

AU MENU BIOCLIPS FÊTE SES 25 ANS!

Bioclips est paru pour la première fois en janvier 1993.

Est-ce qu'un lecteur de la première heure s'y retrouverait dans le monde bioalimentaire d'aujourd'hui?

LE PROFIL DES CONSOMMATEURS A CHANGÉ

Les grandes tendances socioéconomiques et démographiques ont graduellement modifié le profil des consommateurs au cours des 25 dernières années. La présence accrue des femmes sur le marché du travail et les impératifs de la gestion du temps ont notamment mené, au sein des ménages, à une redistribution des tâches et des décisions en ce qui a trait aux choix alimentaires. Dès lors, il y a eu un essor des solutions simples et pratiques pour préparer les repas.

De plus, la population s'est diversifiée quant à l'origine culturelle; ce phénomène a favorisé la variété de l'offre de produits alimentaires et l'enrichissement du patrimoine culinaire du Québec. Dans la foulée, ayant de plus en plus voyagé à l'étranger, les consommateurs ont élargi leur éventail de goûts en matière alimentaire.

Qui plus est, la population a vieilli et elle est plus instruite. Persuadé des liens qui unissent l'alimentation et sa santé, le consommateur est davantage sensibilisé aux aspects nutritionnels, aux modes de production, à la provenance des aliments et aux enjeux rattachés au développement durable. Il porte attention à l'étiquetage¹ pour l'éclairer dans ses choix et il s'informe en temps réel au moyen des nouvelles technologies.

TABLEAU 1.
CARACTÉRISTIQUES SOCIOÉCONOMIQUES EN 1993 ET EN 2016

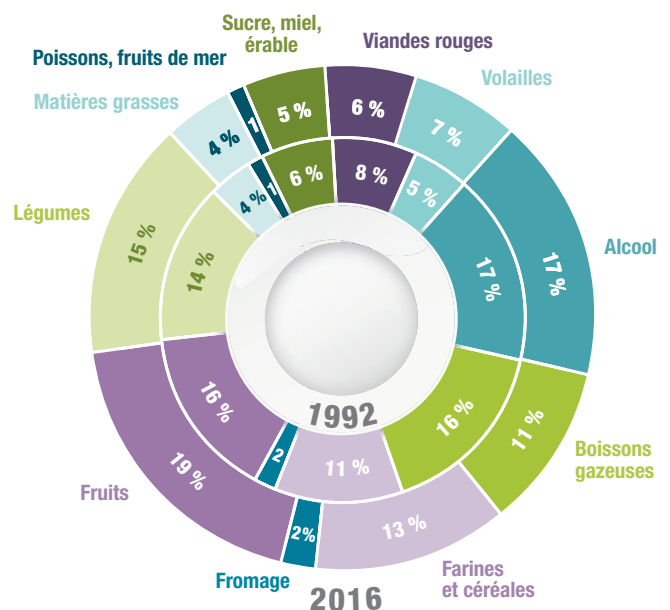
CARACTÉRISTIQUES SOCIOÉCONOMIQUES	1993	2016
Proportion des femmes sur le marché du travail (taux d'activité des femmes de 15 à 64 ans)	63 %	76 %
Âge médian	35 ans	42 ans
Proportion des Québécois âgés de 65 ans ou plus	10 %	18 %
Proportion des 25 ans ou plus ayant une scolarité postsecondaire	43 %	68 %
Proportion de la population immigrante	9 % (1996)	14 %

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 282-0002, « Enquête sur la population active (EPA) », tableau 051-0001, « Estimations de la population, selon le groupe d'âge et le sexe au 1er juillet » (Recensement de la population 2016), et tableau 109-0013, « Population immigrante, proportion de la population totale et proportion de ces immigrants qui sont arrivés de 1981 à 1996 »; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

Ces mouvements de fonds ont entraîné un réalignement graduel des choix alimentaires des consommateurs. En effet, les portions de fruits et de légumes, de volaille et de produits céréaliers ont augmenté depuis 25 ans, tandis que celles de viandes rouges, de sucre et de boissons gazeuses ont diminué.

1 Il y a 25 ans, l'étiquetage nutritionnel était rare, puisqu'il n'était pas obligatoire avant 2002 au Canada et 1993 aux États-Unis.

