

MARCON

---

*la* SEMAINE  
Horticole

**Tendances inspirantes pour le  
développement de l'innovation**



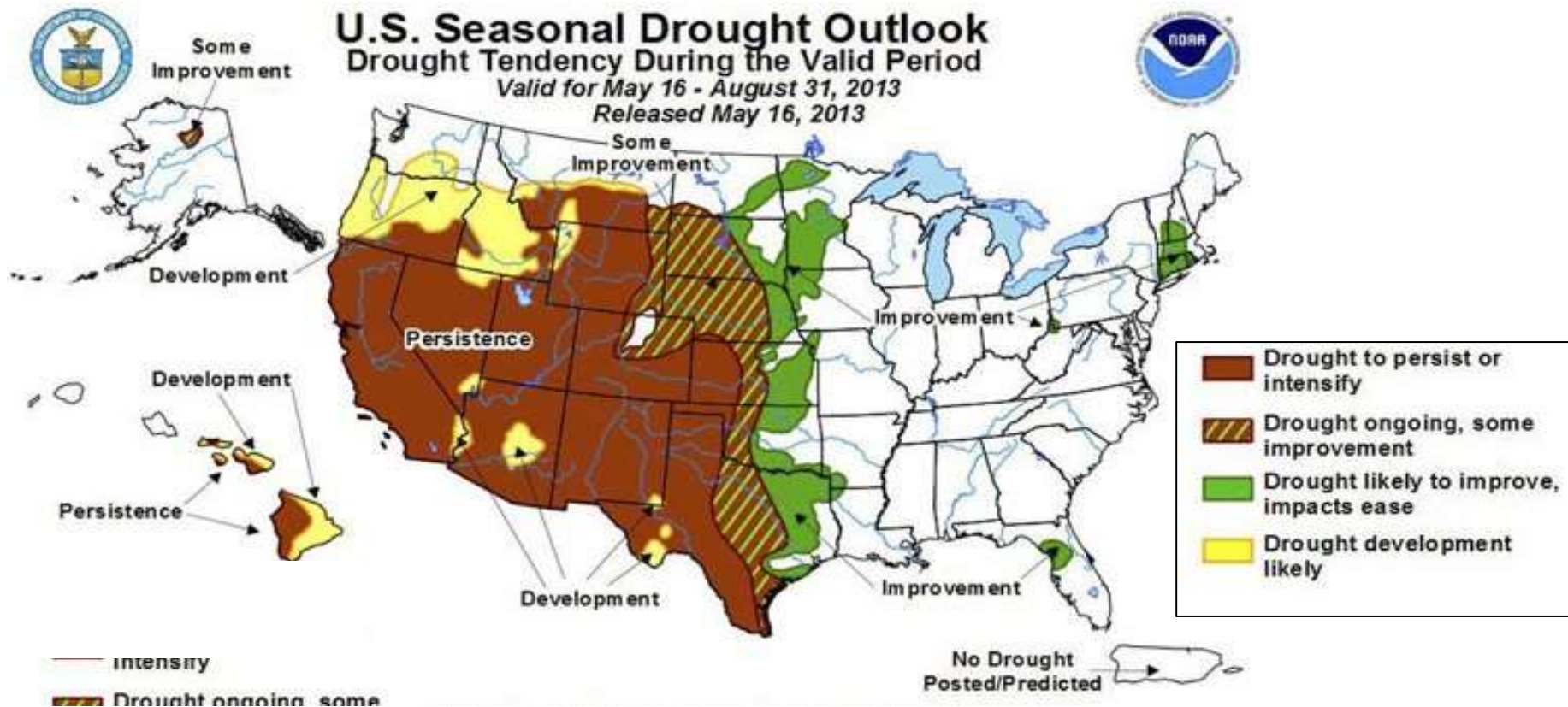
12 février 2015



# Contexte



# Les approvisionnements

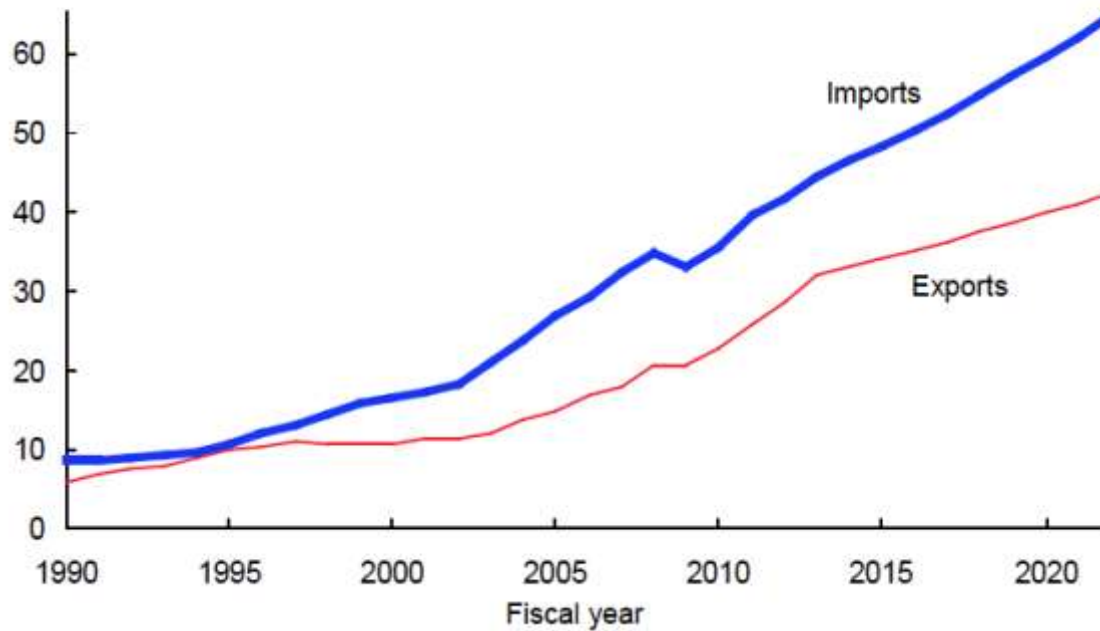


## L'offre et la demande aux É.U.

À l'horizon de 2022, les USDA prévoient une augmentation de 7,5% de la consommation de légumes aux États-Unis, alors que la production devrait plafonner à 6%, forçant à augmenter les importations.

