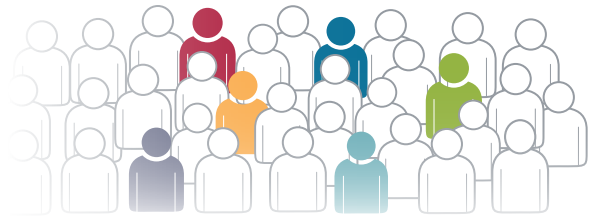


SURVEILLANCE DES habitudes de vie

Numéro 2



Les achats alimentaires des Québécois de 2006 à 2010 au regard de la saine alimentation

Résumé

Les Québécois consacrent une partie importante de leur revenu aux achats alimentaires. Leurs achats d'aliments se font majoritairement dans des supermarchés où une très grande gamme de produits leur est offerte. La présente étude évalue les achats alimentaires des Québécois au regard d'aliments baromètres, c'est-à-dire des aliments ou groupes d'aliments nutritifs ou moins nutritifs, qui sont distribués massivement dans les commerces alimentaires et qui posent des préoccupations de santé publique. Elle mesure aussi la part que ces aliments représentent par rapport au total des achats alimentaires annuels effectués entre 2006 et 2010.

Les données de la présente étude proviennent de la base de données MarketTrack d'ACNielsen et concernent les ventes d'aliments en volumes et en dollars dans la grande distribution au détail pour les années 2006 à 2010. Ces données sont obtenues en lecture optique dans les grands supermarchés d'alimentation, les pharmacies et les magasins à grande surface du Québec. Les données ont été fournies et validées par la Division des études et des perspectives économiques du Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec.

Les résultats ont indiqué que les achats en dollars de la grande majorité des groupes d'aliments ont augmenté de façon significative entre 2006 et 2010. Ces hausses sont attribuables en grande partie à l'augmentation des volumes d'achats des Québécois, compte tenu de la croissance démographique, mais aussi à la hausse du prix des aliments. Les fruits et les légumes représentent la plus grande part des achats alimentaires moyens (19 %), suivis de près par les viandes et leurs substituts (17 %), les

produits laitiers et leurs substituts (15 %) et finalement par les produits céréaliers (13 %). Les boissons sucrées et les grignotines ont contribué à près du dixième des achats alimentaires entre 2006 et 2010.

La contribution de certains aliments ou groupes d'aliments aux achats annuels totaux a été examinée et a permis de cerner les aliments les plus contributeurs ou populaires auprès des Québécois. Bien que la contribution des fruits et des légumes à ces achats ait été similaire en dollars, les volumes d'achats des légumes ont été supérieurs à ceux des fruits. Les achats de jus de fruits ont aussi augmenté, que ce soit en dollars ou en volumes. La popularité de la volaille est toujours croissante auprès des Québécois alors qu'ils semblent consommer moins de bœuf. Le volume d'achats des charcuteries, dont le contenu en graisses saturées est généralement élevé, semble s'être stabilisé. À l'inverse, les Québécois semblent vouloir intégrer davantage le tofu et les légumineuses en conserve dans leur alimentation car ces aliments ont connu une croissance au cours de la période étudiée. Soulignons que le Guide alimentaire canadien de 2007 encourage fortement la consommation de ces substituts de viande.

Au regard des produits laitiers, la croissance des achats de yogourt a été manifestée à la fois au niveau des achats en dollars et en volumes, une plus grande variété de yogourts étant d'ailleurs offerte aux Québécois. De plus, ils sont davantage publicisés dans les médias qu'il y a 10 ans et les prix sont aussi plus abordables. Pour les produits céréaliers, les achats de pain blanc par rapport à ceux des autres pains à grains entiers demeurent plus élevés malgré la très grande offre de pains faits de grains entiers sur le marché québécois. Les achats des pains plats ont connu aussi une hausse significative. Les données n'ont pas révélé de tendances significatives pour les achats de boissons

sucrées entre 2006 et 2010. Les boissons gazeuses figurent parmi les boissons sucrées les plus achetées dans les marchés d'alimentation étudiés. Enfin, les volumes d'achats des repas prêts-à-manger réfrigérés ont connu une hausse au cours de la période alors que ceux des repas congelés sont restés stables.