FIGURE 1.
COMPOSITION DE L'ASSIETTE DES CONSOMMATEURS EN 1992 ET EN 2016



Note : Les proportions ont été calculées au moyen de données en kilogrammes (équivalent poids détail).
Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 002-0011; compilation du MAPAQ.

DES RÉPONSES À L'ÉVOLUTION DES PRÉFÉRENCES ET DES EXIGENCES DES CONSOMMATEURS

L'offre de produits alimentaires s'est adaptée afin de suivre l'évolution des préférences et des préoccupations des consommateurs. C'est ainsi qu'est apparu en 1996 le label « Aliments du Québec » qui facilite la reconnaissance des aliments produits ou transformés au Québec. Ce label distingue maintenant plus de 20 000 produits vendus en épicerie² et incite positivement 80 % des Québécois à acheter des produits alimentaires du Québec³.

Ont aussi fait leur apparition des appellations réservées et des termes valorisants caractérisant des produits du Québec, à l'image de ce qui se fait en France et ailleurs en Europe. On peut noter, par exemple, le « Cidre de glace du Québec ». Notons aussi, en 2000, la confirmation de l'appellation « biologique », puis en 2013 l'ajout de la déclinaison « biologique » au label « Aliments du Québec », en réponse à la demande grandissante des consommateurs pour ce type de produits. La croissance de ce marché est d'ailleurs évaluée à 10 % par année.

La traçabilité des produits et l'écocertification liée au développement durable sont des tendances montantes dans l'alimentation depuis bon

2 <https://www.alimentsduquebec.com/fr/aliments-dici>.

3 https://ocresponsable.com/wp-content/uploads/2016/11/BCR_2016.pdf.



nombre d'années. S'il est un secteur alimentaire où des pas de géants ont été accomplis en ces matières, c'est bien celui des pêcheries au Québec⁴.

On a assisté aussi à un élargissement de la notion de produit agricole et alimentaire. Désormais, elle peut aussi intégrer une composante liée à l'expérience du client et à la prise en considération de ses préoccupations sociales, par exemple au regard de l'environnement et de l'achat local. Cet élargissement a pris la forme de concepts de plus en plus populaires, tels que l'agrotourisme, le « tourisme gourmand », l'achat à la ferme et les « routes des vins », qui se manifestent également dans le regain d'intérêt pour les marchés publics et les productions artisanales (bières, fromages, etc.).

EN 1993, IL N'Y AVAIT PAS DE WALMART AU QUÉBEC

Le visage du commerce au détail des produits alimentaires a lui aussi changé depuis 1993. À l'instar de plusieurs secteurs d'activité économique, ce domaine a connu un mouvement de concentration, de consolidation et d'acquisition. S'en est suivie la « pancanadianisation » des principaux détaillants de produits alimentaires. Ainsi, Loblaw (Provigo) et Sobeys (IGA) sont des entreprises ontarienne et néo-écossaise à l'œuvre au Québec, tandis que l'entreprise québécoise Metro est présente en dehors du Québec, notamment en Ontario.

Ce n'est pas tout. Transporté aujourd'hui, le lecteur du premier BioClips serait probablement surpris de voir l'importance grandissante qu'occupent les magasins de marchandises diverses ou de type « non traditionnellement alimentaire », tels les géants américains Walmart et Costco, dans la vente de produits alimentaires. On évalue qu'un cinquième des produits alimentaires dans le commerce de détail au Canada est désormais vendu dans des magasins qui ne sont pas des commerces d'alimentation traditionnels (ex. : magasins de marchandises diverses et pharmacies).

Également, Metro, Sobeys et Loblaw, pour rejoindre plus de consommateurs, ont diversifié les points de vente au moyen d'acquisitions et ont instauré une complémentarité commerciale entre leurs magasins d'alimentation, des pharmacies, des postes d'essence avec dépanneur et des magasins spécialisés. Ces acquisitions créent des synergies quant à l'approvisionnement des différents points de vente.