Value of U.S. horticultural trade

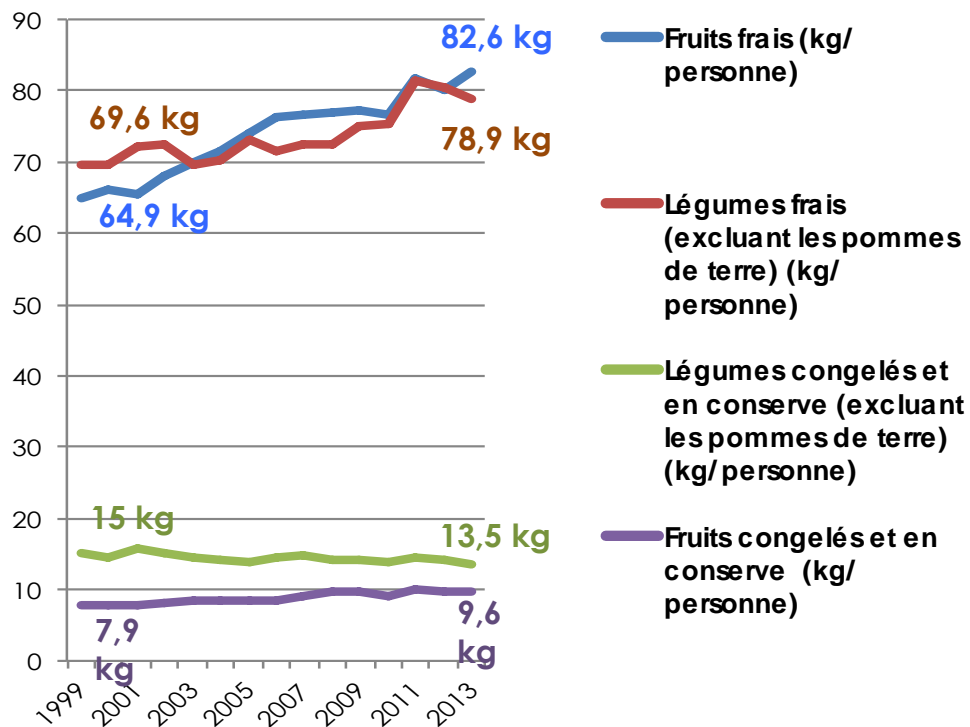
Billion dollars



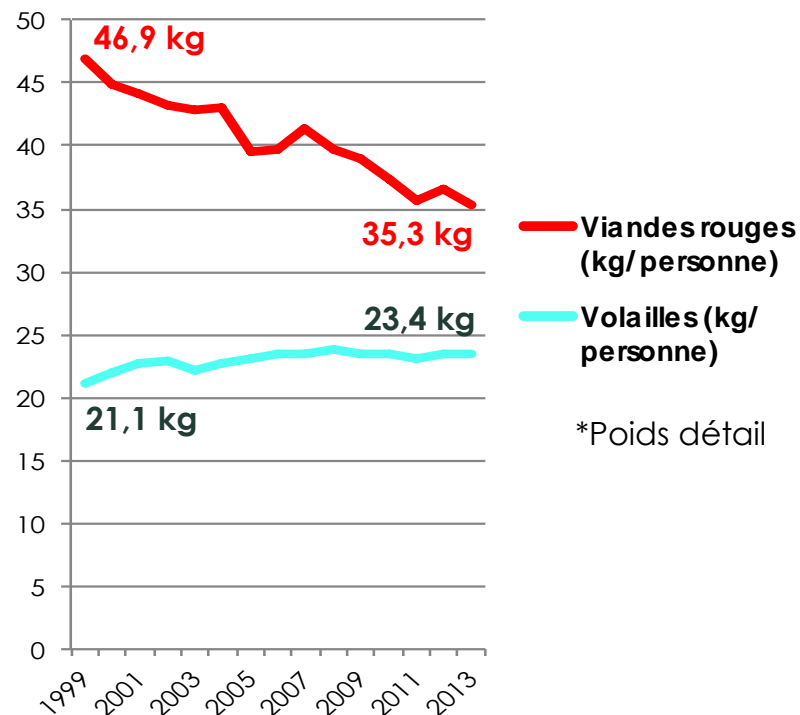
(Source : USDA Long-Term Projections, Février 2013)

# Les tendances de consommation

La consommation de fruits et de légumes frais au Canada, kg\*/personne, 1999-2013



La consommation de viandes rouges et de volailles au Canada, kg\*/personne, 1999-2013

