



TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC

un réseau à la portée
des entreprises

Faits saillants

En 2007, le secteur de la fabrication du lait de consommation au Québec procurait quelque 2 828 emplois et la valeur de ses livraisons manufacturières s'élevait à près de 1,49 milliard de dollars.

Au cours de la même année, ce secteur a effectué 7,5 % de l'ensemble des livraisons de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec.

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

Globalement, la consommation de lait par habitant diminue au Canada. Celle du lait 3,25 % et du lait 2 % est en déclin, alors que celle du lait 1 % s'est stabilisée au début de la décennie.

Le marché intérieur apparent canadien était estimé à 5,3 milliards de dollars en 2007.

Le secteur laitier canadien repose sur un système de gestion de l'offre qui permet d'adapter le volume de production de lait intérieure à la demande des consommateurs canadiens.

Au cours de la période 2004-2008, le Québec a importé en moyenne pour 4,5 millions de dollars de produits de lait de consommation chaque année, alors que la valeur des exportations s'établissait à 13 millions de dollars.

En raison de la stabilisation de la demande sur le marché intérieur, les entreprises doivent innover en matière de développement de nouveaux produits et de mise en marché.

Selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), le secteur industriel « Fabrication du lait de consommation, SCIAN 311511 » comprend les établissements dont l'activité principale est la fabrication des produits suivants :

- *lait (y compris la pasteurisation, l'homogénéisation, la vitaminisation et l'embouteillage);*
- *yogourt (sauf le yogourt congelé);*
- *crème sure;*
- *fromage cottage;*
- *trempeuses à base de crème sure;*
- *blanchisseurs à café non laitiers et substituts liquides;*
- *succédanés de lait;*
- *lait de poule frais, sans alcool;*
- *nappages fouettés (sauf les nappages congelés ou les mélanges secs).*

Sont exclues des statistiques présentées dans ce document : les données des établissements dont l'activité principale est la fabrication de garnitures de crème fouettée congelées (SCIAN 31141), de mélanges secs de garnitures de crème fouettée, de lait en conserve (SCIAN 311515), de crème glacée, de yogourt glacé et autres desserts laitiers congelés (SCIAN 31152).

1. Importance de ce secteur au Québec

Portrait du secteur québécois

La fabrication du lait de consommation occupe une place importante dans l'économie québécoise. En 2007, les usines de ce secteur ont réalisé des livraisons manufacturières d'une valeur de 1,49 milliard de dollars. Ces ventes représentaient 7,5 % de l'ensemble des livraisons de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec. La valeur des livraisons manufacturières du secteur de la fabrication du lait de consommation a augmenté de 18 % entre 2005 et 2007, alors que celle de l'ensemble de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac a augmenté de 5 %.

Sur le plan des emplois, la fabrication du lait de consommation procurait, en 2007, 4,8 % des emplois de l'industrie de la fabrication d'aliments, de boissons et de tabac du Québec¹. Un total de 2 828 personnes travaillaient dans ce secteur, dont un peu plus de 1 700 étaient affectées à la production (tableau 1).

Le coût des matières et des fournitures de l'industrie est en croissance. Il se situait à 835 millions de dollars en 2005, par rapport à 985 millions en 2007. Pour cette dernière année, il représentait 92 % des coûts d'exploitation de la fabrication du lait de consommation. Les autres coûts d'exploitation sont les salaires de production (6 %) et l'énergie (2 %).

Selon Statistique Canada, 35 établissements exerçaient leurs activités dans le secteur de la fabrication du lait de consommation au Québec en 2007.

1. Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (SCIAN 311511).

Tableau 1

**Principales statistiques du secteur de la fabrication
du lait de consommation au Québec**

		2005	2006	2007	2005-2007 Δ %
Établissements	nombre	29	32	35	+ 21 %
Salariés à la production	nombre	1 520	1 613	1 707	+ 12 %
Salariés totaux	nombre	2 517	2 675	2 828	+ 12 %
Salaires à la production	000 \$	55 005	64 037	68 018	+ 23 %
Coût des matières et fournitures	000 \$	835 213	925 033	984 611	+ 18 %
Valeur des livraisons manufacturières	000 \$	1 262 895	1 376 950	1 486 793	+ 18 %
Valeur ajoutée manufacturière	000 \$	415 045	440 431	482 701	+ 16 %

Source : Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (SCIAN 311511).

Principaux joueurs

Il y a trois grands joueurs au Canada dans le secteur de la transformation du lait soit Saputo, Agropur et Parmalat. Ces entreprises possèdent des usines au Québec. Agropur et Parmalat Canada sont les deux plus importantes sociétés sur le marché québécois en ce qui concerne la fabrication du lait de consommation. Bien que pour le Québec, l'entreprise soit surtout active dans la fabrication du fromage, Saputo distribue sa marque Nutrilait principalement dans le marché des magasins à grandes surfaces.

La coopérative Agropur est présente dans plusieurs régions du Québec. Elle possède des usines de fabrication de lait de consommation à Montréal, à Québec, à Saint-Bruno-de-Montarville en Montérégie et à Amqui dans le Bas-Saint-Laurent. Pour sa part, Parmalat Canada exploite une usine à Saint-Hyacinthe et une autre dans la région de Montréal.

