



# TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

un réseau à la portée  
des entreprises

Agriculture, Pêcheries  
et Alimentation

Québec





# Le marché européen

## SURVOL

8 décembre 2005



# 1. Le marché européen

depuis le 1er mai 2004, 10 nouveaux pays membres

- 25 pays
- Population 457 M = 6 % de la population mondiale (USA = 278 M)
- Même réglementation
- Différences ethniques, culturelles, traditions, langues, pratiques commerciales
- Croissance économique faible en Allemagne (1,7 %) et forte en Pologne (5,3 %)
- Déplacement de la frontière Ouest-Est à l'Est



## 2. Commerce agroalimentaire avec les 15 vs 25

- Export du Canada : 1,659 milliard \$ en 2004
- Six pays représentent 90 % des exportations agroalimentaires canadiennes et québécoises vers l'Europe et la Russie (2003)
- Balance commerciale négative (importations : 2,839 milliards \$ en 2004)
- 3e partenaire du Québec après les USA et le Japon



...suite

- 1. Royaume-Uni : 37 M\$ du Québec et 363 M\$ du Canada - Marché traditionnel du Québec et du Canada
- 2. Allemagne : 32 M\$ du Q et 190 M\$ du C - Marché en pleine expansion dont la plaque tournante est à Düsseldorf - Les exportations canadiennes ont presque doublé en 2003 mais sont en baisse en 2004 - Des 44 PME canadiennes actives sur ce marché, 13 proviennent du Québec
- 3. France : 30 M\$ du Q et 170 M\$ du Canada - Marché mature pour les produits québécois, voire saturé
- 4. Italie : 22 M\$ du Q et 355 M\$ du C - Marché en expansion dont le centre se trouve à Milan
- 5. Russie : 18 M\$ du Q et 46 M\$ du C - Surtout exportations des produits de la viande dont le porc québécois - Bon potentiel pour les animaux de race et les technologies de l'élevage.
- 6. Pologne : 4 M\$ du Q et 24 M\$ du C - Marché typique de la nouvelle UE avec une augmentation rapide des exportations, 100 % en un an



### 3. Caractéristiques des marchés européens (consommateurs)

- Revenu ménager moyen élevé mais une baisse de budget consacré à l'alimentation (de 20 % à 14 % en France, en 20 ans, 11 % en Allemagne)
- Populations diversifiées, multiethniques, scolarisation élevée
- Réduction du temps consacré à la préparation des repas à la maison (de 30 min à 10 min en France, en 20 ans).
- Vieillesse des populations et augmentation du nombre de foyers d'une personne, moins de temps consacré aux repas (portions individuelles)
- Importance accordée aux qualités nutritionnelles et diététiques (bio = « garantie de la salubrité des aliments »)
- Popularité des pâtisseries et du grignotage
- Grande ouverture des consommateurs envers les nouveautés culinaires
- Expansion soutenue des magasins de spécialité (bio) et succès des supermarchés à rabais
- Perception négative des produits canadiens (malsains) car certains producteurs ont recours aux OGM (Allemagne)



## 4. Opportunités du marché

- Plats préparés à être consommés à la maison (bison aux canneberges avec les têtes de violon et la gelée de sapin)
- Produits « ethniques » et « santé »
- Produits biologiques
- Année de la canneberge en Pologne
- Ingrédients (sauces)
- Fruits de mer (crevette, clams, crabe)
- Bières de dégustation
- Produits artisanaux (confitures) et d'érable transformés
- Cidre de glace



## 5. Produits exportés du Canada vers l'UE 25 (exemples)

- Blé dur, blé non dur, graines de lin, pois secs, écosés, fèves de soja
- Fromage cheddar, crevettes, sirop d'érable, canneberge, biscuits, marinades et sauces.





## 6. Exportations du Québec vers l'UE en 2001-2004

1. Graines, fruits oléagineux, semences et fruits divers, etc. –	215 M\$
2. Lait & produits, œuf, miel	99
3. Sucres et sucreries	71
4. Préparations alimentaires diverses	70
5. Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires	62
6. Fruits comestibles, écorces d'agrumes ou de melons	52
7. Viandes et abats comestibles	
8. Poissons & crustacés, mollusques	
9. Peaux et cuirs	
10. Boissons, liquides alcooliques et vinaigres	
11. Graisses et huiles	
12. Résidus & déchets des ind. alimentaires; aliment prép. pour animaux	
13. Préparations de légumes, de fruits ou d'autres parties des plantes	22 M\$



## 7. Ressources

- À Montréal : Krzysztof Tumanowicz  
201, boul. Crémazie Est – 4e étage – H2M 1L4  
Téléphone : (514) 873-4147 poste 247  
Télécopieur : (514) 873-2364  
[krzysztof.tumanowicz@mapaq.gouv.qc.ca](mailto:krzysztof.tumanowicz@mapaq.gouv.qc.ca)
- Attachés commerciaux dans les bureaux des  
Délégations générales du Québec en : France, Espagne,  
Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Belgique