

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

un réseau à la portée
des entreprises

Mars 2009

Faits saillants

En 2006, le secteur de la fabrication de café et de thé québécois procure quelque 730 emplois et près de 256 M\$ de livraisons manufacturières.

Le secteur contribue à 1,3 % de l'ensemble des livraisons de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec en 2006.

Les installations québécoises occupent une place importante dans l'industrie canadienne de la fabrication du café et du thé : la valeur de leurs livraisons manufacturières arrive au deuxième rang au Canada, derrière l'Ontario.

La performance financière et la rentabilité des entreprises du Québec se comparent à celles de l'Ontario.

Depuis le début de la décennie, la consommation de café et de thé par habitant est relativement stable au pays.

En 2006, le marché intérieur apparent canadien est estimé à 1,4 G\$.

En moyenne annuelle, pour 2003-2007, le Québec a importé pour 24,3 M\$ de produits de café et de thé alors que les exportations se sont établies à 23,7 M\$.

96 % de ces exportations sont destinées aux États-Unis.

Les marchés du café et du thé présentent des perspectives de croissance, notamment pour les produits qui misent sur les aspects de la santé ou qui innovent avec l'emballage.

Selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), la classe industrielle fabrication de café et de thé (SCIAN 31192) comprend les établissements dont l'activité principale est la fabrication :

- du café instantané;
- de mélanges de thés;
- de café torréfié;
- de succédané du café;
- d'extraits, d'essences et de préparations de café;
- de tisanes;
- d'extraits d'essences et de préparations de thé.

Les données des établissements dont l'activité principale est l'embouteillage ou la mise en boîte du thé ou du café glacé (SCIAN 31211,) sont exclues des statistiques présentées dans le document.

1. Importance de ce secteur au Québec

En raison de son climat, le Québec ne cultive pas de café et de thé. Les établissements importent la matière première afin de la transformer et de la vendre sur le marché canadien ou à l'étranger. Reposant sur un approvisionnement extérieur, le secteur québécois de la fabrication du café et du thé se situe dans un environnement compétitif où il existe plusieurs fournisseurs et acheteurs.

Portrait du secteur québécois

Selon Statistique Canada, en 2006, 36 établissements menaient leurs activités dans la fabrication du café et du thé au Québec (tableau 1). Ces établissements ont alors réalisé des livraisons manufacturières d'une valeur de 256 M\$. Les ventes du secteur de la fabrication du café et du thé contribuaient ainsi à 1,3 % de l'ensemble des livraisons de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec en 2006. La valeur des livraisons manufacturières¹ du secteur de la fabrication du café et du thé diminué de 14 % entre 2004 et 2006 alors que celle de l'ensemble de l'industrie des aliments, boissons et tabac a augmenté de 2,5 %.

Tableau 1

Principales statistiques du secteur de la fabrication du café et du thé au Québec

		2004	2005	2006	2004-2006 Δ %
Établissements	nombre	27	47	36	33 %
Salariés à la production	nombre	607	602	390	- 36 %
Salariés totaux	nombre	947	966	730	- 23 %
Salaires à la production	000 \$	22 256	22 988	14 037	- 37 %
Coût des matières et fournitures	000 \$	142 342	146 872	114 270	- 20 %
Valeur des livraisons manufacturières	000 \$	296 754	314 745	255 907	- 14 %
Valeur ajoutée manufacturière	000 \$	148 779	162 431	138 323	- 7 %

Source : Statistique Canada, Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière (EAMEF) – SCIAN 31192

¹ Les livraisons manufacturières correspondent au revenu découlant de la vente des produits fabriqués à la sortie de l'usine.

La fabrication du café et du thé représentait, en 2006, 1,2 % des emplois de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec². La fabrication du café et du thé procurait alors du travail à 730 personnes, dont 390 employés à la production (tableau 1).

Le coût des matières et des fournitures de l'industrie est en diminution. Il était de 142 M\$ en 2004 contre 114 M\$ en 2006. Pour cette dernière année, le coût des matières et des fournitures représentait 87 % des coûts d'exploitation de la fabrication du café et du thé. Les autres coûts d'exploitation sont les salaires de production (11 %) et l'énergie (2 %).