Cette étude a situé l'importance de certains aliments ou groupes d'aliments nutritifs ou de ceux qui le sont moins parmi les achats alimentaires des Québécois et qui peuvent contribuer à la santé ou, au contraire, à certains problèmes de santé et qui nécessitent donc une surveillance particulière.

Introduction

Les Québécois consacrent environ 12 % de leur revenu aux achats alimentaires (Statistique Canada, 2011). Leurs habitudes d'achat se font majoritairement dans des supermarchés où une très grande gamme de produits leur est offerte. Qu'achètent-ils alors? Leurs achats sont-ils stables ou se sont-ils modifiés au cours des dernières années? Qu'en est-il de leurs achats d'aliments nutritifs comparativement aux aliments qui le sont moins?

L'enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes (ESCC 2.2) conduite en 2004 a permis de mettre à jour les données sur la consommation alimentaire des Québécois et cela, à la lumière des recommandations du Guide alimentaire canadien (Bédard, 2008; Blanchet, 2009). Les données de cette enquête ont révélé des lacunes alimentaires et nutritionnelles, certaines étant parfois alarmantes comme les apports excessifs en sodium pour près de 90 % des Québécois. Or, certains programmes tels que le programme Mélior au Québec ou les activités de Santé Canada et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada pour la réduction du sodium dans les aliments, ont été mis en place au cours des années et visent à améliorer la qualité nutritionnelle des aliments offerts aux Canadiens et aux Québécois (Mélior, 2013; Kuran, 2013). L'application de ces programmes exige avant tout une bonne connaissance des habitudes de consommation des individus et donc de leurs achats d'aliments et de breuvages.

Les Québécois seraient de plus en plus nombreux à choisir des aliments en fonction de leur contenu nutritionnel, comme leur faible teneur en matières grasses ou en sucre, ou selon leur mode de production et de préparation. Ils accordent aussi plus de valeur aux

produits frais et s'interrogent sur la valeur nutritive des nouveaux produits (Couture, 2005; Robitaille, 2012). Comme ils disposent de moins de temps pour préparer les repas, ils choisissent aussi les aliments en fonction du temps de leur préparation et ils sont de plus en plus nombreux à acheter des aliments ou des repas déjà préparés, qu'ils soient frais ou congelés.

Les Québécois ont aussi été sensibilisés à la saine alimentation de diverses façons depuis 2004. Une nouvelle version du Guide alimentaire canadien a été publiée en 2007 et ce nouveau guide tient compte des priorités de la santé publique (Santé Canada, 2007a). Notons aussi que depuis 2007, l'étiquetage nutritionnel sur tous les aliments pré-emballés est obligatoire au Canada (Santé Canada, 2007b). Au Québec, il faut souligner le lancement en 2006 du Plan d'action gouvernemental de promotion de saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012, investir dans l'avenir (ou PAG), qui propose des actions pour promouvoir les saines habitudes de vie (MSSS, 2006).

La présente étude porte sur les achats alimentaires des Québécois et fournit des informations pouvant être utilisées par les nutritionnistes, les décideurs et acteurs œuvrant dans les secteurs de la santé, de l'agroalimentaire ou de la transformation et de la distribution alimentaire.

Objectifs de l'étude

L'étude vise à :

1. Évaluer les achats alimentaires des Québécois au regard de certains aliments ou groupes d'aliments nutritifs ou moins nutritifs et distribués massivement dans les commerces alimentaires du Québec;
2. Mesurer la part que certains aliments ou groupes d'aliments représentent par rapport au total des achats alimentaires annuels, sur une période de 5 ans, soit de 2006 à 2010.