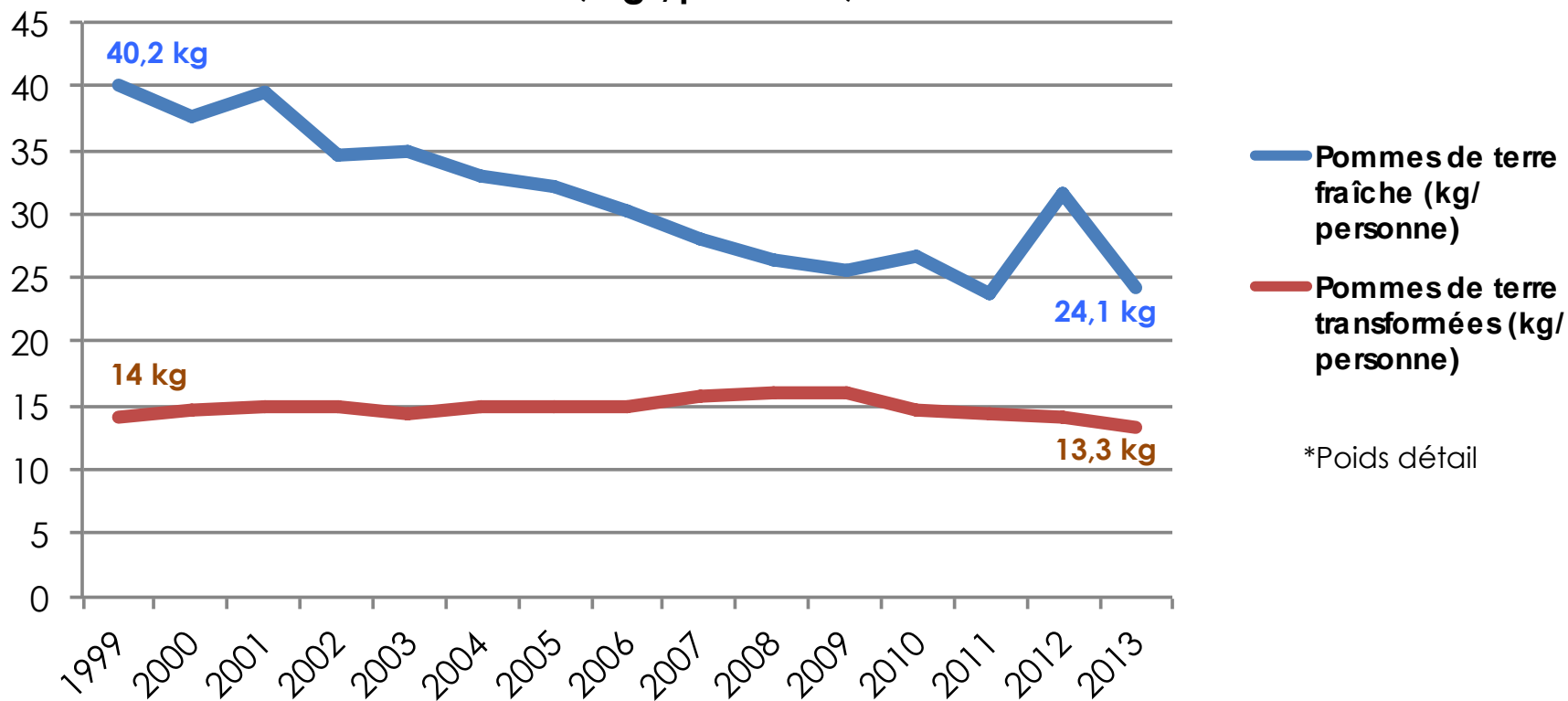


(Source : Statistique Canada, Tableau CANSIM 002-0011, Aliments disponibles au Canada, 2014)



# Les tendances de consommation

La consommation de pommes de terre fraîches et transformées au Canada, kg\*/personne, 1999-2013



\*Poids détail

(Source : Statistique Canada, Tableau CANSIM 002-0011, Aliments disponibles au Canada, 2014)

# Habitudes d'achat

(étude janvier 2015, 65 000 Canadiens)

- **Valeur**
  - 87% vont accumuler les produits en vente
  - 57% vont fréquenter plus d'un commerce pour acheter les produits en solde
- **Nouveauté**
  - 78% aiment essayer des nouveaux produits (85% millenium, 69% boomers âgés)
- **La confiance importe**
  - 55% disent que la confiance en la marque augmente quand l'information sur le produit est claire
  - 62% indiquent qu'une réponse rapide à un problème est aussi source de confiance
  - 64% indiquent que le support à une cause charitable a aussi un effet positif
- **L'aspect santé est important**
  - 77% sont soucieux de leur santé ( hausse de 4% en 1 an)
  - 72% sont conscients que les produits santé doivent coûter plus cher
  - 49% disent ne pas voir assez de solutions santé

## Enjeux

- Concentration des détaillants
- Importance des marques privées
- Capacité de payer des consommateurs
- Fréquence des promotions
- Augmentation du coût des intrants
- Augmentation des coûts de promotion
- Réduction des marges bénéficiaires
- Concentration dans la distribution HRI
- Changement des habitudes d'achat du consommateur





## Opportunités

- Diversification des réseaux de distribution (cyber, autres commerces)
- Augmentation de la masse critique
- Développement de produits de niche
- Développement de produits répondant aux nouveaux besoins du consommateur (expérience)
- Développement de produits qui répondent aux besoins des acheteurs HRI