Malgré la présence de ces grands joueurs au Québec, il existe des laiteries de moindre envergure qui occupent une place importante dans certains marchés régionaux, par exemple la coopérative Nutrinor et la Laiterie de la Baie au Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Laiterie Chagnon en Estrie, la Laiterie des Trois-Vallées à Mont-Laurier, la Laiterie Royale en Beauce, la Laiterie Chalifoux à Sorel-Tracy et la Laiterie Lamothe et Frères dans le Centre-du-Québec. Cette dernière entreprise a toutefois été vendue à Agropur en mars 2008.

En ce qui concerne le yogourt, Les Aliments Ultima, Danone Canada et Produits de Marque Liberté sont les plus importants producteurs au Québec². Les Aliments Ultima, une coentreprise formée par Agropur et Agrifoods International Cooperative³, fabriquent les produits Yoplait sous licence. Quant à Danone Canada, elle est une filiale de la société française Danone. L'entreprise Produits de Marque Liberté, de son côté, se démarque par sa présence dans les créneaux des produits biologiques et 100% naturel. Pineridge Foods de l'Ontario est l'actionnaire principal de cette entreprise depuis 2004.

2. Centre de recherche industriel du Québec (CRIQ), base de données en ligne.

3. Coopérative possédée par des producteurs laitiers de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et de la Saskatchewan.

L'approvisionnement en lait

Le secteur laitier canadien repose sur un système de gestion de l'offre qui permet d'adapter le volume de production de lait intérieure à la demande des consommateurs canadiens. Ce système est basé sur une planification de la production intérieure, la réglementation des prix à la production et un contrôle des importations de produits laitiers grâce à des barrières tarifaires.

L'équilibre du système de gestion de l'offre est assuré par l'émission d'un quota de production de lait pour chacune des fermes laitières. Ce quota correspond aux besoins nationaux de lait de consommation et de lait de transformation, c'est-à-dire de lait destiné à la fabrication de produits transformés (yogourt, crème glacée, fromage et beurre).

Au Québec, la mise en marché du lait est soumise aux conventions de mise en marché du lait négociées entre la Fédération des producteurs de lait du Québec, le Conseil de l'industrie laitière du Québec (CILQ) et Agropur. Encadrées par la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche (LRQ, chapitre M-35.1), ces conventions énoncent notamment les garanties et les règles d'approvisionnement des usines laitières du Québec⁴.

L'approvisionnement des entreprises se fait selon un système de classes dans lequel la priorité des livraisons et la quantité exigible sont déterminées par les produits fabriqués. Par exemple, le lait de consommation est garanti en tout temps sur demande, alors que le beurre et la poudre de lait sont fournis selon des seuils convenus et la disponibilité du lait dans l'année.

2. Comparaison du secteur québécois

Situation du secteur québécois

Une grande partie de la production laitière canadienne est concentrée en Ontario et au Québec. En volume, les ventes de lait de consommation des usines du Canada s'élevaient à 2,740 milliards de litres en 2008. L'Ontario était la principale province productrice avec 1,072 milliard de litres, suivie du Québec avec 636 millions de litres⁵ (figure 1). En ce qui concerne la crème, l'Ontario dominait le secteur avec 126 millions de litres, alors que les ventes du Québec totalisaient 49 millions de litres (figure 2). Toutefois, le Québec était le plus important producteur de yogourt avec 142 millions de kilogrammes comparativement à 61 millions de kilogrammes pour l'Ontario (données 2005).⁶ La production canadienne de yogourt atteignait alors 233 millions de kilogrammes.

En 2007, la valeur des livraisons de l'industrie québécoise de la fabrication du lait de consommation correspondait à 28 % de la valeur totale canadienne (tableau 2). La proportion des emplois dans ce secteur au Québec représentait 29 % des emplois que fournissait cette industrie dans l'ensemble du Canada. En ce qui concerne le nombre d'établissements, la proportion du Québec est de 5 %.

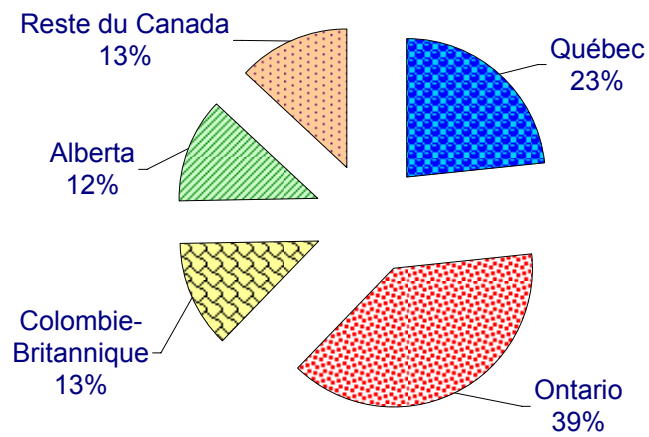
4. MAPAQ, *Portrait sommaire de l'industrie laitière québécoise*, juin 2004.