Principaux joueurs

L'entreprise Van Houtte est le plus important torréfacteur en termes de chiffres d'affaires. Il existe sur le marché québécois plusieurs brûleries et entreprises de fabrication du café de taille plus modeste. Pour le thé, la multinationale Unilever fabrique au Québec quelques-unes de ses marques pour le marché canadien (Salada, Red Rose, Lipton). L'entreprise Trans-Herb, située à Saint-Bruno-de-Montarville, est également un joueur québécois important avec la marque Four O'clock.

Exemples d'entreprises qui fabriquent du café et du thé au Québec

Brûlerie Tatum inc.	Québec	→ Café
Café Agga V.I.P. Div de 158579 Canada inc.	Laval	→ Café
Café Cimo inc.	Montréal	→ Café
Café Marc Robitaille inc.	Alma	→ Café
Café Napoléon inc.	Montréal	→ Café
Gérard Van Houtte, Div de Van Houtte inc.	Montréal	→ Café
Qusac Decaf inc	Salaberry-de-Valleyfield	→ Café
Terra Café et Thé Itée	Montréal	→ Café, thé, tisanes
Trans-Herbe	Saint-Bruno-de-Montarville	→ Thé, tisanes
Unilever Canada inc.	Montréal	→ Thé
Virage santé inc.	Lévis	→ Thé, tisanes

Source : iCriq, Entreprises classées dans SCIAN 31192 avec un chiffre d'affaires annuel de plus de 1 M\$

2. Comparaison du secteur québécois avec l'ensemble canadien

Importance du secteur québécois

La production canadienne de café et de thé est concentrée en Ontario et au Québec. En 2006, les livraisons manufacturières de café et de thé des usines du Canada ont une valeur de 1 018 M\$ (tableau 2). L'Ontario est la principale province productrice avec une valeur des livraisons s'établissant à 622 M\$, soit un peu plus de 60 % du total canadien.

Mesurée par la valeur des livraisons, l'industrie québécoise du café et du thé compte pour 25 % du total canadien en 2006. La proportion des emplois du café et du thé du Québec représente pour sa part 27 % de l'ensemble du Canada. En ce qui concerne le nombre d'établissements, la proportion du Québec est similaire à celle de l'Ontario avec 32 %.

² Statistique Canada, Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière (EAMEF)

Tableau 2

**Portrait du secteur de la fabrication du café et du thé
pour l'ensemble du Canada en 2006**

	Établissements		Emplois totaux		Livraisons	
	Nombre	Part au Canada (%)	Nombre	Part au Canada (%)	M\$	Part au Canada (%)
Québec	36	32	730	27	256	25
Ontario	37	33	1 457	54	622	61
Autres provinces	38	34	512	19	140	14
Canada	111	100	2 699	100	1 018	100

Sources : MAPAQ et Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (EAMEF) – SCIAN 31192

Comparaison de la structure industrielle

La taille moyenne des entreprises ontariennes est plus grande que celles du Québec. En effet, une entreprise québécoise moyenne embauche 11 personnes et a des ventes d'une valeur de 7,1 M\$ (tableau 3). En Ontario, ce sont 29 personnes pour des ventes de 16,8 M\$.

Pour chaque dollar de livraison, les entreprises québécoises doivent déboursier moins en salaires à la production que les autres provinces, soit en moyenne 5,5 cents. Pour l'eau et l'énergie, le coût au Québec est également plus bas. Il en est de même pour le coût moyen pour l'approvisionnement en matières premières et en fournitures : il est en deçà de 45 cents pour chaque dollar de production alors que la moyenne canadienne est de 67 cents. Ce faible coût des approvisionnements explique la meilleure performance du secteur québécois relativement au ratio de valeur ajoutée par dollar de livraison.

Tableau 3

**Structure de production du secteur de la fabrication du café et du thé
selon les provinces en 2006**

		Québec	Ontario	Autres provinces	Canada
Emplois à la production par établissements	nombre	11	29	7	16
Livraisons par établissements	M\$	7,1	16,8	3,7	9,2
Coût en salaires à la production / livraisons	%	5,5	7,9	7,0	7,2
Coût en matières et fournitures / livraisons	%	44,7	77,5	58,0	66,6
Coût en énergie, eau et carburant / livraisons	%	1,2	2,3	2,6	2,1
Valeur ajoutée ³ / livraisons	%	54,1	20,8	40,9	31,9

Sources : MAPAQ et Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (EAMEF) – SCIAN 31192

³ Tel qu'elle est définie par Statistique Canada, la valeur ajoutée est égale à la production brute (principalement les ventes) moins la consommation intermédiaire (énergie, matières premières et services) provenant d'autres industries.