Méthodologie

Sélection des aliments ou groupes d'aliments à l'étude

En plus d'être distribués massivement, les aliments sélectionnés pour la présente étude devaient avoir une contribution significative sur le plan nutritionnel, que ce soit de façon positive ou non. En effet, en utilisant les données populationnelles les plus récentes sur la consommation alimentaire et les apports nutritionnels des Québécois, les aliments ont été sélectionnés sur la base de leur contribution aux apports en nutriments essentiels ou à l'inverse, s'ils contribuaient significativement aux apports en matières grasses, en sucre ou en sel (Bédard, 2008; Blanchet, 2009). Les résultats de l'ESCC ont entre autres révélé qu'en 2004, les Québécois étaient nombreux à ne pas consommer quotidiennement au moins 5 portions de légumes et de fruits. De plus, une grande proportion d'entre eux consommait moins de deux portions de produits laitiers par jour et leurs apports en calcium et en vitamine D en étaient négativement affectés. La conjugaison de la faible consommation de fruits et légumes avec celle tout aussi insuffisante de produits céréaliers à grains entiers a été reflétée dans les faibles apports en fibres alimentaires. Pour ce qui est des viandes ou de leurs substituts, les niveaux de consommation étaient suffisants pour la plupart des Québécois mais leur consommation de substituts comme le tofu ou les légumineuses était encore faible. Au regard des aliments moins nutritifs, les boissons gazeuses et les grignotines avaient été consommées par un grand nombre d'adultes et de jeunes québécois et ces boissons contribuaient significativement aux apports en calories, en glucides et en gras. Des apports excessifs en sodium ont été observés chez plus de 90 % des Québécois et les aliments transformés en étaient la principale source.

Une première sélection d'aliments ou de groupes d'aliments a donc été réalisée, notamment ceux figurant dans les quatre groupes alimentaires du Guide alimentaire canadien (GAC). Les matières grasses, les repas préparés ou prêts-à-manger les grignotines et boissons sucrées ont aussi été sélectionnés à cause de leur popularité chez les Québécois.

Les aliments ou groupes d'aliments qui ont été sélectionnés pour la présente étude représentent 82 % du total des achats alimentaires en dollars effectués

entre 2006 et 2010. Les autres aliments qui n'ont pas été sélectionnés représentent donc 18 % des achats alimentaires. Ce sont par exemple les condiments, les produits pour cuisiner, les desserts comme les tartes, les poudings ou autres préparations à desserts, et finalement les bières, vins, cidres et les eaux plates ou gazeuses.

Données ACNielsen

Source des données

Les données de la présente étude proviennent des estimations des ventes d'aliments au Québec en volumes et en dollars pour les années 2006 à 2010 inclusivement. Les données ont été tirées de la base de données MarketTrack d'ACNielsen (Hitayezu, 2010). Ces données sont extraites d'un échantillon de magasins dans les bannières de détail et présentent l'information de ventes en lecture optique fournies à ACNielsen. Les données ACNielsen proviennent de trois grandes sources :

1. Des grands marchés d'alimentation du Québec, soit les supermarchés affiliés à Sobeys Canada Inc. (IGA, Sobeys), Métro Inc. (Super C, Métro, Loeb), Co-op Atlantic (Co-op) et Loblaw Companies Ltd (Loblaw, Provigo et Maxi&Cie)
2. Des pharmacies produisant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1 million de dollars
3. Des magasins à grande surface ou à rayons (dont Walmart et Zellers).

Il est important de noter que les données et les calculs de la présente étude n'incluent pas les achats d'aliments dans les dépanneurs, les magasins à un dollar, les petites épiceries de quartier, les boulangeries artisanales ainsi que les boucheries ou les poissonneries indépendantes. Les détails concernant la méthode d'échantillonnage utilisée par ACNielsen ont été documentés ailleurs (Hitayezu, 2010). Brièvement, la stratification est effectuée par région géographique, taille de ville et types de magasins. Les données d'ACNielsen ont été vérifiées et validées par la Division des études et des perspectives économiques du MAPAQ. Les résultats peuvent être généralisés à la population québécoise car les données ont été collectées sur l'ensemble du territoire québécois et représentent 70 % des ventes alimentaires.