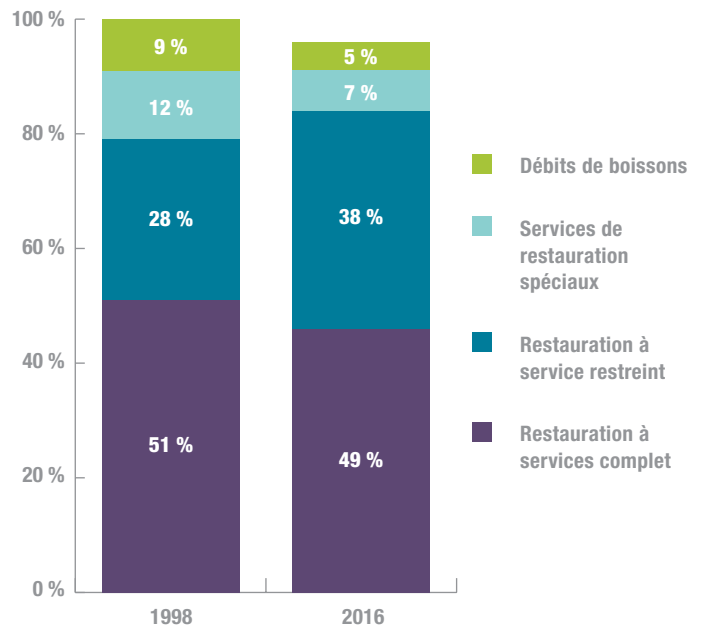
Les supermarchés adoptent diverses innovations de nature technologique ou autre, par exemple en mettant en place des caisses libre-service et des portails d'achat en ligne. L'offre de services de produits prêts à manger préparés dans les supermarchés se rapproche par son concept du domaine de la restauration à service restreint. Enfin, l'achat de la chaîne Whole Foods Market par Amazon, aux États-Unis, laisse présager, pour les supermarchés, la concurrence prochaine des poids lourds de l'achat en ligne et de la distribution.

RESTAURATION : EN 1993, VOUS AURIEZ DIT SUSHI?

La majorité de la population est plus pressée et dispose de moins de temps pour cuisiner à la maison. Parallèlement, l'élargissement de l'éventail des goûts des consommateurs se répercute sur la diversité de l'offre dans la restauration et sur la naissance de nouveaux courants. Ainsi, le nombre de débits de boissons (bars, discothèques, etc.) a reculé au profit notamment des microbrasseries assorties de services de restauration.

Globalement, l'effet de ces facteurs s'est observé sur la structure des ventes selon les différents types de restauration. Les restaurants à service complet occupent toujours le premier rang à ce chapitre, mais les ventes des restaurants à service restreint (rapide) ont presque triplé depuis 1998 au Québec et représentent désormais 38 % des ventes de la restauration commerciale.

FIGURE 2.
RÉPARTITION DES VENTES DE LA RESTAURATION COMMERCIALE AU QUÉBEC



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 355-0006, « Enquête mensuelle sur les services de restauration et débits de boissons »; compilation du MAPAQ.

Ces résultats traduisent notamment les changements dans les habitudes et les préférences des consommateurs, ainsi que les innovations adoptées par les chaînes de restaurants à service restreint pour répondre aux exigences et aux préoccupations de leur clientèle. Parmi ces innovations, notons la proposition de nouveaux menus, de menus personnalisables et de menus santé, dotés de l'information appropriée, en réponse aux attentes sur le plan de la saine alimentation. Soulignons aussi la mise en valeur de l'achat d'ingrédients locaux et de la prise d'engagements à l'égard du bien-être animal et de la lutte contre l'antibiorésistance. Les chaînes de restaurants à service restreint adoptent aussi des nouvelles technologies qui facilitent la prise de commande et en accélèrent la livraison et le paiement.

DES BOULEVERSEMENTS AUSSI DANS LA PRODUCTION AGRICOLE

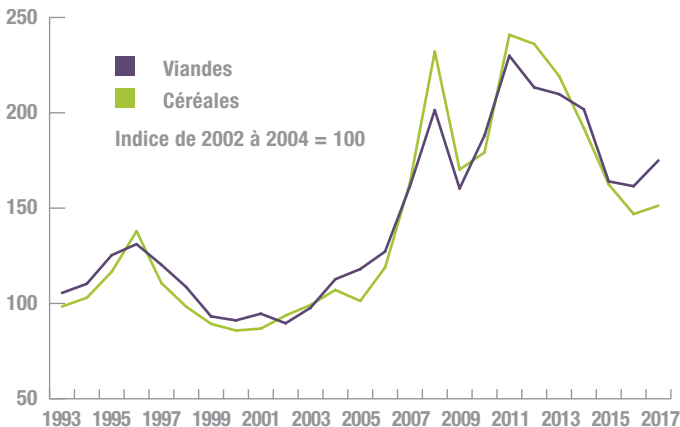
L'essor des nouveaux marchés émergents a favorisé l'envol de la demande mondiale pour les protéines animales ainsi que pour les cultures destinées à l'alimentation animale. De plus, presque inexistante il y a 25 ans, la production de biocarburants est désormais une composante indéniable de la demande mondiale de grains et d'oléagineux. À titre d'exemple, autour de 40 % de la culture de maïs aux États-Unis est destinée à la production de biocarburants, comparativement à environ 5 % au début des années 1990.