5. Agriculture et Agroalimentaire Canada, site Internet du Centre canadien d'information laitière.

6. Il n'y a plus données pour le Québec après 2005.

Figure 1

Ventes de lait de consommation au Canada par province en 2008

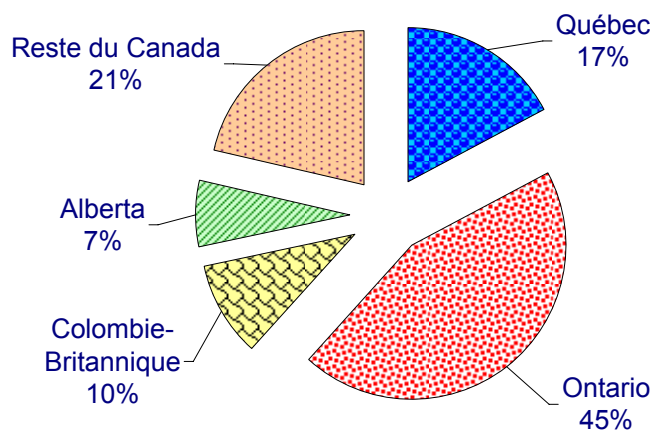


Total = 2 740 millions de litres

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Centre d'information laitière.

Figure 2

Ventes de crème au Canada par province en 2008



Total = 284 millions de litres

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Centre d'information laitière.

Tableau 2

Portrait du secteur canadien de la fabrication du lait de consommation en 2007

	Établissements		Emplois totaux		Livraisons	
	Nombre	Part au Canada (%)	Nombre	Part au Canada (%)	M\$	Part au Canada (%)
Québec	35	5	2 828	29	1 487	28
Ontario	191	26	2 233	23	1 685	32
Autres provinces	514	69	4 679	48	2 138	40
Canada	740	100	9 740	100	5 310	100

Source : MAPAQ et Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (SCIAN 311511).

Comparaison de la structure industrielle

La taille moyenne des entreprises ontariennes est plus petite que celle des entreprises du Québec (tableau 3). En effet, une entreprise québécoise moyenne embauche 49 personnes et ses ventes se chiffrent à 42,5 millions de dollars. En Ontario, ces valeurs correspondent à 8 personnes et à 8,8 millions de dollars de ventes.

Pour chaque dollar de livraisons, les entreprises québécoises doivent déboursier en moyenne 5 cents en salaire à la production. Ce montant est plus élevé que celui de l'Ontario mais moindre que celui des autres provinces. Le coût moyen pour l'approvisionnement en matières premières et en fournitures est moins élevé au Québec, soit 66 cents pour chaque dollar de production, alors que la moyenne canadienne est de 78 cents.

Tableau 3

Structure de production du secteur de la fabrication du lait de consommation au Canada en 2007

		Québec	Ontario	Autres provinces	Canada
Emplois à la production par établissement	nombre	49	8	9	9
Livraisons par établissement	M\$	42,5	8,8	5,3	7,3
Coût en salaires à la production / livraisons	%	5	4	7	6
Coût en matières et fournitures / livraisons	%	66	80	81	78
Coût en énergie, en eau et en carburant / livraisons	%	1	2	2	2
Valeur ajoutée / livraisons	%	32	18	18	21

Source : MAPAQ et Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les manufactures et l'exploitation forestière* (SCIAN 311511).

Comparaison de la performance financière

Dans l'ensemble, la performance financière des entreprises québécoises pour l'année 2004 est meilleure que celle des entreprises ontariennes (tableau 4). Parmi les cinq ratios financiers retenus, trois s'avèrent plus avantageux pour le Québec :

- La marge bénéficiaire avant impôt indique, pour les entreprises québécoises, un bénéfice de 2,1 cents par dollar de recettes après déduction de tous les frais et charges, à l'exception de la charge d'impôt, soit davantage qu'en Ontario.
- 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 14,6 cents aux entreprises du Québec, soit davantage qu'en Ontario.
- Le ratio de fonds de roulement mesure la capacité d'une entreprise à remplir ses engagements à court terme. Le ratio des entreprises du Québec en 2004 est le même que celles de l'Ontario.
- Le ratio d'endettement exprime la relation entre les capitaux empruntés et les capitaux propres. Les entreprises du Québec affichent un ratio de 0,9, ce qui témoigne d'un endettement plus faible qu'en Ontario.
- Le ratio de rotation des stocks mesure l'efficacité avec laquelle l'entreprise écoule ses stocks par rapport aux entreprises du même secteur. Les entreprises ontariennes ont une meilleure performance à ce titre, car leur ratio est plus élevé que celui du Québec.