Description des données ACNielsen

Les variables à l'étude sont des données de ventes totales annuelles en dollars et en volumes pour les aliments sélectionnés. Le terme « Dollar » se rapporte à la valeur des ventes enregistrées au lecteur optique aux caisses enregistreuses, selon le prix moyen pondéré des marchandises vendues pendant la période (Hitayezu, 2009). Les prix sont pondérés selon la valeur des unités vendues chaque jour, au prix de ce jour. Le terme « Volume » est le volume des ventes de l'aliment ou du groupe d'aliments rapporté dans une mesure d'équivalence. Cette mesure varie selon la catégorie de produits, et le volume physique peut être différent pour chaque catégorie dans le rapport.

Analyse des données

Pour chaque catégorie de produits, les résultats sont exprimés sous forme de moyennes des données annuelles pour chacune des années à l'étude. Notons que certains regroupements d'aliments ont été effectués par ACNielsen et que parfois il n'a pas été possible d'analyser plus en détail les achats pour certains aliments. Aussi, l'analyse des volumes d'achats a été effectuée sur de plus petits regroupements d'aliments car les volumes des aliments frais diffèrent de ceux des aliments en conserve ou congelés.

L'évolution des achats alimentaires entre 2006 et 2010 en dollars puis en volumes a été vérifiée. Des proportions ont aussi été calculées en vue de connaître la contribution des achats de certains aliments par rapport à un regroupement d'aliments ou au total des achats alimentaires, par exemple la contribution (en proportion) des achats en dollars du pain blanc par rapport au total des achats de produits de boulangerie. Pour chaque

aliment ou regroupement d'aliments, la moyenne des proportions des achats annuels en dollars et en volumes qu'ils représentent dans une catégorie donnée a été calculée globalement pour les 5 années et pour chaque année séparément. Certains rapprochements ont été effectués entre les valeurs des achats en dollars avec celles des volumes. Afin de mesurer l'évolution des proportions entre 2006 et 2010, nous avons calculé les différences relatives de ces proportions entre ces années. Le modèle de régression linéaire a été utilisé pour la modélisation des proportions en fonction des années. Une analyse de régression linéaire a été réalisée pour l'étude des tendances en ajustant des modèles de régression linéaire et en considérant successivement les dollars et les volumes en variables dépendantes selon l'année, en variable indépendante. Enfin, les différences ou résultats ont été interprétés comme étant significatifs au seuil de 0,05 ($p < 0,05$).

Résultats

La figure 1 illustre pour les principaux groupes d'aliments étudiés, la proportion moyenne qu'ils ont représentée respectivement par rapport aux achats alimentaires annuels en dollars effectués entre 2006 et 2010. On remarque donc que les fruits et les légumes représentent la plus grande part des achats alimentaires moyens (19 %), suivis de près par les viandes et leurs substituts (17 %), les produits laitiers et leurs substituts (15 %) et finalement par les produits céréaliers (13 %). Les boissons sucrées (boissons gazeuses, boissons aux fruits, thés glacés, boissons isotoniques, etc.) et les grignotines (croustilles, sucreries) ont contribué en moyenne à près du dixième des achats alimentaires entre 2006 et 2010, les mets prêts-à-manger 4 %, les sauces et vinaigrettes, 3 % et les matières grasses à 2 %.