Comparaison de la performance financière

La performance financière des entreprises québécoises est similaire à celle de l'Ontario et de la moyenne canadienne (tableau 4).

- La marge bénéficiaire avant impôt indique qu'il reste 3,5 cents de bénéfice par dollar de recette après déduction de tous les frais et charges, à l'exception de la charge d'impôt.
- Le rendement des capitaux propres permet de mesurer le rendement pour les investisseurs et constitue une évaluation de leur rentabilité. Le ratio illustre que chaque dollar investi rapporte 14 cents aux entreprises du Québec contre 10,6 cents à celles de l'Ontario.
- Le ratio de fonds de roulement mesure la capacité d'une entreprise à faire face à ses engagements à court terme. Le ratio de 2,1 indique que les entreprises du Québec peuvent compter sur davantage de liquidité que l'Ontario qui a un ratio inférieur.
- Le ratio d'endettement exprime la relation entre les capitaux empruntés et les capitaux propres. Les entreprises du Québec ont un ratio de 0,5 ce qui témoigne d'un faible endettement même si ce nombre est légèrement plus élevé que la moyenne canadienne.
- Le ratio de rotation des stocks mesure l'efficacité avec laquelle l'entreprise écoule les stocks par rapport aux entreprises du même secteur. La situation est plus avantageuse pour les entreprises ontariennes, car le ratio est plus élevé que celui du Québec.

Tableau 4

Ratios financiers moyens* du secteur de la fabrication du café et du thé selon les provinces en 2006

Fabrication du café et du thé		Québec	Ontario	Canada
Marge bénéficiaire avant impôt	%	3,5	3,4	3,6
Rendement des capitaux propres	%	14,2	10,6	14,5
Fonds de roulement	%	2,1	1,0	1,7
Endettement	%	0,5	0,4	0,4
Rotation des stocks	Fois	4,1	5,1	4,1

* Valeurs moyennes (50 % des ratios présentent une performance inférieure) dans les entreprises ayant moins de 5 M\$ de chiffre d'affaires, et ce, pour tous les segments confondus du secteur de la fabrication du café et du thé.

Source : Statistique Canada, Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes – SCIAN 31192

3. Aperçu de la place du secteur sur les marchés

Marché mondial

Le café est l'une des matières premières les plus échangées dans le monde après le pétrole. Les trois principaux pays producteurs sont le Brésil, le Vietnam et la Colombie. La production mondiale de café vert⁴ atteint 7,8 millions de tonnes en 2006.

Les principaux pays producteurs de thé sont la Chine, l'Inde, le Sri Lanka et le Kenya. La production mondiale de thé atteint 3,7 millions de tonnes en 2006.

⁴ Café non transformé

Plusieurs multinationales sont présentes dans l'industrie de la fabrication du café et du thé. Ainsi, Nestlé (Nescafé), Kraft (Nabob, Maxwell House), Smucker (Folgers⁵) et Sara Lee (Senseo et plusieurs marques en Europe) sont des joueurs majeurs pour le café. Massimo Zanetti Beverage Group (Segafredo, Chase & Sanborn), Lavazza, illicafè s.p.a. (illy) sont également des entreprises importantes. Les marques Nescafé et Folgers ont 77 % des parts du marché canadien⁶. En ce qui concerne le thé, Unilever (Lipton) et Tata Tea Limited (Tetley) sont les deux plus grandes entreprises mondiales. Ces deux marques ont 27 % des parts du marché canadien en volume⁷.

C'est en Scandinavie que l'on trouve les pays avec la plus grande consommation de café par habitant au monde. La Finlande est le plus important pays consommateur avec 11,4 kg par habitant. En ce qui concerne le thé, la Turquie domine la consommation mondiale avec 2,3 kg par habitant suivie de près par le Royaume-Uni avec 2,2 kg. À titre de comparaison, la consommation par habitant au Canada équivaut à 4,52 kg pour le café et à 0,86 kg pour le thé⁸.

