

**Au menu**

- **Des revenus à la hausse dans la restauration et les débits de boissons**
- **La consommation de carottes démasquée**
- **Santé des enfants et prévention de l'obésité : l'industrie bioalimentaire interpellée!**

**Des revenus à la hausse dans la restauration et les débits de boissons**

Les revenus d'exploitation de l'industrie des services de restauration et de débit de boissons ont atteint 40,6 milliards de dollars en 2006 au Canada, ce qui représente une hausse de 4,5 % par rapport à 2005. Le bon rendement de l'économie en général, la hausse du revenu personnel disponible et l'accroissement de la demande touristique intérieure pour les services de restauration et de débit de boissons peuvent expliquer en partie la croissance observée en 2006.

Les revenus d'exploitation de l'industrie ont augmenté dans toutes les provinces, mais la progression la plus considérable a été relevée en Alberta (+11,0 %), tandis que le mouvement était plus modéré au Québec (+3,1 %) et en Ontario (+2,6 %) que dans les autres provinces.

Le secteur des restaurants à service rapide montre une croissance plus élevée que celui des restaurants à service complet. Ainsi, le secteur des restaurants où les repas sont commandés et payés à un comptoir a vu ses revenus d'exploitation croître de 6,7 %, ce qui constitue la plus forte hausse des quatre secteurs de l'industrie. Les traiteurs, les cantines et comptoirs mobiles ont enregistré une augmentation de 6,2 % de leurs revenus d'exploitation. Quant aux restaurants où les clients commandent et paient leur repas à la table, ils ont connu une croissance modérée de 4,0 %. À l'opposé, les revenus d'exploitation du secteur des débits de boissons ont reculé de 6,2 % en 2006; il s'agit en l'occurrence d'une deuxième baisse annuelle consécutive. Enfin, la marge bénéficiaire d'exploitation de l'industrie a légèrement progressé, en passant de 3,8 % en 2005 à 4,3 % en 2006.

Source : Statistique Canada. « Services de restauration et débits de boissons », mars 2008.

**La consommation de carottes démasquée**

Plus on est en santé, âgé et éduqué et plus... on mange des carottes! C'est ce que révèle, entre autres choses, une étude de l'Economic Research Service qui porte sur les facteurs économiques, sociaux et démographiques influant sur la consommation de carottes aux États-Unis.

La consommation de ce légume, si populaire sur le marché nord-américain, est importante. Nos voisins états-uniens en consomment environ 5,5 kg par personne annuellement (4 kg de carottes fraîches et 1,5 kg de carottes transformées). Les ventes sont principalement réalisées pour la consommation domestique du légume. Au Canada, la consommation est plus élevée, puisqu'elle se situe environ à 7 kg par personne par année en 2006. Additionné au fait que la carotte représente un légume très polyvalent, l'offre de carottes fraîches coupées (minicarottes) a favorisé le maintien du légume comme collation santé, qui constitue ainsi une option facile pour les boîtes à lunch.

Les données de l'étude nous apprennent que la consommation de carottes diffère considérablement selon l'origine ethnique. Par exemple, les Américains d'origine hispanique semblent consommer moins de carottes que la moyenne nationale. Par ailleurs, la consommation de carottes augmente avec l'âge. En outre, les données indiquent que plus on prend de l'âge et que le revenu est élevé, plus la consommation de carottes augmente.

La consommation nationale de ce légume pourrait toutefois connaître des changements, avec l'afflux aux États-Unis, comme au Canada, de nouveaux arrivants aux origines et aux traditions culinaires diverses. Cependant, une population vieillissante et plus éduquée pourrait contrer la tendance...

Source : Bing-Hwan Lin et Gary Lucier. « Carrot Consumption Varies With Age, Income and Race », *Amber Waves*, Economic Research Service, United States Department of Agriculture, avril 2008.

### **Santé des enfants et prévention de l'obésité : l'industrie bioalimentaire interpellée!**

Les publicités de malbouffe qui ciblent les enfants de moins de 12 ans pendant les émissions de télévision qui leur sont proposées devraient être interdites par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Voilà une des recommandations formulées dans un rapport rendu public à la fin du mois de mars par Santé Canada. Intitulé *Vers de nouveaux sommets : rapport de la conseillère en santé des enfants et des jeunes*, ce rapport aborde différents aspects de la prévention et propose des actions pour améliorer la santé des enfants au Canada. L'obésité chez les enfants et les problèmes de santé qui en découlent donnent à M<sup>me</sup> Leitch, la médecin chargée de ce rapport, des arguments pour préconiser le retrait, d'ici 2010, des messages publicitaires de produits alimentaires associés à la malbouffe dans les émissions télévisées pour enfants. Le Royaume-Uni a déjà mis en œuvre des restrictions pour empêcher les publicités de produits alimentaires considérés comme malsains dans les émissions destinées aux enfants de 4 à 15 ans, de même que dans certaines émissions destinées aux adultes. Actuellement, le Québec est la seule province qui a imposé des restrictions à l'égard de la publicité de ces produits pendant les émissions pour enfants.

L'auteure recommande également d'effectuer des investissements dans la recherche pour soutenir la création de produits innovateurs en ce qui a trait aux portions offertes aux consommateurs, compte tenu du fait que l'alimentation excessive représente une des causes de l'obésité. Elle invite Santé Canada à collaborer avec l'industrie bioalimentaire pour rendre obligatoire l'offre de plus petites portions de malbouffe, par exemple en ce qui concerne les canettes de boisson gazeuse, la taille des tablettes de chocolat et les sacs de croustilles, à l'intérieur d'une période de deux ans. Des concepts tels que le « goûter de 100 calories » ou l'« assiette-portion » pourraient aider les consommateurs à être davantage conscients de la quantité de nourriture qu'ils mangent et à faire des choix plus sains et éclairés.

Enfin, le rapport recommande que l'étiquetage obligatoire des aliments soit réalisé sur le devant des emballages et appelle à une harmonisation des systèmes d'étiquetage pancanadiens, afin que les étiquettes soient plus claires sur le plan visuel et plus faciles à interpréter. Elle suggère que cette révision de l'étiquetage soit réalisée en premier lieu à l'égard des aliments destinés aux enfants, et que, dans un proche avenir, les grandes chaînes d'alimentation et les fabricants d'aliments minute fournissent les données nutritionnelles de base du produit (ex. : le nombre de calories). La ville de New-York a instauré une mesure semblable en 2006, contraignant les chaînes de restaurants à afficher des renseignements relativement au contenu calorique des mets composant leurs menus.

Source : D<sup>re</sup> K. Kellie Leitch. *Vers de nouveaux sommets : rapport de la conseillère en santé des enfants et des jeunes*, Santé Canada, 2007.

Rédaction : Laurence-Morin-Rivet  
Direction des études économiques