# Tendances du marché alimentaire

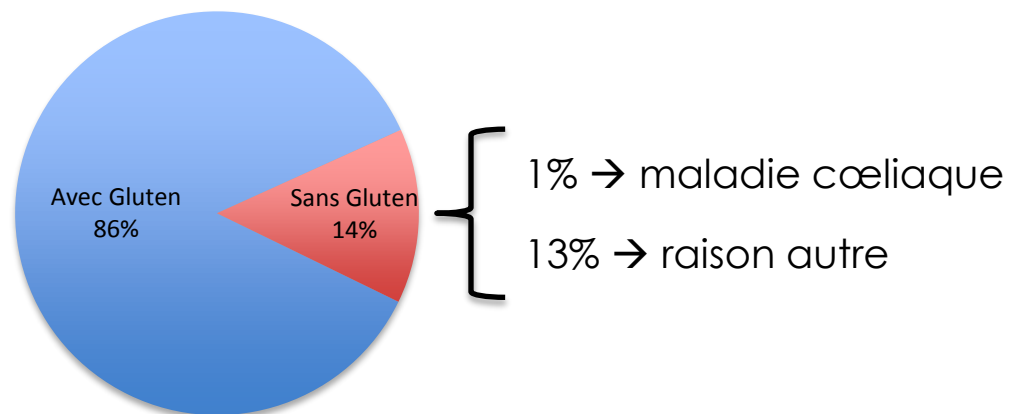
- Sans Gluten
- Végétarisme & Végétalisme
  - Snacking
- Connaissance culinaire chez les jeunes
- L'importance des différentes cultures
  - Démographie changeante

## Sans Gluten

- Ventes de 500 millions \$ au Canada, 4 milliards au É.U.
- Croissance de 46%, d'ici 2016

- **Raison de consommation:**

- Maladie Coéliquae
- Perte de poids
- Bien être général
- Soulagement de l'arthrite



- **Produit sans gluten sont jusqu'à 3X plus cher**

# Nouveaux produits



# Végétarien & Végétalien

Végétarisme

Pratique alimentaire qui exclut les viandes mais, on consomme œufs, les produits laitiers et parfois même les poissons.

Végétalisme

Pratique alimentaire qui exclut tous les produits et sous-produits d'origine animale.

- 2.5% des québécois suivent un régime complètement végétarien. Un groupe beaucoup plus grand=hybride
- Tendance de plus en plus présente dans le monde du sport

Raisons:

- Le droit des animaux
- Perte de poids
- Bien être général
- Baisse de cholestérol et meilleure condition cardiaque
- Raison environnementale (réchauffement climatique et déforestation)





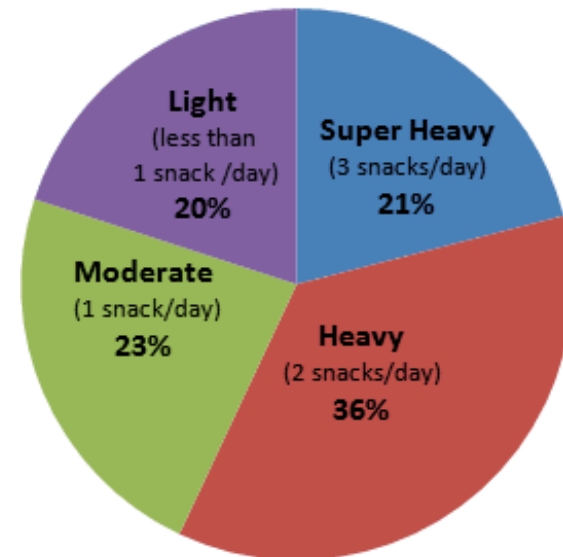
# AUX VIVRES

CUISINE VEGAN / BAR À JUS / COMPTOIR EXPRESS



## « Snacking »

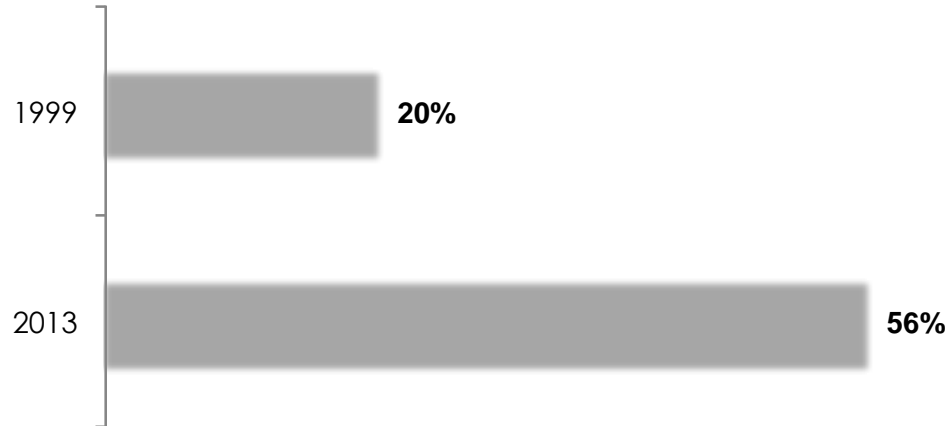
- **Ventes = 2,2 milliards \$ au Canada**
- **Croissance de 82,8% depuis 1999**
- **Favorise de + en + les fruits et les légumes frais et transformés.**
- **75% des Canadiens mangent des snacks tous les jours**