Ces facteurs ont grandement contribué à un relèvement des cours mondiaux des céréales et des viandes. De plus, les coûts des intrants agricoles ont aussi connu une hausse durant cette période. Le relèvement du prix des céréales s'est traduit par une augmentation des coûts de l'alimentation animale pour les éleveurs, alors que la hausse des coûts de l'énergie s'est répercutée sur le prix de certaines catégories d'intrants agricoles.

4 <http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/772016/gaspesie-homards-tracabilite-durable>



FIGURE 3.
INDICE DES PRIX MONDIAUX DES DENRÉES AGRICOLES DE LA FAO



Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO); compilation du MAPAQ.

À l'instar des autres secteurs d'activité, nombre d'innovations technologiques sont apparues dans le domaine agricole. Qui, en 1993, pouvait se douter que près de 4 700 fermes au Québec auraient recours aujourd'hui au système de localisation GPS dans leurs activités? Parfois, les innovations scientifiques ont pu s'inviter dans les préoccupations des consommateurs. Notons, pour exemple, les OGM.

Dans un tel contexte en mouvement, le visage de la ferme a quelque peu changé au Québec, alors que la structure des activités agricoles s'est diversifiée. Ainsi, si une ferme valait en moyenne moins de 600 000 \$ en 1993 au Québec, sa valeur moyenne atteignait désormais près de 2,7 M\$ en 2015. Les productions végétales engendraient 38 % des recettes monétaires provenant du marché en 2016, par rapport à seulement 24 % en 1993. À cet égard, les productions végétales sont aujourd'hui aussi importantes que les secteurs soumis à la gestion de l'offre au Québec, c'est-à-dire le lait, la volaille et les œufs. Elles l'étaient presque deux fois moins en 1993.

TABLEAU 2.
QUELQUES CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR AGRICOLE EN 1993 ET EN 2016 AU QUÉBEC

CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR AGRICOLE	1993	2016
Actif moyen par ferme	571 000 \$	2,68 M\$
Revenu brut par ferme	146 000 \$	460 000 \$ (2014)
Part des productions végétales dans les recettes monétaires provenant du marché	24 %	38 %
Part des productions animales dans les recettes monétaires provenant du marché	76 %	62 %
Part des secteurs assujettis à la gestion de l'offre dans les recettes monétaires provenant du marché	46 %	38 %

Source : Statistique Canada, « Enquête financière sur les fermes », CANSIM, tableau 002-0044, « Revenus et dépenses d'exploitation moyens détaillés des exploitations agricoles », et tableau 002-0001, « Recettes monétaires agricoles »; compilation du MAPAQ.

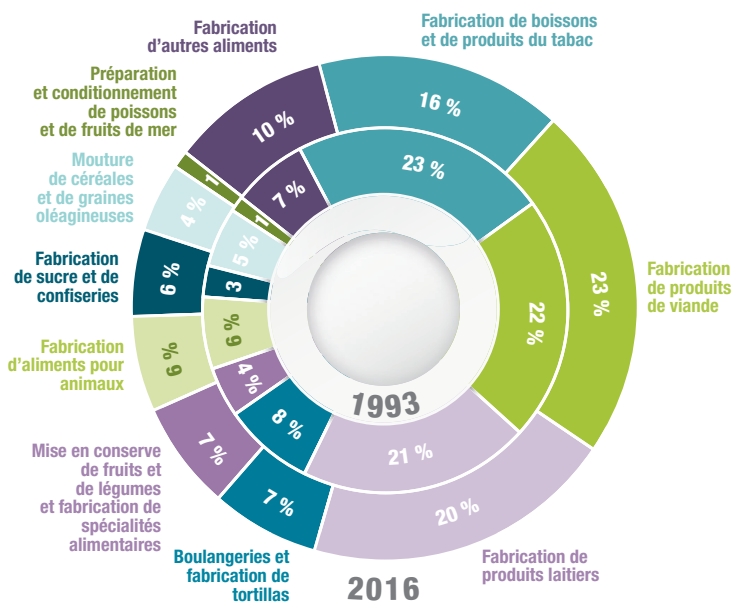
Par ailleurs, différents types de production de nature plus marginale en 1993 ont aujourd'hui acquis leurs lettres de noblesse. La culture de canneberges a connu un essor marqué au fil des ans. Aussi, l'offre des vignobles québécois, de la production artisanale de boissons alcoolisées et des fromageries s'est grandement enrichie depuis 25 ans. Et que dire du potentiel que possède le domaine de l'agriculture urbaine, tel que la culture en serre sur le toit des bâtiments? Il ouvre un éventail de possibilités en matière de mise en valeur des ressources du milieu, de commerce de proximité et de mise en œuvre du développement durable.