Marché intérieur canadien

Au Canada, l'évolution de la consommation apparente de café par personne a augmenté en 2007 après avoir connu une période de décroissance à partir de 2005 (tableau 5). En 2007, la consommation par habitant s'établissait à 103,6 litres⁹. La consommation du thé au pays est moins importante que celle du café. Le thé connaît tout de même une augmentation de la consommation depuis les années 1990.

Tableau 5

Consommation apparente par personne au Canada, estimation pour le café et le thé de 1990 à 2007 (litres)

	1990	1994	2000	2004	2005	2006	2007
Café	95,85	99,21	101,31	105,62	101,94	100,92	103,61
Thé	42,39	55,58	69,87	74,57	67,01	61,52	69,57

Source : MAPAQ, Bottin statistique de l'alimentation – SCIAN 31192

L'industrie canadienne de la fabrication de café et de thé repose en bonne partie sur le marché intérieur qui est estimé à près de 1,4 G\$ en 2006 (tableau 6).

Tableau 6

Estimation du marché intérieur apparent canadien du secteur de la fabrication du café et du thé en 2006

Valeur des livraisons	+ importation	- exportation	= marché intérieur apparent
1 018 M\$	625 M\$	290 M\$	1 353 M\$

Adapté de : Statistique Canada

Il n'est pas possible d'estimer le marché intérieur apparent pour le Québec sur la même base, étant donné que la valeur du commerce entre les provinces n'est pas mesurée. Cependant, la valeur des ventes dans les supermarchés, calculée par la firme AC Nielsen¹⁰ est un bon

⁵ Acheté de Procter et Gamble en juin 2008.

⁶ Datamonitor

⁷ Datamonitor

⁸ Agriculture et agroalimentaire Canada. L'Industrie canadienne du thé et du café. Bureau de la Chaîne de valeur des aliments, 2004

⁹ Les données récentes sont en litres.

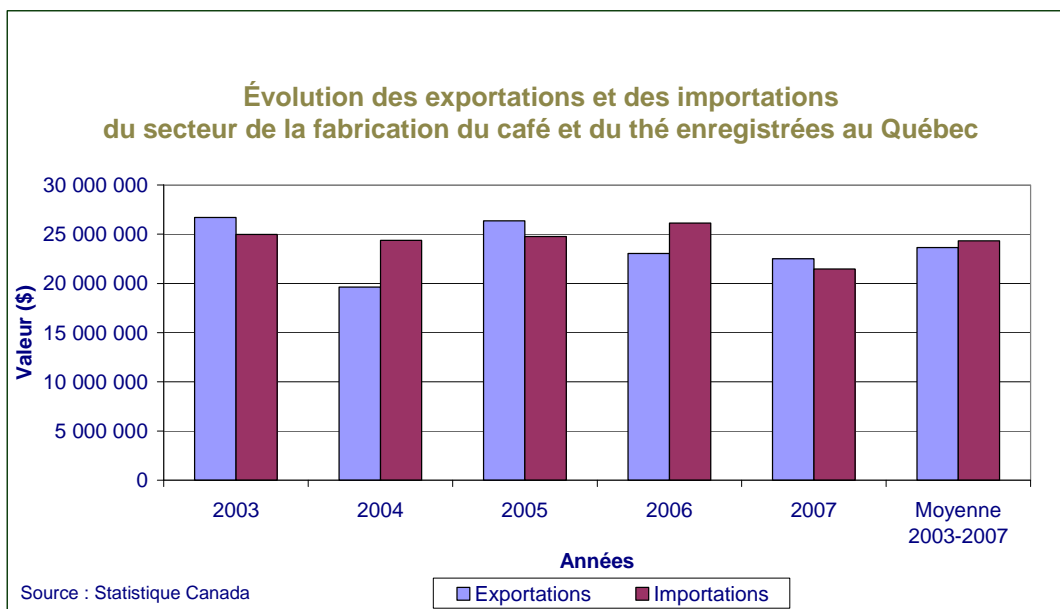
¹⁰ Ces statistiques se limitent aux ventes enregistrées dans les supermarchés.

indicateur de l'évolution du marché québécois. Pour le café, les ventes totalisaient 119,6 M\$ en 2006, soit une progression de 7 % par rapport à 2005. En ce qui concerne le thé, les ventes sont également en croissance avec 2 % d'augmentation de la valeur depuis 2005. Les ventes pour ces produits atteignaient 24,5 M\$ en 2006¹¹.