\*Canadian Snacking Occasion Consumer Trend Report -2014

## Les tendances – « snacking »

La proportion d'Américains qui grignotent  
trois fois ou plus par jour, 1999 versus 2013



Hartman Group, Modern Eating: Cultural Roots, Daily Behaviors, 2013.

**Les trois repas traditionnels font de plus en plus place à du « snacking » pris à différentes périodes de la journée**

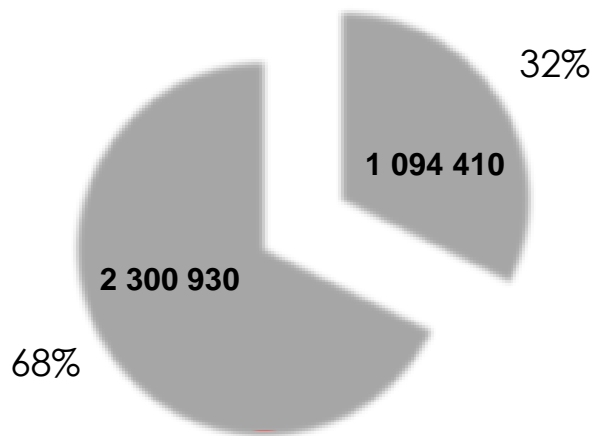
## La démographie

- Une proportion de + en + grande des ménages est constituée d'une seule personne et ceci de façon importante les achats d'alimentation
- Population vieillissante
  - L'âge médian de la population au Québec est de 41,4 ans.
- Les besoins:
  - Petits formats
  - Longue durée de conservation
  - Emballage refermable (réduction des pertes)



# La démographie

## Les ménages d'une seule personne au Québec, 2011



## Les ménages d'une seule personne à Montréal, 2011



Nombre de ménages  
d'une seule personne

Autres ménages

(Source : Statistique Canada, Données du recensement, 2011)