TRANSFORMATION BIOALIMENTAIRE : MAINTIEN DES SECTEURS PILIERS ET ÉMERGENCE DE NOUVEAUX CRÉNEAUX

Au cours des 25 dernières années, de façon générale, le secteur de la transformation bioalimentaire a affiché une croissance plus élevée que le secteur manufacturier au Québec. En particulier, la valeur des livraisons de la transformation des aliments a connu une croissance de 60 % durant cette période, abstraction faite de l'effet des prix, en comparaison de 29 % pour le secteur manufacturier dans son ensemble.

Par rapport à 1993, les produits des viandes et la fabrication de produits laitiers demeurent les deux principaux piliers de la transformation bioalimentaire au Québec. Ils ont totalisé 43 % des livraisons en 2016, soit la même part qu'en 1993. Mais le reste a bien changé.

FIGURE 4.
RÉPARTITION DES LIVRAISONS DE LA TRANSFORMATION BIOALIMENTAIRE AU QUÉBEC



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 304-0015, « Ventes pour les industries manufacturières »; compilation du MAPAQ.

À la suite d'une croissance jusqu'à deux fois plus rapide dans certains cas, le secteur de la mise en conserve de fruits et de légumes et de la confection de spécialités alimentaires, celui de la fabrication des produits de sucre et de confiseries, ainsi que le secteur des autres aliments divers ont particulièrement contribué à l'expansion des activités de la transformation bioalimentaire au Québec. Ces secteurs concentrent aujourd'hui 23 % du chiffre d'affaires de la transformation bioalimentaire, soit près de deux fois plus qu'il y a 25 ans. À l'opposé, la fabrication de boissons et de produits du tabac obtient une part de moins grande importance aujourd'hui qu'en 1993.

Il est à noter que, depuis le milieu des années 1990, les exportations internationales d'aliments transformés, notamment vers les États-Unis, se sont accrues à un rythme presque trois fois plus rapide que la croissance des ventes du secteur.



LA DYNAMIQUE DES ÉCHANGES COMMERCIAUX A CHANGÉ : LE QUÉBEC NOURRIT « LE MONDE »

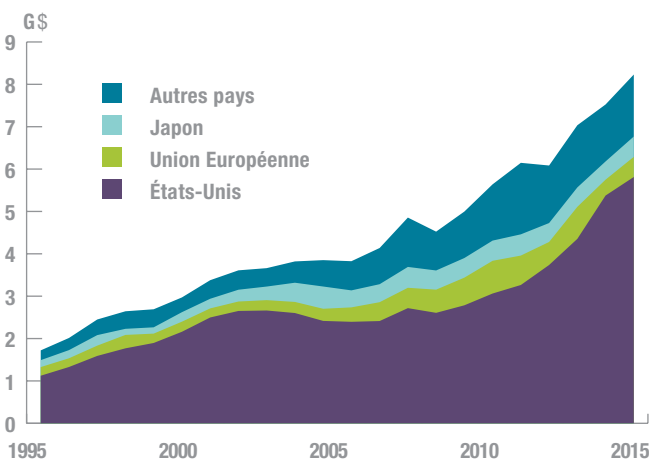
En 1993, le Canada était membre du General Agreement on Tariffs and Trade, ou GATT, accord multilatéral de commerce qui excluait les produits agricoles, et avait conclu un accord de libre-échange avec les États-Unis. Moins de deux ans plus tard, ces deux accords étaient remplacés respectivement par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), qui regroupe 164 pays membres et qui englobe le commerce de produits agricoles, et l'ALENA avec les États-Unis et le Mexique.