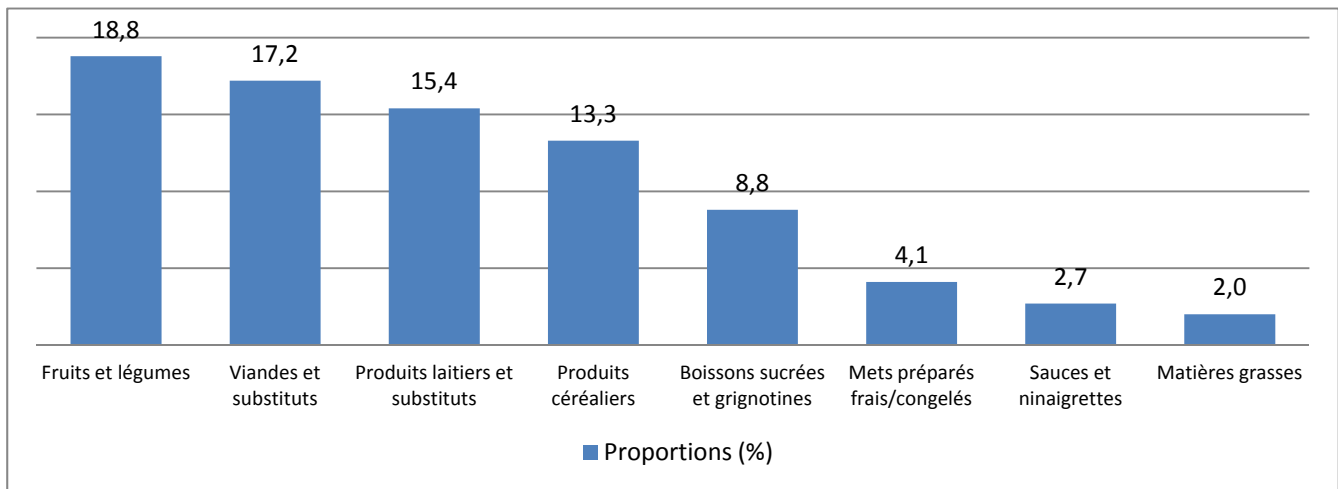


Figure 1 Proportions moyennes qu'ont représentées les achats des groupes d'aliments sélectionnés par rapport aux achats alimentaires annuels moyens entre 2006 et 2010

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ. Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Fruits et légumes

Achats en dollars

Les tendances des achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010 par aliments ou groupes d'aliments sont présentées au tableau 1 et la part en dollars que représentent spécifiquement les aliments ou groupes d'aliments par rapport à leur regroupement ou au total des achats alimentaires est détaillée au tableau 2. Les achats de fruits, de jus de fruits et de légumes effectués entre 2006 et 2010 ont connu une hausse significative en termes de dollars dépensés (tableau 1). Le tableau 2 montre que le groupe des fruits et des légumes est celui qui a contribué le plus en dollars au total des achats alimentaires (18,8 % ou 19 %) par rapport aux autres groupes d'aliments. Les légumes représentent près de la moitié (49 %) des achats pour le groupe des fruits et légumes, les fruits 37 % et les jus de fruits 13 %.

Les achats pour le groupe des fruits et légumes par rapport au total des achats annuels semblent avoir peu varié entre 2006 et 2010 ($p = 0,101$) (tableau 2). Cependant, la part en dollars des achats de fruits par rapport au total du groupe des fruits et légumes a significativement augmenté entre 2006 et 2010 ($p = 0,022$) alors que la part des jus de fruits ou des légumes ne semble pas avoir varié (tableau 2). Les légumes prêts-à-manger réfrigérés (salades ou légumes ensachés) représentent en moyenne près de 10 % des légumes achetés et leur contribution aux achats de

légumes a augmenté de 29 % ($p = 0,043$) entre 2006 et 2010. Notons aussi que les pommes de terre frites ou rissolées congelées ont représenté en moyenne 45 % des achats de légumes congelés, passant de 36 % en 2006 à 50 % en 2010, ce qui représente une augmentation de 39 %.