Commerce international

Les exportations québécoises de café et de thé ont une valeur moyenne de 23,7 M\$ par année alors que les importations s'établissent à 24,3 M\$ (figure 1).

Figure 1



La destination des exportations du Québec est essentiellement les États-Unis (figure 2). Pour les importations, le Québec achète du café et du thé des États-Unis, mais également de nombreux autres pays, dont les principaux sont la Colombie, l'Italie, le Brésil et les Pays-Bas (figure 3).

¹¹ MAPAQ. Dépenses alimentaires des Québécois 2006. Données d'AC Nielsen, mars 2007

Figure 2

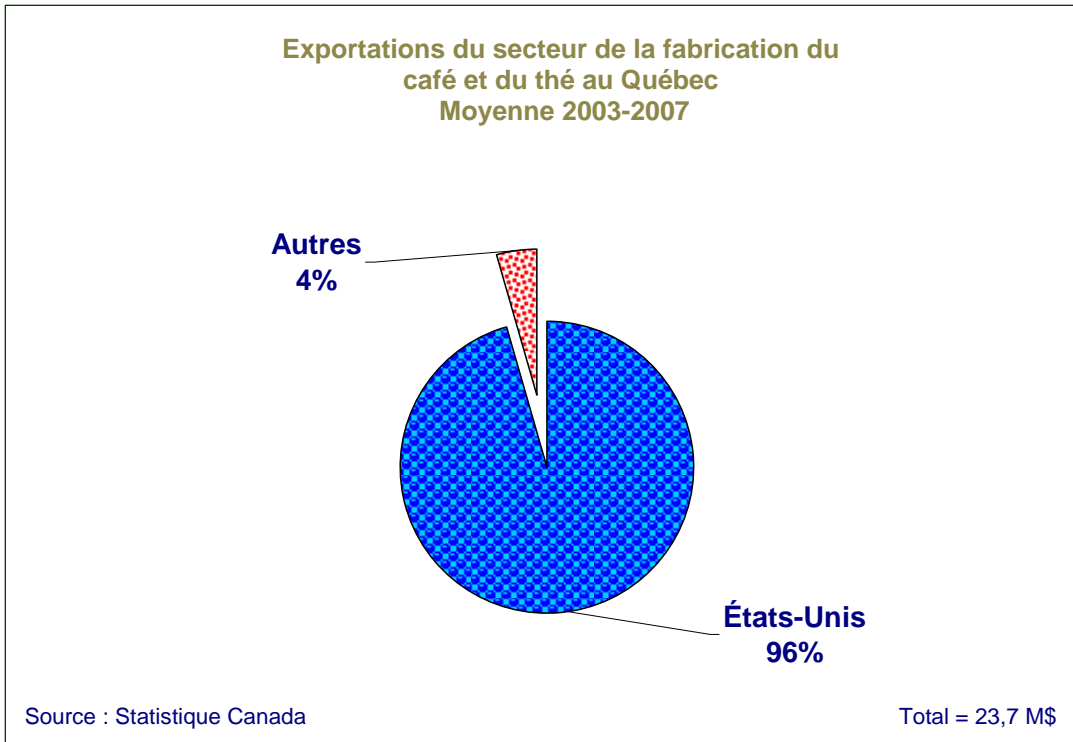
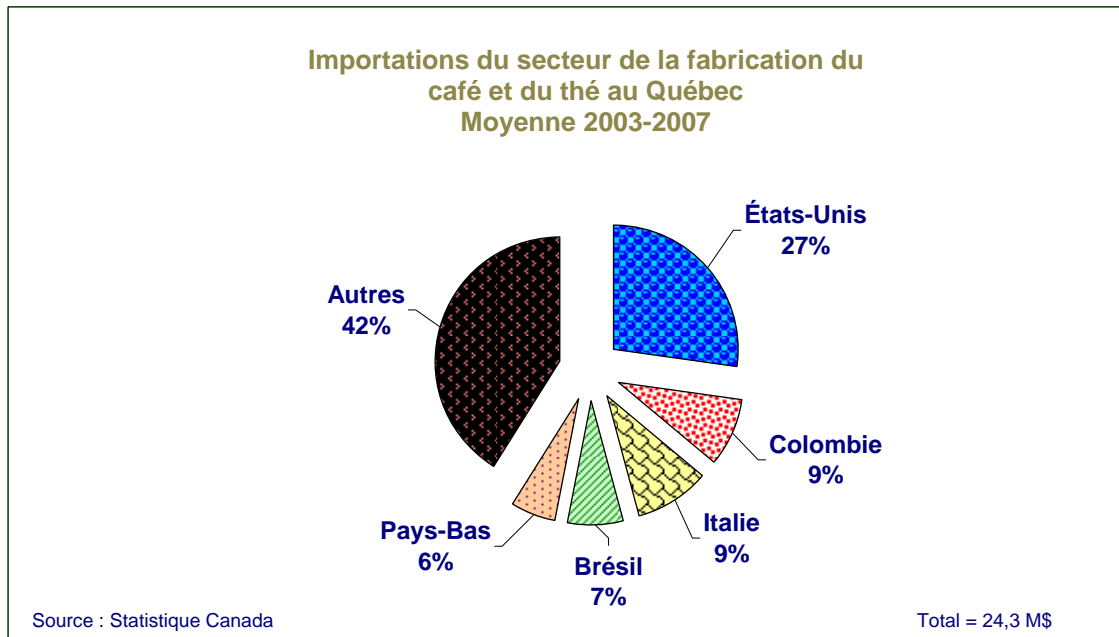


