

Bovins du Québec, février 2006

## Consommation et consommateurs

Depuis les dix dernières années, la consommation de bœuf au Canada a connu une légère diminution. Selon Statistique Canada, elle est passée de 54,4 lb (24,75 kg) par personne en 1990, à 49,4 lb (22,4 kg), en 2004. Au palmarès de la consommation des viandes\*, le bœuf fait toutefois toujours bonne figure et se positionne au 2<sup>e</sup> rang, entre le poulet (67 lb (30,47 kg) par personne en 2004), et le porc (44,8 lb (20,35 kg) par personne en 2004).

Sur l'ensemble des pays ayant connu un cas d'ESB, seul le Canada a maintenu sa consommation de bœuf, grâce à la confiance des consommateurs envers notre produit et aux normes de sécurité alimentaires élevées que l'on retrouve au pays. Du jamais vu dans les pays aux prises avec des cas ESB où, au contraire, on a toujours observé une baisse importante de la consommation. Chez nous, les Canadiens ont continué à manger du bœuf. Mieux encore, selon AC Nielsen\*\*, la demande dans le secteur du détail, aurait grimpé de 3 % en 2005. Cette hausse aurait été encore plus marquée au Québec, atteignant les 7 % (consommation de veau incluse).

Même si nous croyons avoir atteint une certaine stabilité en matière de consommation de bœuf au pays, il est essentiel de rester bien connecté aux besoins de notre client ultime, **le consommateur**. Pour rester dans la course, nous devons conserver la confiance des consommateurs envers notre produit notamment en maintenant le plus haut degré de sécurité alimentaire à travers chacune des étapes partant de la ferme à la table. Nous devons aussi être en mesure d'anticiper les tendances de consommation et les habitudes d'achat, qui évoluent sans cesse et ce, de plus en plus rapidement.

Ainsi, depuis quelques années, nous devons composer avec plusieurs nouvelles réalités, qui ont des effets directs sur la consommation de notre produit. Par exemple, les familles sont maintenant de plus petites tailles; les femmes, dans une très large proportion, travaillent à l'extérieur du foyer; la population est vieillissante; la clientèle ethnique est en croissance, etc. De plus, le temps moyen consacré à la préparation des repas ne cesse de s'effriter et les connaissances culinaires des générations montantes sont de plus en plus limitées. Tous ces éléments, et plusieurs autres, viennent changer les habitudes de consommation. Les consommateurs continuent de manger du bœuf, mais ils le font différemment. L'industrie du bœuf doit donc décoder ces différents signaux pour ajuster ses actions de commercialisation et son offre de produits en conséquence.

\* Source : Statistique Canada, consommation apparente des viandes par personne au Canada. La consommation du bœuf et du porc est calculée sur une base détail, alors que celle du poulet est calculée sur une base éviscérée.

\*\* ACNielsen Fresh Track, Lastest 52 w/e, April 2005