Tableau 4

Ratios financiers moyens¹ du secteur de la fabrication du lait de consommation au Canada en 2004²

		Québec	Ontario	Canada
Marge bénéficiaire avant impôt	%	2,1	0,2	2,3
Rendement des capitaux propres	%	14,6	2,5	6,9
Fonds de roulement	%	1,3	1,3	1,5
Endettement	%	0,9	1,1	1,1
Rotation des stocks	Nombre de fois	4,8	22,4	8,2

1) Il s'agit des valeurs moyennes (50 % des ratios se situent en dessous de ces valeurs) pour les entreprises qui ont un chiffre d'affaires de moins de 5 millions de dollars, et ce, pour tous les segments confondus du secteur de la fabrication du lait de consommation.

2) L'année 2004 a été retenue car c'est la dernière année où les données sont complètes.

Source : Statistique Canada, Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes (SCIAN 311511).

3. Aperçu de la place du secteur sur les marchés

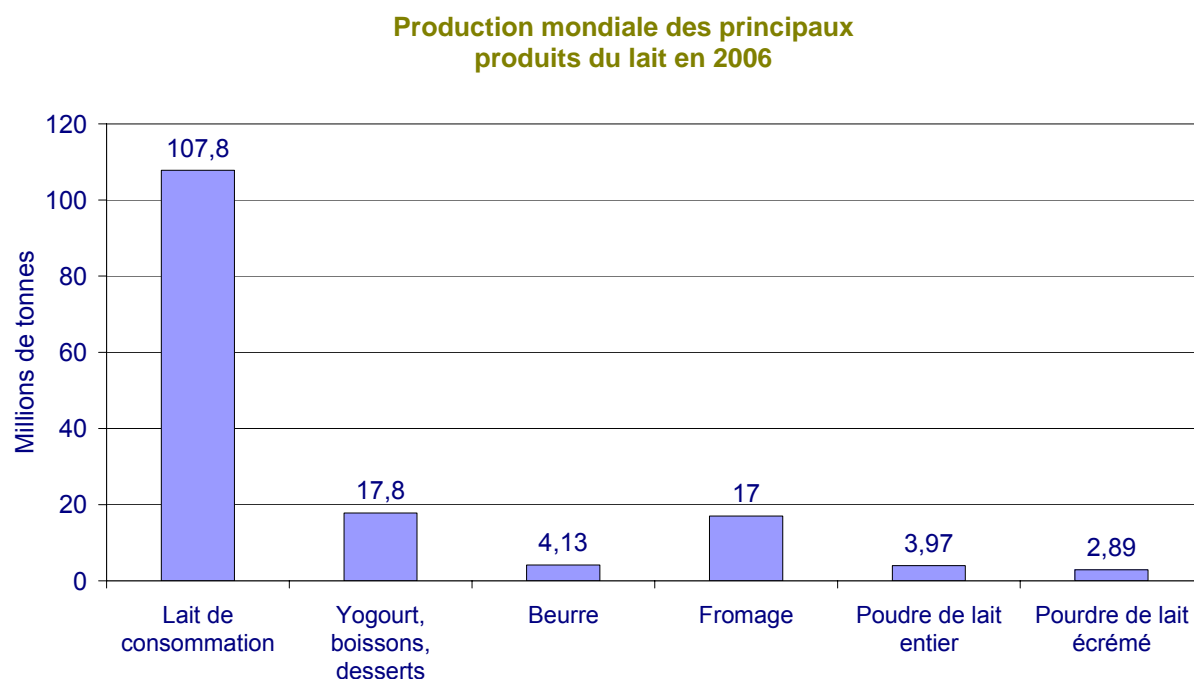
Marché mondial

Le lait est un produit consommé dans le monde entier. La production mondiale totale de lait cru⁷ était estimée à 655 millions de tonnes⁸ en 2007, dont 551 millions de tonnes de lait de vache⁹. Les principaux pays producteurs de lait cru sont l'Inde (17 %), les États-Unis (15 %), la Chine (7 %), la Fédération de Russie (6 %), le Pakistan (5 %), l'Allemagne (5 %), le Brésil (5 %) et la France (4 %). La part du Canada est relativement petite. Sa production est estimée à 7,9 millions de tonnes, ce qui représente environ 1,5 % de la production mondiale.

Le lait peut être transformé en différents produits tels que le fromage, le beurre et le lait de consommation. Ce dernier figure au sommet de la liste des produits laitiers transformés à l'échelle mondiale (figure 3).

L'industrie de la transformation du lait se caractérise par une concentration à l'échelle mondiale résultant de fusions, d'acquisitions et de formations d'alliances stratégiques¹⁰. Les plus grandes entreprises mondiales sont Nestlé (Suisse), Lactalis (France), Danone (France), Dean Foods (États-Unis), Arla Foods (Danemark) et Fonterra (Nouvelle-Zélande) (figure 4). L'entreprise canadienne Saputo, ayant son siège social au Québec, se classait au 15^e rang des transformateurs laitiers mondiaux en 2007. Ce classement est basé sur le chiffre d'affaires provenant de la vente des produits laitiers.

Figure 3



Source : International Dairy Federation, *The World Dairy Situation 2007*.