Figure 3



4. Enjeux et perspectives

Enjeux

Les marchés du café et du thé en croissance

Le café et le thé subissent une concurrence importante de nombreux autres produits : boissons gazeuses, boissons énergies, lait, jus de fruits ou de légumes, eau en bouteille, boissons au soya, chocolat chaud, etc. Cependant, les boissons énergie sont la source de caféine qui a connu la croissance la plus rapide au pays¹².

Malgré qu'il s'agisse d'un marché très compétitif, le café et le thé réussissent à faire des gains. Par exemple, la consommation de café chez les jeunes de 18-24 ans est en progression aux États-Unis¹³. Cette génération a une vision différente du café grâce à la culture des « *coffee shops* » qui constituent un lieu de rendez-vous. Les Starbucks et autres chaînes locales ont amélioré leurs cafés avec des saveurs, du sucre et des crèmes rendant ainsi le produit plus attrayant pour les plus jeunes. Quant au thé, il présente un côté moins pratique que les produits compétiteurs parce qu'il doit être infusé. Toutefois, le thé prêt à boire « Ready-to-Drink » contourne ce problème et plusieurs nouveaux produits à base de thé sont actuellement mis en marché.

Prix de la matière première : facteur important jouant sur la compétitivité des entreprises

Le prix de la matière première est un facteur de compétitivité important pour le secteur de la fabrication du café et du thé. En effet, les données de Statistique Canada¹⁴ indiquent que 87 % des coûts d'exploitation sont liés à la matière première et aux fournitures, en 2006. Ainsi, le prix payé par les entreprises pour les grains de café vert est un coût de production et il a une influence sur la rentabilité. Le café est négocié à la bourse de marchandises CSCE (Coffee, Sugar and Cocoa Exchange), à la Bourse de New York. Les transformateurs peuvent y acheter des contrats à terme. Comme le prix du café fluctue beaucoup, ces derniers peuvent ainsi réduire le risque de variation défavorable du prix.

La situation est différente pour le thé. Il n'y a pas de marché à terme, le produit est vendu par l'entremise de ventes aux enchères ou dans le cadre de transactions privées. Selon la Food and Agriculture Organisation (FAO), le prix du thé devrait se maintenir à la hausse en 2008 étant donné une diminution des récoltes dans quelques pays. Cependant, à plus long terme, la production de thé noir et de thé vert devrait augmenter respectivement de 1,9 % et de 2,6 % par année d'ici 2010, grâce essentiellement à des améliorations de rendement¹⁵.