Achats en volumes

Comme mentionné auparavant, d'autres regroupements d'aliments ont été formés pour les volumes d'achats car le volume des aliments varie fortement selon qu'ils soient achetés frais, en conserve ou congelés. Les tendances des volumes d'achats alimentaires entre 2006 et 2010 sont présentées au tableau 3. On remarque que les volumes d'achats de fruits et de légumes frais ont été stables au cours de cette période alors que ceux des jus de fruits ont connu une augmentation. À l'inverse, les volumes d'achat de fruits en conserve ont diminué alors que ceux des légumes sont restés stables. Il en est de même pour les fruits et les légumes congelés bien qu'on observe une tendance à la hausse du volume d'achats des fruits congelés.

Lorsqu'on se réfère aux volumes d'achats de fruits et légumes entre 2006 et 2010 en termes de proportions par rapport aux regroupements formés, on constate au

tableau 4 que les proportions moyennes se répartissent comme suit : 46,5 % ou 47 % pour les fruits frais, 53,5 ou 54 % pour les légumes, les légumes préparés représentant près de 6 % des volumes d'achats de légumes frais. Les jus de fruits réfrigérés sont un peu plus populaires que les jus de fruits en conserve mais la part qu'ils ont représentée par rapport aux jus en conserve est passée de 53 % à 49 % entre 2006 et 2010 alors que celle des jus en conserve est passée de 47 % à 51 % ($p = 0,010$). Les légumes en conserve occupent une plus grande part des volumes d'achats que les fruits en conserve et leur part respective n'a pas varié au cours de la période. On observe des résultats semblables pour les

légumes et les fruits congelés bien que la proportion des volumes d'achats pour les fruits congelés apparaît plus élevée en 2010 par rapport à celle de 2006, la différence relative se chiffrant d'ailleurs à 67 % lors que celle des légumes congelés est de -5 % ($p = 0,064$).

La distribution des achats de jus de fruits de 2006 à 2010 est illustrée à la figure 2. Comme mentionné plus haut, les achats en dollars et en volumes de jus de fruits ont significativement augmenté. Toutefois, leur part d'achats en dollars par rapport au groupe des fruits et légumes est restée la même, ceci témoignant d'une hausse concomitante des achats de fruits et de légumes.

