établissements). Fait intéressant à noter, le marché de la restauration ontarien est très ouvert aux produits en provenance du Québec.

Distribution du marché entre les chaînes et les restaurants indépendants en 2010



Source : ReCount/NPD Group



Doug Brown

Ventes des entreprises commerciales de services alimentaires en 2011

Secteurs	Total des ventes en 2011 (M\$)	Pourcentage des ventes totales	Nombre d'établissements
Restaurants à service complet	7 723	40,2 %	12 942
Restaurants à service rapide	9 262	48,2 %	13 448
Services de restauration spéciaux	1 755	9,1 %	2 785
Débits de boissons alcoolisées	494	2,6 %	1 237
Total – Services de restauration et débits de boissons	19 233	100,0 %	30 412

Source : Statistique Canada

Quelques groupes et leurs bannières

Nom de l'entreprise	Bannières
Cara www.cara.com	Swiss Chalet Rotisserie & Grill, Harvey's, Kelsey's, Montana's Cookhouse and Milestone's Grill & Bar, Coza! Tuscan Grill
Oliver & Bonacini Restaurants www.oliverbonacini.com	Bannock, Luma, O & B Canteen, Biff's Bistro, Canoe, Jump, Auberge du pommier, Oliver & Bonacini Café Grill
Prime restaurants www.primerestaurants.com	East Side Mario's, Casey's, Prime Pubs, Bier Markt
SIR Corp www.sircorp.com	Jack Astor's Bar and Grill, Canyon Creek Chophouse, Alice Fazooli's Italian Grill, Reds Bistro & Wine Bar, Petit Four Bakery, The Loose Moose Tap & Grill, Far Niente, Four
Tortoise Restaurant Group www.tortoisegroup.ca	Fraticelli's Italian Grill & Lounge, Turtle Jack's Muskoka Grill, Local Eatery & Refuge
MTY Food Group www.mtygroup.com	26 bannières dont Koryo, TacoTime, Tandori, Tiki-Ming, Vie&nam, Country Style, Sukiya, Sushi Chop, Thai Express

Aliments en croissance et tendances de consommation selon les chefs

- Bière sans gluten
- Cuisines africaine et péruvienne
- Riz rouge
- Vin, bière, alcools et cocktails biologiques
- Nouvelles coupes de viande et viandes assaisonnées
- Bouchées
- Desserts traditionnels à caractère ethnique
- Petits-déjeuners
- Produits asiatiques
- Café (toujours en croissance)
- Bagels
- Petites portions
- Boissons nutritives
- Aliments santé (sans gluten)
- Mets faibles en gras

En perte de popularité

- Gaspacho et soupes froides
- Tilapia
- Bœuf de Kobe
- Eaux aromatisées ou bonifiées
- Mousses (*foams*)
- Aliments prêts à servir
- Petits gâteaux (*cupcakes*)
- Boissons énergétiques

MARCHÉ DE L'HÔTELLERIE

Parmi les provinces canadiennes, l'Ontario a le secteur hôtelier qui compte le plus grand nombre d'établissements. Ainsi, en 2009, le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario dénombrait 4831 établissements sur son territoire, à savoir :

- 1 034 hôtels;
- 201 auberges routières (motor hotels);
- 294 centres de villégiature;
- 986 motels;
- 369 gîtes touristiques;
- 1 947 établissements d'autres types.

La composition de l'inventaire hôtelier ontarien diffère de celle du Québec. Plus de 70 % des établissements ontariens sont liés à de grandes bannières commerciales, comparativement à 48 % au Québec. Quinze chaînes monopolisent 87 % des chambres. Elles canalisent une offre combinée de 59 bannières. Cette concentration favorise la centralisation des décisions d'achat et aussi l'émergence de regroupements d'achats. Wyndham, InterContinental, Choice, Hilton et Starwood sont les « brand families » les plus répandues en Ontario. Notons que les centres décisionnels de Choice Hotels, de Full House Franchise Systems et du RealStar Group sont tous situés à Toronto.

De nombreux grands rendez-vous sociaux, culturels ou économiques gagnent en popularité et attirent annuellement plusieurs centaines de milliers de visiteurs. À l'occasion de ces activités d'envergure, la demande pour certains produits et services est plus élevée. On peut trouver un calendrier des activités touristiques ontariennes dans les sites Internet suivants : Ontariotravel.net et Ontario Festival Visited.