Un réseau de distribution très varié

Au Québec, le café et le thé sont vendus dans plusieurs réseaux de distribution. L'accès aux tablettes des grandes surfaces pour leurs marques représente un défi constant pour les transformateurs de café et de thé, car le marché de la distribution alimentaire est très concentré au Québec. En effet, trois distributeurs (Loblaws, Sobey's et Métro) contrôlent 92 % des épiceries¹⁶. Cependant, les transformateurs de café et de thé ont accès à une plus grande gamme de réseaux de distribution que la plupart des transformateurs d'aliments. Les produits

¹² Wellness Report. Caffeine Culture. Food in Canada.com, juin 2007

¹³ Current Trends of Coffee Consumption. Highlights from the 2008 coffee Drinking Trends report

¹⁴ Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière (EAMEF)

¹⁵ Agritrade. Thé : note de synthèse, février 2007

¹⁶ MAPAQ. Bottin statistique de l'alimentation, édition 2006, 141 pages

sont en effet distribués dans les supermarchés, les épiceries, les pharmacies, les boutiques, les dépanneurs, etc. Les restaurants représentent aussi des points de vente importants.

Perspectives

Élaboration de nouveaux produits, à la fois du café et du thé

La grande variété de thés et de cafés a changé les habitudes des consommateurs et il existe maintenant plusieurs types de créneaux pour les produits : équitables,¹⁷ biologiques, de spécialité, etc. Les produits se sont également diversifiés sur le plan de la provenance géographique. La demande est en croissance pour les produits biologiques et équitables¹⁸.

Les thés spécialisés vendus dans des emballages recherchés et les thés verts sont responsables de l'augmentation de la consommation de thé au Canada¹⁹. Le thé est un produit qui s'apprête bien au développement de nouvelles boissons aromatisées. Ainsi, la consommation du thé prêt à boire devrait poursuivre sa croissance au cours des prochaines années.

Croissance de la consommation du thé axée sur l'aspect santé

Les bienfaits pour la santé associés à la consommation du thé ont une grande influence sur l'évolution des habitudes de consommation. En effet, certaines recherches scientifiques tendent à démontrer que les thés verts et noirs possèdent des propriétés antioxydantes pouvant contribuer à la prévention de certains types de cancer et des maladies cardiaques²⁰. Il existe des perspectives intéressantes pour le développement de produits du thé ou à base de thé.

Innovation par l'emballage

L'emballage représente un élément majeur dans la stratégie de commercialisation d'un produit. Plusieurs possibilités d'innovation sont envisageables pour le développement de nouveaux emballages, que ce soit pour favoriser une utilisation plus pratique ou pour assurer la conservation de la qualité.

L'emballage est un aspect du marketing très important pour le thé. Généralement, on voit peu le produit, car il est en sachet. Beaucoup de valeur ajoutée est donc consacrée à l'emballage et à la présentation du produit.

Pour le café, une des tendances récentes en Amérique du Nord est la dosette (portion individuelle). Ce concept qui concentre le café dans des capsules (en anglais, *pod*) est utilisé en Europe depuis quelque temps. Les dosettes permettent une plus grande facilité d'utilisation et d'éviter le gaspillage de café. Cette façon de commercialiser le café (systèmes Senseo, Nespresso, Tassimo et Keurig) connaît du succès.

¹⁷ Ou issu du commerce équitable. Mouvement qui vise à améliorer le droit et les conditions de commerce des travailleurs marginalisés.

¹⁸ Tea & Coffee trade online, 2007 Tea & coffee industry forecast

¹⁹ Prospectives de l'industrie des aliments et boissons au Québec. Industrie du thé et du café, mai 2001

²⁰ *Idem*

Recherche et rédaction : Jean-Pierre Sirois

Pour de plus amples renseignements sur ce profil, veuillez joindre :

Monsieur Jean-Pierre Sirois

Direction de l'amélioration de la compétitivité et des analyses stratégiques
Transformation Alimentaire Québec (TRANSAQ)
200, chemin Sainte-Foy, 12^e étage
Québec (Québec) G1R 4X6

Téléphone : 418 380-2202
Télécopieur : 418 380-2164
Courriel : transaq@mapaq.gouv.qc.ca

Pour obtenir plus de renseignements sur les services de TRANSAQ ou pour soumettre un projet, veuillez joindre le conseiller en transformation alimentaire de votre région :

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/nousjoindre/>.



Montréal

514 873-4147

Québec

418 380-2202

**Agriculture, Pêcheries
et Alimentation**

Québec 

www.mapaq.gouv.qc.ca