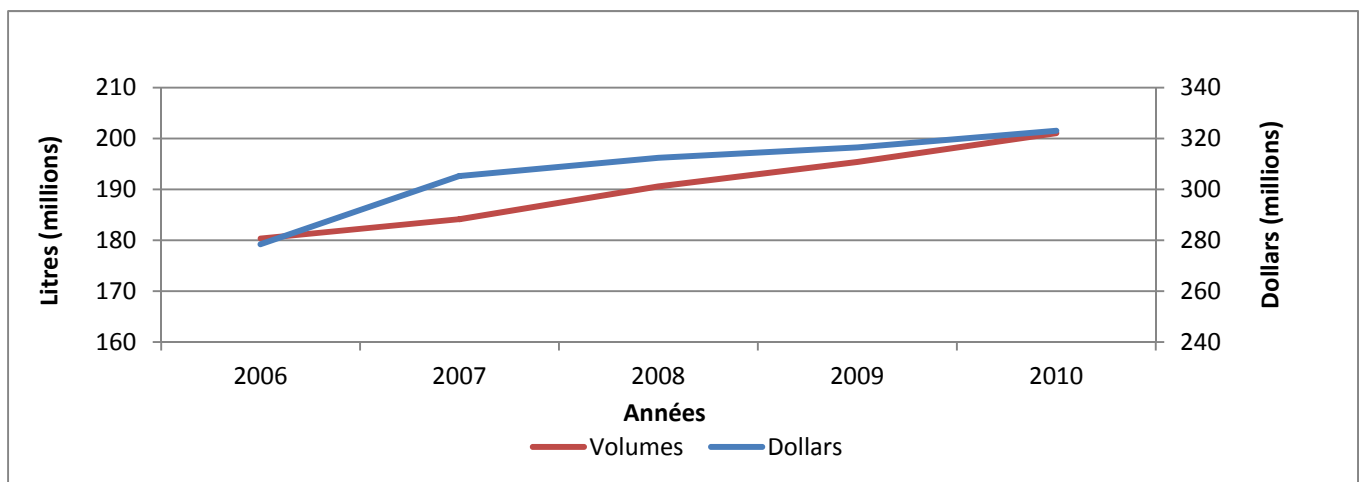


Figure 2 Distribution des achats de jus de fruits de 2006 à 2010 en volumes (litres) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Produits céréaliers

Achats en dollars

Globalement, les achats en dollars de produits céréaliers ont significativement augmenté entre 2006 et 2010 (tableau 1). Toutefois, certains achats de produits de boulangerie fraîche comme le pain de blé entier ou de grains entiers, les céréales à déjeuner, les pâtes alimentaires et les biscuits sucrés sont restés stables au cours de cette période. Les achats de pain blanc ont connu une hausse significative ainsi que ceux pour les pains plats comme les pains pita ou les tortillas, les barres granola ou muffins, les craquelins ainsi que les autres produits secs de boulangerie. On observe une baisse significative des pains biologiques et des pains aromatisés (pains à la cannelle par exemple). Comme mentionné plus haut, les produits céréaliers ont contribué en moyenne à 13 % du total des achats

alimentaires entre 2006 et 2010 et cette contribution n'a pas significativement varié durant ces années (tableau 2). La boulangerie fraîche a représenté 48 % des achats de produits céréaliers et n'a pas varié non plus au cours de la période étudiée. Il en est de même pour le pain blanc ou les pains de grains entiers. On remarque toutefois que le pain blanc contribue davantage (27 %) aux achats de boulangerie fraîche que les pains de blé ou de grains entiers (16,5 % ou 17 %). Les pains plats semblent contribuer de plus en plus aux achats en dollars de boulangerie fraîche, affichant une augmentation de 30 % entre 2006 et 2010 ($p = 0,004$). À l'inverse, on observe que les biscuits sucrés ont moins contribué aux achats de produits secs de boulangerie durant cette période.

Achats en volumes

Bien que les achats en dollars pour le pain blanc aient augmenté entre 2006 et 2010, leur volume d'achats est resté stable (tableau 3), ceci reflétant probablement une augmentation du prix du pain blanc. De plus, la part en volume d'achats que le pain blanc occupait parmi les produits de boulangerie, soit de 27 %, n'a pas varié significativement au cours de cette période (tableau 4).

Par contre, il semble que les volumes d'achat du pain de blé entier ou à grains entiers aient diminué. La popularité croissante des pains plats, des nouveaux craquelins et des barres granola ou de muffins est encore démontrée par leur volume d'achats respectif qui s'est accru entre 2006 et 2010 (tableau 3). En effet, on note par exemple une différence relative, c'est-à-dire une hausse de 54 %, quant à la part des pains plats dans les volumes d'achats des produits de boulangerie.