7. Le terme « lait cru » désigne le lait produit à la ferme n'ayant pas subi de traitement.

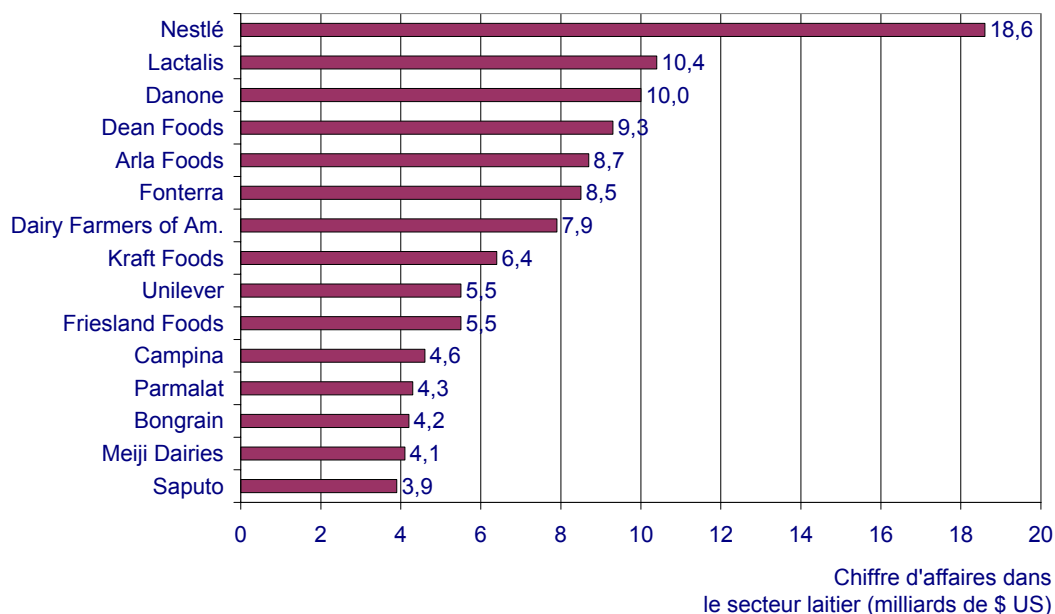
8. Cette valeur équivaut à 635 milliards de litres (1 litre de lait = 1,032 kilogramme).

9. International Dairy Federation, *The World Dairy Situation 2007*, IDF N° 423/2007, 91 pages.

10. Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Portrait de l'industrie laitière canadienne*, 2005.

Figure 4

Principales entreprises mondiales du secteur de la transformation du lait en 2006



Source : International Dairy Federation, *The World Dairy Situation 2007*.

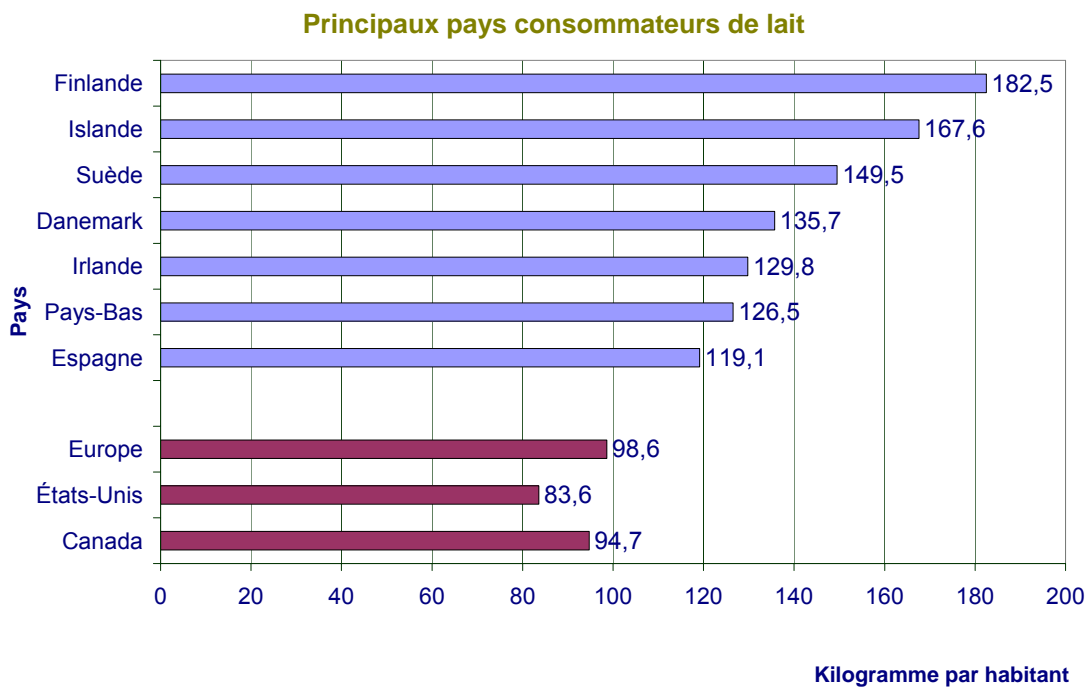
Un phénomène de concentration s'observe également dans le secteur canadien de la transformation laitière. En effet, les trois plus importantes entreprises au pays produisent environ 70 % du lait transformé au Canada. En 2006, Agropur accaparait 25 % du marché du lait de consommation, Parmalat Canada, 24 % et Saputo, 21 %¹¹. Présente en Ontario, Neilson Dairy, une filiale de George Weston ltée, occupait alors 10 % du marché canadien. Saputo a acheté Neilson Dairy en 2008. Les autres entreprises d'importance sont essentiellement des coopératives situées dans les provinces maritimes et en Colombie-Britannique, notamment Central Dairies (Terre-Neuve), Farmers Dairy (Nouvelle-Écosse), Amalgamated Dairies Limited (Île-du-Prince-Édouard) et Northumberland Cooperative Dairy Limited (Nouveau-Brunswick).