## Les "Millenium"

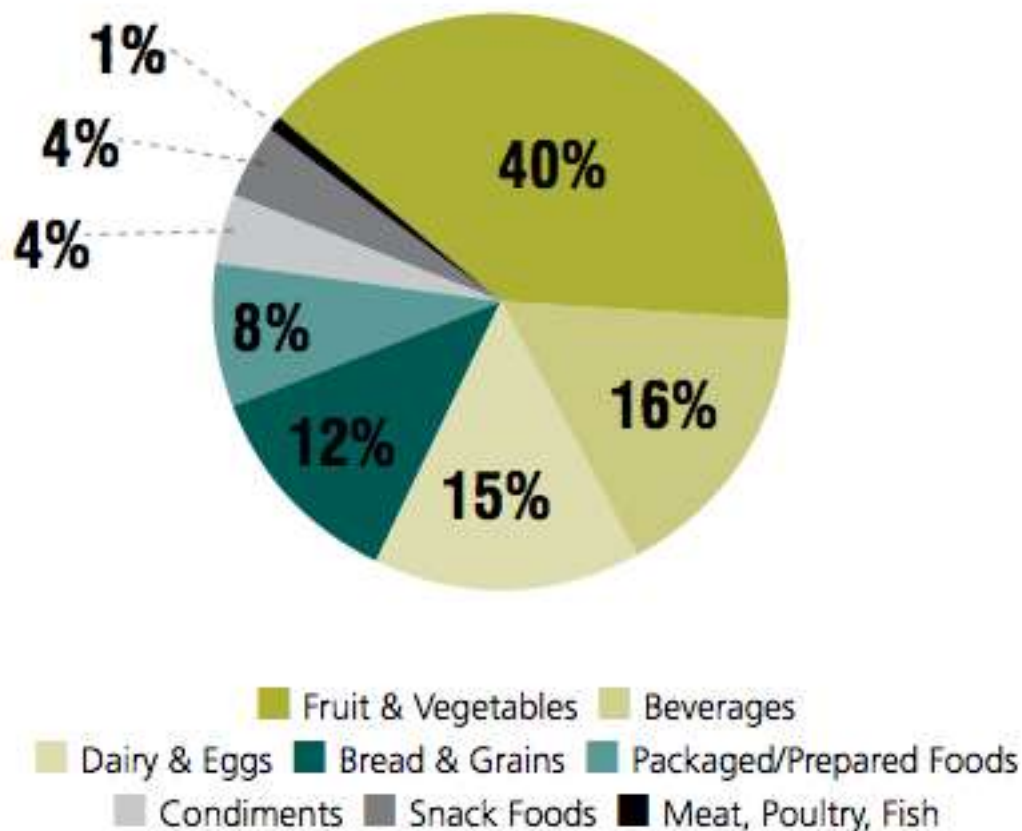


- Facteur important de l'augmentation des légumes dans les restaurants
- Aux É.U. , l'importance des légumes dans les menus de restaurant a augmenté de 11%
- Plusieurs chefs de restaurant annoncent qu'il développeront plusieurs plats avec comme base les légumes... pas la protéine animale !
- 67% des américains disent considérer comme "autant satisfaisant" un plat uniquement végétarien au restaurant



# Les légumes biologiques vs de proximité

**Canada organic food & beverage sales by product categories**  
*Grocery banners, mass merchandisers and drug stores, 2012*



Source: The Nielsen Company, 2012

## Les légumes moches !



# L'importance des différentes cultures

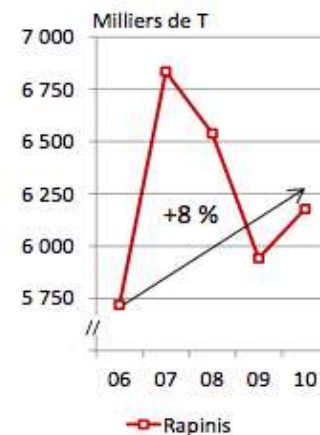
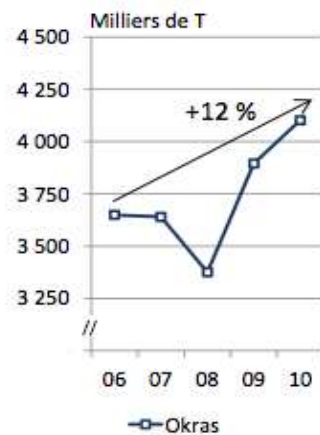
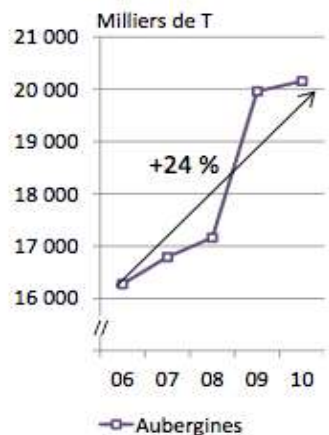
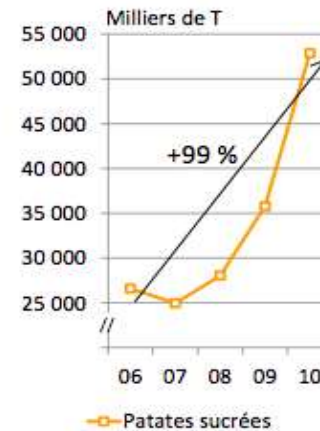
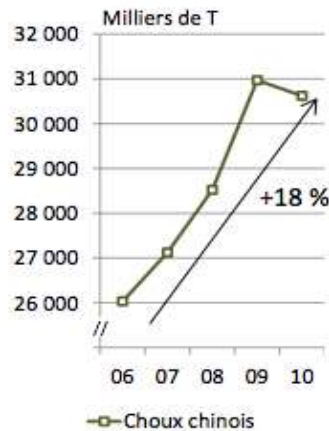
- Les différentes ethnies viennent conditionner le marché de façon considérable.
- 22% de la population québécoise est issue de minorités visibles
- L'importation d'aliments ethniques est en hausse depuis 2006. (rythme annuel de 5%)
- Selon la CIBC World, d'ici les dix prochaines années, 70% de l'augmentation des dépenses viendront des minorités visibles.