Tendances de l'industrie

Faible croissance de l'activité hôtelière jusqu'en 2013

Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario prévoit une stagnation de l'activité touristique jusqu'en 2013. Durant cette période, la croissance oscillera entre 1,3 et 1,8 %. Cette situation est principalement attribuable à la hausse de la valeur du dollar canadien et au ralentissement économique aux États-Unis et en Europe.

Centralisation et systématisation du processus d'achat

Afin de réaliser des économies d'échelle, les chaînes hôtelières regroupent leurs achats ou confient cette responsabilité à des services spécialisés. De nouvelles normes sont ainsi créées, qui favorisent généralement l'accès au marché des fournisseurs de marque nationale.

Regroupements d'achats : Quasep, Groupex, Parker International (établi aux États-Unis, mais ayant des activités au Canada).

Services d'achat : Avendra, Preferred Alliance Group.

Ces firmes négocient des ententes contractuelles avec les fournisseurs et offrent des plateformes de transaction électronique à leurs membres. Elles ne font pas d'achats comme tels et ne gèrent pas d'inventaires.

Source : *Le marché de l'hôtellerie en Ontario* (www.mdeie.gouv.qc.ca)

PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS ALIMENTAIRES EN ONTARIO

Nom de l'entreprise	Secteur du commerce de détail	Secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des établissements	Territoire
Gordon Food Service www.gfsontario.com		X	Canada
Sysco Canada www.sysco.ca		X	Canada
Flanagan Foodservice www.flanagan.ca		X	Ontario
Summit Foods (branche de Colabor) www.summitfoods.com		X	Ontario
Sheridan Specialties www.sheridan.ca		X	Toronto (<i>Greater Toronto Area</i>)
La Ferme Black River www.lafermeblackriver.ca		X	Toronto (<i>Greater Toronto Area</i>)
Disley Food Services www.disleyfoods.ca	X	X	Toronto (<i>Greater Toronto Area</i>)
Qualifirst Foods www.qualifirst.com	X	X	Canada
Glen Echo Fine Foods www.glenechofinefoods.com	X	X	Toronto (<i>Greater Toronto Area</i>)
Morton Wholesale www.mortonwholesale.com		X	Sud de l'Ontario
Allseas www.allseas.com		X	Toronto (<i>Greater Toronto Area</i>)

Groupements d'achats affiliés au Canadian Restaurant & Foodservice Association

En matière d'achats collectifs, Groupex Systems Canada Inc. offre aux établissements indépendants tous les avantages dont bénéficient les établissements rattachés à une chaîne. www.groupex.com

PRINCIPAUX SALONS PROFESSIONNELS EN ALIMENTATION

- **Mars**, Canadian Restaurant & Foodservices Association (CRFA), www.crfa.ca.
- **Mai**, SIAL Canada (Salon international de l'alimentation), www.sial.ca.
Depuis 2011, le salon est présenté en alternance à Toronto (année impaire) et à Montréal (année paire).
- **Septembre**, Canadian Health Food Association, (CHFA Expo East Show), www.chfa.ca.
- **Octobre**, Grocery Innovations Canada, www.groceryinnovations.com
- **Salons des distributeurs** : salon Colabor, en septembre; salons Sysco et GFS, en mars.

LIENS UTILES

- Statistiques sur l'Ontario
www.omafra.gov.on.ca
www.tourism.gov.on.ca
www.statcan.ca
- Stratégies concernant l'achat local
www.ontariofresh.ca
www.savourontario.ca
www.foodland.gov.on.ca
- Information sur la restauration et l'hôtellerie
Ontario Restaurant Hotel & Motel Association
Ontario Accommodation Association
www.restaurantcentral.ca
www.foodserviceworld.com



PROPOSITION DE MISSION EXPLORATOIRE INDIVIDUELLE À TORONTO

Avant d'entamer des démarches en vue de mener des activités d'exportation, il est important de mesurer la valeur du marché et d'en établir le potentiel. Voici les principales étapes à suivre :

1. Connaitre les réseaux de distribution et leur position sur les marchés visés;
2. Identifier les entreprises concurrentes;
3. Évaluer la valeur compétitive de vos produits.