Comme le démontre la figure 5, la Finlande est le plus important pays consommateur de lait liquide par habitant au monde (182,5 kilogrammes par habitant en 2005). À titre de comparaison, la consommation au Canada s'élève à 94,7 kilogrammes par habitant, un résultat similaire à celui de l'Europe (98,6 kilogrammes par habitant).

En ce qui concerne la consommation mondiale de yogourt par habitant, le Danemark arrive bon premier avec 45,9 kilogrammes, alors que celle de l'Europe s'établit à 20,7 kilogrammes (figure 6). Le Canada est loin derrière avec une consommation de 7,2 kilogrammes par habitant.

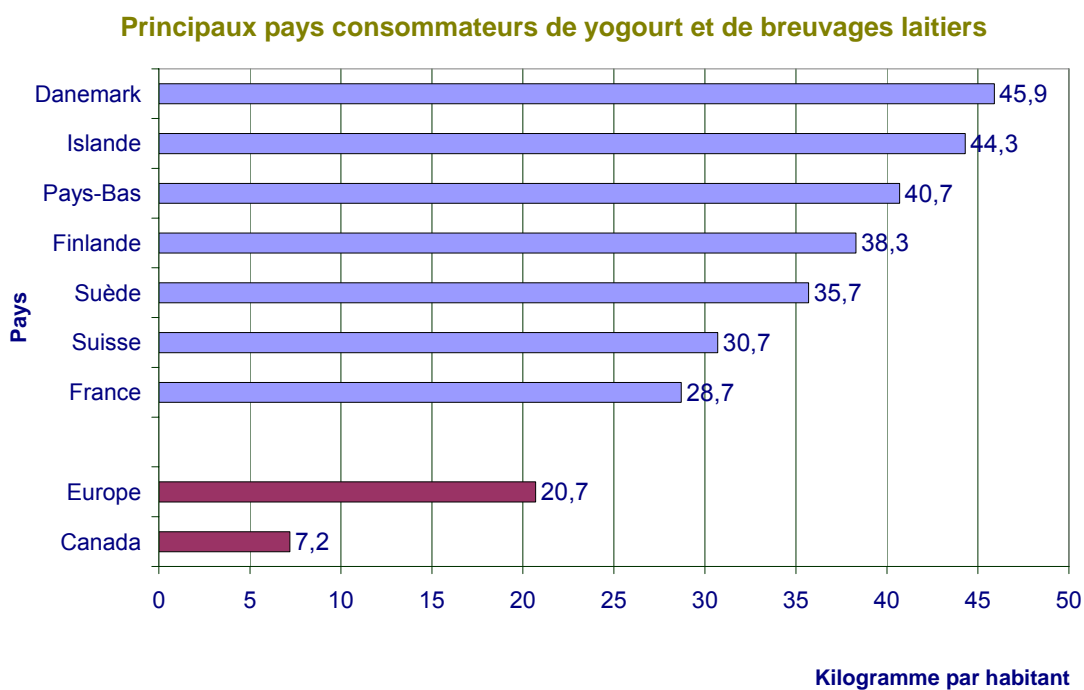
11. Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Profil du secteur : Lait et crème*, 2006, 7 pages.

Figure 5



Source : International Dairy Federation, *The World Dairy Situation 2007*.

Figure 6



Source : International Dairy Federation, *The World Dairy Situation 2007*.

Marché intérieur

Au Canada, la consommation apparente par personne de lait 3,25 % et de lait 2 % est en déclin depuis le début des années 1990 (tableau 5). La consommation de lait 1 % augmentait au début de la même période, mais elle s'est stabilisée au cours de la décennie 2000. Globalement, la consommation de lait par personne connaît une baisse au Canada.