# L'importance des différentes cultures

Évolution des importations de certains légumes, Canada, 2006 à 2010



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2011.



## Food Trends 2014: Cauliflower Is The New Kale

CP | By Lois Abraham

Posted: 12/31/2013 7:00 am EST | Updated: 03/02/2014 5:59 am EST

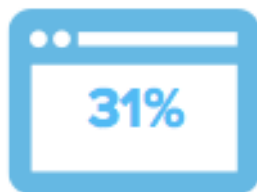


## Le Packaging en 2014

- L'emballage influence l'achat (37%).



PACKAGING



ONLINE



FRIENDS



TELEVISION

- Entre 73% et 85% des décisions d'achat sont prises au point de vente.

# Connaissances culinaires et temps

- Actuellement au É.U, 23 % des hommes (18-23 ans) et 18% des femmes auraient des habiletés culinaires inadéquates.
- 8/10 des adultes ont vu leurs parents cuisiner tous les jours alors qu'aujourd'hui, le taux est de 4/10.
- Cette perte de savoir-faire serait en partie responsable d'une dépendance aux aliments transformés et aux restaurants. (+ de 50% de la nourriture mangée en une journée n'est pas préparée à la maison)
- Le temps de préparation des plats est passé de 120 minutes en 1967 à 5 minutes en 1999.
  - Ce phénomène entraîne une forte croissance des repas préparés.



Merci !  
Questions ?



- Agriculture et Agroalimentaire Canada. Gouvernement du Canada. *Les allégations «sans gluten» sur le marché.* <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/>. (6 octobre 2014)
- Agriculture et Agroalimentaire Canada. Gouvernement du Canada. *Le consommateur canadien: Comportement, attitudes et perception à l'égard des produits alimentaires.* <http://www.agr.gc.ca> (mai 2010)
- Agriculture et Agroalimentaire Canada. Gouvernement du Canada. *Le marché des aliments de spécialité en Amérique du Nord.* <http://www.agr.gc.ca> (mars 2012)
- BARFORD, Vanessa. *The rise of the part-time vegans.* <http://www.bbc.com/news/>. (17 février 2014)
- BOUDREAU, Yvon. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (MAPAQ). Gouvernement du Québec. *Survol économique agricole au Québec: État de situation et perspectives 2014.* <http://www.mapaq.gouv.qc.ca> (juillet 2014)
- CHARRON, Isabelle. Groupe AGÉCO. *Consommation et opportunités de développement des légumes exotiques au Québec.* <http://www.groupeageco.ca>. (janvier 2013)
- DOYON, Maurice. *Environnement compétitif de la transformation laitière: De quoi demain pourrait être fait?.* Conseil de l'industrie laitière du Québec. (14 octobre 2006)
- FRAEYS, Dimitri. Conseil de la transformation agroalimentaire et produits de consommation. *L'industrie de la transformation alimentaire au Québec: portrait et enjeux.* 1 novembre 2012
- HITAYEZU, Félicien. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (MAPAQ). Gouvernement du Québec. *Consommation de collations et de grignotines: les préférences à travers le monde.* BioClips, vol.22, n°32. <http://www.mapaq.gouv.qc.ca> (18 novembre 2014)
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (MAPAQ). Gouvernement du Québec. *Dépenses alimentaires des Québécois.* <http://www.mapaq.gouv.qc.ca> (décembre 2013)
- ST-AMOUR, Yvon. . Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (MAPAQ). Gouvernement du Québec. *Activités économiques du secteur bioalimentaire: un portrait qui varie selon les régions canadiennes.* BioClips, vol.22, n°6. <http://www.mapaq.gouv.qc.ca> (25 février 2014)
- WATSON, Elaine. *What's the size of the US gluten-free prize? \$490M, \$5bn, or \$10bn?.* <http://www.foodnavigator-usa.com>. (17 février 2014)