Durant cette période, les exportations internationales de produits bioalimentaires du Québec ont quadruplé, passant de moins de 2 G\$ en 1993 à plus de 8 G\$ en 2016.

Outre l'OMC et l'ALENA, le Canada est signataire d'une douzaine d'autres ententes commerciales en vigueur qui facilitent le commerce avec plus d'une quarantaine de pays, dont, récemment, ceux de l'Union européenne.

Ce nouveau contexte a favorisé la diversification des marchés d'exportation, en particulier lorsque le dollar canadien était à parité ou presque avec le dollar américain. La proportion des exportations bioalimentaires internationales du Québec vers d'autres marchés que les États-Unis, le Japon et l'Union européenne est ainsi passée de 13 % en 1995 à plus de 20 % entre 2007 et 2014. Qui aurait pu envisager en 1995 que la Chine (incluant Hong Kong), qui comptait à l'époque pour seulement 1 % des exportations bioalimentaires du Québec, deviendrait leur deuxième destination internationale en importance en 2016, devant le Japon et l'Union européenne?

FIGURE 5.
EXPORTATIONS BIOALIMENTAIRES INTERNATIONALES DU QUÉBEC



Les données selon la destination sont disponibles à compter de 1995.

Source : Global Trade Atlas; compilation du MAPAQ

LE MONDE A RAPETISSÉ, ALORS QUE LA GLOBALISATION S'OBSERVE « DANS LES DEUX SENS »

Si, depuis 1993, des multinationales ont pu s'établir au Québec ou encore acquérir des entreprises du Québec, des entreprises québécoises sont devenues des acteurs importants dans leur domaine grâce à des acquisitions ailleurs au Canada ou à l'étranger.

Ainsi, Saputo et Agropur comptent respectivement parmi les 10 et les 20 principales entreprises laitières au monde au chapitre du chiffre d'affaires. Pour sa part, Olymel se classe parmi les 20 plus importantes entreprises porcines en Amérique du Nord. Dans le domaine des magasins d'accommodation du type dépanneur, le réseau Couche-Tard compte 12 000 points de vente à l'échelle mondiale, dont près de 8 000 en Amérique du Nord et plus de 2 500 en Europe, en particulier en Scandinavie. Pour ce qui est de la restauration, le Groupe MTY s'est déployé à l'échelle canadienne et internationale au moyen d'acquisitions et de partenariats.

Par ailleurs, la venue au Québec d'importants protagonistes internationaux a contribué au dynamisme des activités bioalimentaires, tels que Bonduelle dans le domaine des légumes de transformation et Barry Callebaut dans celui des produits de confiserie.

ET POUR LE 50^E ANNIVERSAIRE DE BIOCLIPS?

Tout indique que les tendances lourdes et les mouvements de fond, concernant les préférences des consommateurs, se poursuivront au cours des prochaines années. Par exemple, les perspectives indiquent que les 65 ans et plus formeront plus du quart de la population dans 20 ans, alors que des projections font état d'une proportion de 18 % à 22 % de la population qui sera d'origine étrangère en 2036.

Après la venue des magasins de marchandises diverses dans le commerce de produits alimentaires, les détaillants en alimentation auront à composer avec les grands du commerce en ligne tels qu'Amazon ou le géant chinois Alibaba.

Pour les entreprises de la restauration, de la transformation bioalimentaire et de la production agricole, il sera impératif de suivre et prendre en compte les préoccupations des consommateurs à l'égard des divers enjeux évoqués dans ce numéro. En outre, l'adoption des nouvelles technologies d'automatisation pourra, entre autres choses, permettre de contrer la rareté de la main-d'œuvre qui point à l'horizon.

Enfin, commencent déjà à apparaître des procédés technologiques qui facilitent le suivi « de la ferme à la table du restaurant » et qui garantissent la conformité aux préférences ou aux exigences des consommateurs, telle la traçabilité au moyen de technologie de la chaîne de blocs (blockchain).

Et tout cela sans oublier l'effet qu'auront les changements climatiques sur l'approvisionnement alimentaire de par le monde.