Pour faciliter votre tâche, l'attaché commercial du Québec en poste à Toronto vous propose un « programme express » qui permet de recueillir en 48 heures une multitude de renseignements d'intérêt sur le marché du détail. En semaine, des départs pour Toronto ont lieu toutes les heures de l'aéroport Montréal-Trudeau. La durée du vol est d'une heure dix minutes. À l'inverse, des vols sont effectués toutes les heures depuis l'aéroport Billy-Bishop, situé dans le centre-ville de Toronto. Il est recommandé de jumeler ce programme à la visite d'une foire commerciale correspondant à votre offre de produits.

À cet effet, le Bureau du Québec à Toronto et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) organisent une mission pour nouveaux exportateurs en marge du salon du Canadian Restaurant & Foodservices Association (CRFA), en mars. Pour plus d'information, vous pouvez contacter Marie Daigneault, conseillère en affaires internationales pour le territoire du Canada, dont les coordonnées apparaissent à la page suivante.

De plus, le Bureau du Québec à Toronto met à votre disposition dans ses locaux :

- un service d'accueil et de réception;
- un poste de travail (bureau, téléphone et accès Internet);
- une salle de rencontre.

Il est important de réserver au moins 15 jours à l'avance.

Voici des détaillants que nous vous suggérons de visiter

1. Longos

Détaillant offrant beaucoup de mets à emporter, de même que des produits de marque de distributeur
15 York Street
Toronto (Ontario) M5J 0A3
Tél. : 416 366-1717
www.longos.com

2. St. Lawrence Market

Important marché du centre de Toronto, offrant notamment de nombreux produits québécois (fromage, pain, viande, etc.)
95 Front Street East
Toronto (Ontario) M5E 1C3
Tél. : 416 392-7120
www.stlawrencemarket.com

3. Loblaws

Le plus important détaillant du Canada
60 Carlton Street
Toronto (Ontario) M5B 2H5
Tél. : 416 597-1115
www.loblaws.ca

4. Bruno's Fine Foods

Produits gastronomiques et d'épicerie fine
1560 Yonge Street
Toronto (Ontario) M4T 2S9
Tél. : 416 923-1311
www.brunosfinefoods.com

5. Whole Foods Market

Produits biologiques
87 Avenue Road
Toronto (Ontario) M5R 3R9
Tél. : 416 944-0500
www.wholefoodsmarket.com

6. Pusateri's Fine Foods

Produits haut de gamme
57 Yorkville Avenue
Toronto (Ontario) M5R 2B1
Tél. : 416 785-9100
www.pusateris.com

7. Metro

Troisième détaillant en importance du Canada. Exploite plus de 215 magasins en Ontario
425 Bloor Street West
Toronto (Ontario) M5S 1X6
Tél. : 416 923-9099
www.metro.ca

8. Sobeys

Deuxième détaillant en importance du Canada. Exploite plus de 98 magasins en Ontario
503 Bloor Street West
Toronto (Ontario) M5S 1Y2
Tél. : 416 966-1872
www.sobeys.com



L'équipe des marchés extérieurs :

L'équipe des marchés extérieurs du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) vous aide à développer des marchés hors Québec.

Voici les services à votre disposition :

- Accompagnement personnalisé;
 - Organisation de missions de prospection pour les nouveaux exportateurs;
 - Diffusion d'information commerciale et stratégique;
 - Veille stratégique sur les tendances et les nouveaux marchés;
 - Présentation de l'offre québécoise à des acheteurs internationaux;
 - Accueil d'acheteurs étrangers.
-

Votre équipe pour le Canada :

Marie Daigneault, conseillère en affaires internationales
Direction du développement des marchés extérieurs
Tél. : 514 873-4147, poste 5232
marie.daigneault@mapaq.gouv.qc.ca

David Dupuy, attaché agroalimentaire
Bureau du Québec à Toronto
Tél. : 416 977-6060, poste 222
david.dupuy@mce.gouv.qc.ca

Cette publication a été réalisée par la Direction du développement des marchés extérieurs et le Bureau du Québec à Toronto.

Pour de plus amples renseignements sur ce portrait, veuillez joindre l'une des personnes mentionnées ci-haut.

Montréal, Québec 2012