Tableau 5

Consommation apparente par personne au Canada pour le lait de consommation, de 1990 à 2006 (estimation en litres)

	1990	1994	2000	2003	2004	2005	2006
Lait de consommation (litres - poids détail)							
Lait homogénéisé 3,25 %	22,0	16,8	14,2	13,5	13,1	12,6	12,4
Lait partiellement écrémé 2 %	57,1	50,2	43,3	40,3	40,1	38,8	38,4
Lait partiellement écrémé 1 %	5,9	13,0	17,3	17,5	17,9	17,9	18,0
Lait écrémé	6,3	6,6	8,6	8,5	8,6	8,7	8,8
Lait au chocolat	3,9	3,8	4,5	5,1	5,4	5,5	5,5
Lait de beurre	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Sous-total	95,6	90,9	88,3	85,5	85,6	83,9	83,5
Crème (litres - poids détail)							
Crème à céréales 10 %	2,9	2,8	2,9	3,1	3,2	3,1	3,1
Crème de table 15 %	0,5	0,7	1,6	2,4	2,6	2,8	3,0
Crème à fouetter 35 %	0,9	0,8	1,1	1,2	1,1	1,2	1,2
Crème sure	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4
Sous-total	5,3	5,3	6,8	8,0	8,3	8,4	8,6
Desserts laitiers (litres - poids détail)							
Yogourt	3,1	3,1	4,6	5,9	6,3	6,8	7,0

Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation* et Groupe AGÉCO, *Les faits saillants laitiers québécois*, 2007.

La consommation de crème connaît une augmentation depuis les années 1990. Paradoxalement, les consommateurs réclament de plus en plus des produits de consommation courante moins riches, mais il semble que le taux de matière grasse devient secondaire pour les produits de consommation occasionnelle. Parmi les autres produits laitiers en progression au Canada, notons le yogourt, dont la consommation par personne a plus que doublé depuis une quinzaine d'années.

Étant donné que l'un des buts de la gestion de l'offre est de combler les besoins du marché intérieur avec la production nationale, le niveau des échanges commerciaux de produits laitiers est relativement peu élevé. Ainsi, l'industrie du lait de consommation canadien repose essentiellement sur le marché intérieur, qui était estimé à 5,3 milliards de dollars en 2007 (tableau 6).

Tableau 6

Estimation du marché intérieur apparent canadien en 2007¹

Valeur des livraisons	+ importations	- exportations	= marché intérieur apparent
5 399 M\$	46 M\$	96 M\$	5 349 M\$

1) Les données des trois premières colonnes de ce tableau proviennent de Statistique Canada.

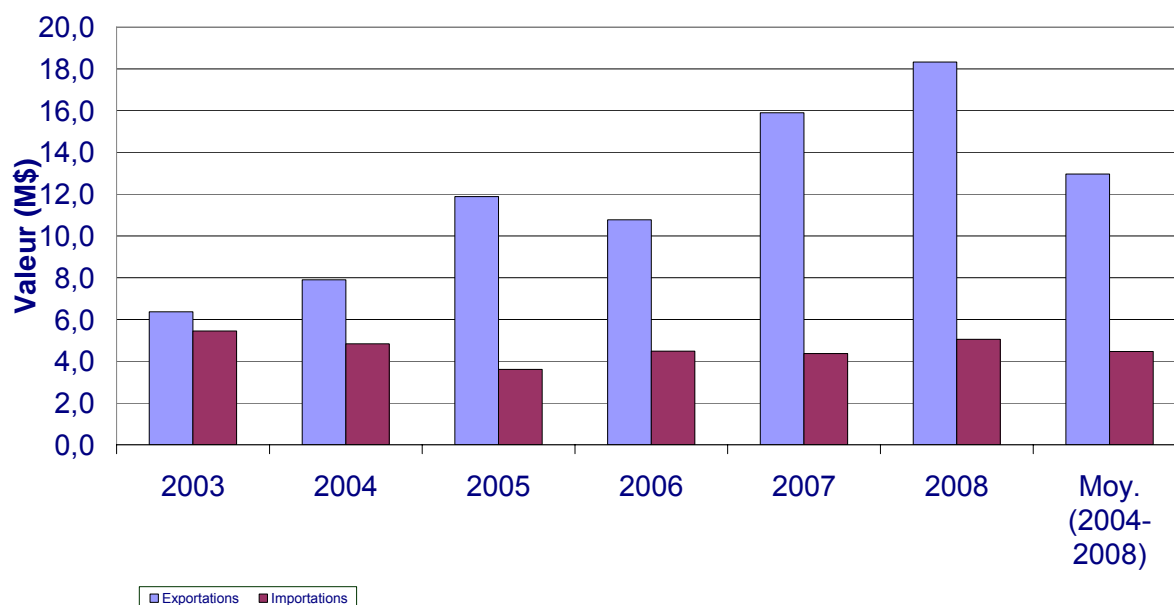
Il n'est pas possible d'estimer le marché intérieur apparent pour le Québec étant donné que la valeur du commerce entre les provinces n'est pas mesurée. Toutefois, la valeur des ventes dans les supermarchés calculée par la firme ACNielsen¹² est un bon indicateur de l'évolution du marché québécois. Pour le lait de consommation, les ventes totalisaient 557 millions de dollars en 2007, une progression de 4,9 % par rapport à 2006. En ce qui concerne le yogourt et la crème, les ventes ont également augmenté de 3,4 % et de 8,6 % respectivement. Elles atteignaient 286 et 82 millions de dollars en 2007¹³.

Échanges commerciaux

Au Québec, les exportations et les importations de lait de consommation sont également peu élevées par rapport à la valeur des livraisons. La valeur moyenne des exportations se chiffre à 13 millions de dollars par année, alors que celle des importations s'établit à 4,5 millions de dollars (figure 7). La gestion de l'offre a un rôle à jouer dans ce phénomène puisqu'elle arrime la production de produits laitiers à la demande intérieure et limite leurs importations par la présence de barrières tarifaires.

Figure 7

Évolution des exportations et des importations du secteur de la fabrication du lait de consommation au Québec



Source : Statistique Canada.

12. Ces statistiques tiennent compte seulement des ventes enregistrées dans les supermarchés.

13. MAPAQ, *Dépenses alimentaires détaillées des québécois 2007* (source des données : ACNielsen).

Les exportations du Québec sont essentiellement destinées au marché des États-Unis. Quant aux importations, le Québec achète surtout du lait des États-Unis, mais également de nombreux autres pays dont les principaux sont les Pays-Bas, le Danemark et le Royaume-Uni.

4. Enjeux et perspectives

Enjeux

La concurrence pour le produit

La consommation de lait, notamment chez les clientèles plus jeunes, est influencée par la concurrence des fabricants de boissons gazeuses, de boissons et de jus¹⁴. Les boissons de soya peuvent être d'importants produits concurrents, car leurs caractéristiques font qu'on les trouve souvent dans les comptoirs réfrigérés près du lait ou des boissons au lait. La consommation de ces produits a connu une forte croissance au cours des dernières années. La firme Datamonitor prévoit d'ailleurs une augmentation de 6 à 12 % des volumes annuels de boissons de soya vendus sur le marché canadien d'ici 2010¹⁵.

L'approvisionnement des usines

L'approvisionnement en lait des usines canadiennes repose sur un système de gestion de l'offre. Une libéralisation – même très modeste – des règles régissant le commerce international des produits agricoles pourrait rendre inefficaces les barrières tarifaires qui garantissent le fonctionnement de ce système. En effet, les négociations en cours à l'Organisation mondiale du commerce pourraient entraîner une remise en question du système de gestion de l'offre¹⁶. Si un nouveau mode de gestion des approvisionnements déterminé par le libre marché venait remplacer ce système, de nouveaux acheteurs pourraient s'installer au Québec ou au Canada, ce qui intensifierait la concurrence entre les acheteurs déjà présents sur le territoire¹⁷.

Un défi : la distribution

Au Québec, le marché de la distribution alimentaire est très concentré. En effet, trois distributeurs (Loblaws, Sobey's et Metro) contrôlent 92 % des épiceries¹⁸. Cette concentration de la distribution fait que les transformateurs québécois doivent s'adapter rapidement afin de maintenir et d'accroître la présence de leurs marques sur les tablettes des grandes surfaces. Ce défi est d'autant plus important que le lait de consommation produit au Québec est destiné au marché intérieur.

Perspectives

La demande pour le produit : miser sur les aspects santé et nutrition

En raison de la stabilisation de la demande sur le marché intérieur, les entreprises doivent miser davantage sur le développement de nouveaux produits. L'évolution des caractéristiques démographiques des consommateurs entraîne des changements quant à leurs goûts et à leurs besoins. On assiste à une croissance de la demande pour les produits à faible teneur en matières grasses et en glucides, de même que pour ceux à plus forte valeur nutritionnelle. Les besoins d'une population vieillissante conjugués à ceux des consommateurs, qui sont

14. Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Portrait de l'industrie laitière canadienne*, août 2005, 81 pages.

15. DATAMONITOR, *Dairy Food in Canada to 2010*, février 2007, 216 pages.

16. Groupe AGÉCO, *Perspectives pour l'industrie de la transformation laitière québécoise*, avril 2007, 101 pages.

17. Groupe AGÉCO, *Perspectives pour l'industrie de la transformation laitière québécoise*, avril 2007, 101 pages.

18. MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation – Édition 2006*, 141 pages.

davantage préoccupés par leur santé, favorisent la création de produits de créneau comme le lait biologique, le lait contenant des oméga-3 et les yogourts probiotiques. Ainsi, il semble y avoir des disponibilités pour le développement de nouveaux produits santé à base de lait. L'intérêt des consommateurs pour les aliments santé pourrait donc avoir un effet sur la croissance de l'industrie du lait de consommation.

L'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 la conception de nouveaux emballages, que ce soit pour conserver la qualité des produits laitiers ou pour rendre leur utilisation plus pratique. Prenons, par exemple, le contenant individuel « Lait's go », un produit destiné aux jeunes qui fait concurrence au jus et aux boissons gazeuses.

Une stratégie de développement des entreprises à l'international

Les entreprises Saputo et Agropur ont acquis quelques entreprises étrangères au cours des dernières années. Ces investissements réalisés à l'extérieur du Canada font partie de stratégies pour assurer le développement de ces entreprises étant donné qu'il existe peu d'occasions d'affaires au Canada. La structure de l'industrie laitière canadienne, basée sur la gestion de l'offre, limite en effet l'exportation vers les marchés extérieurs. L'acquisition d'entreprises à l'étranger devrait possiblement se poursuivre au cours des prochaines années.

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 : 418-380-2134

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 :

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