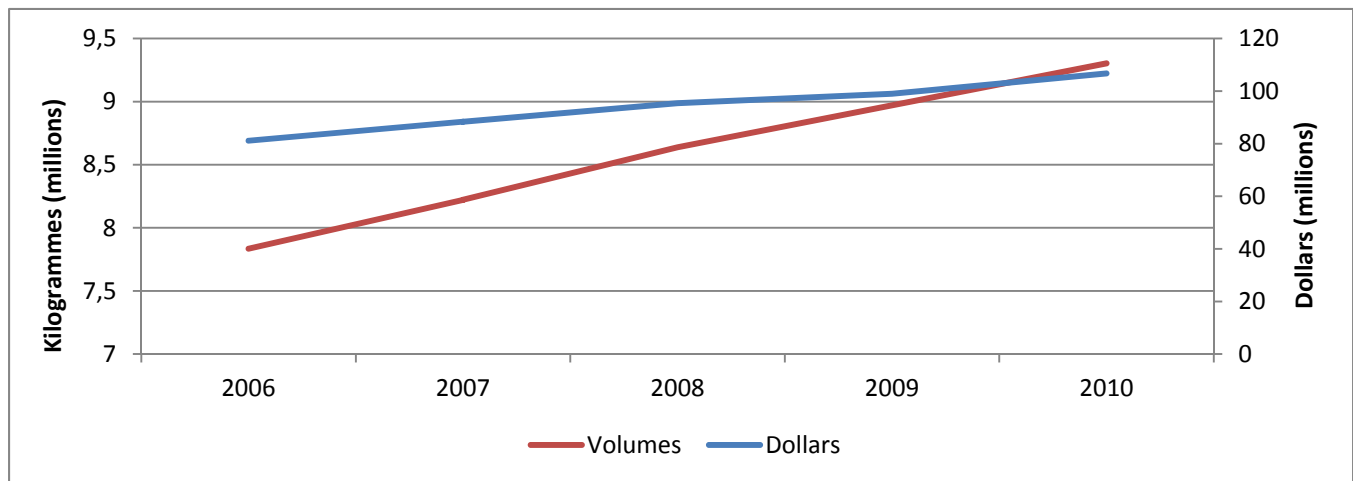


Figure 3 Distribution des achats de collations granola ou de muffins en barres de 2006 à 2010 en volumes (kg) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Produits laitiers et substituts

Achats en dollars

Les achats en dollars de produits laitiers et leurs substituts ont significativement augmenté entre 2006 et 2010 (tableau 1). Les produits laitiers arrivent au troisième rang pour leur contribution (15 %) aux achats alimentaires des Québécois (tableau 2). À l'exception des fromages, tous les produits laitiers ont connu une hausse significative en termes d'achats en dollars pendant cette période. Quant à la part que chaque produit occupe par rapport au total des achats de produits laitiers et leurs substituts, on constate au tableau 2 que le lait de base (lait entier, 2 %, 1 %, écrémé) a représenté 18 % des achats. En outre, le lait de base représente 60 % des achats de lait frais et les laits spécialisés, 40 % (laits oméga-3, lait avec ajout de calcium, laits de poule, lait au chocolat, etc.). Par rapport aux achats totaux de produits laitiers, le yogourt et les boissons de soja ont été les seuls produits à connaître une augmentation significative

de leur part en dollars entre 2006 et 2010. En ce qui concerne les fromages, on remarque aussi au tableau 2 que la part qu'ils occupent parmi les achats totaux de produits laitiers est élevée et s'est chiffrée en moyenne à 43 % durant cette période, ce qui signifie qu'à eux seuls et malgré leur prix relativement élevé, ils représentent près de la moitié des dollars déboursés par les Québécois pour l'achat de produits laitiers.

Volumes d'achats

Le tableau 3 indique que, mis à part les laits spécialisés et les fromages dont les volumes d'achats semblent être restés stables entre 2006 et 2010, ceux des autres produits laitiers ont augmenté pendant cette période. Quant à la part respective en volume d'achats qu'occupe chaque produit laitier par rapport au total du groupe, celle du lait de base (46 %) est restée stable entre 2006 et 2010. Cependant, on note une baisse de 7 % de la contribution des laits spécialisés et, à l'inverse, des hausses significatives des parts occupées par le yogourt

(16 %) et les boissons de soja (33 %). Bien que les fromages constituent une part importante (43 %) des achats en dollars de produits laitiers (tableau 2), ils ne représentent en moyenne que 11 % du volume d'achats en produits laitiers (tableau 4).

La figure 3 illustre la distribution des achats boissons de soja en volumes et en dollars entre 2006 et 2010. On remarque donc une hausse constante des achats en volumes et en dollars. Les boissons de soja font partie des nouveaux aliments que les Québécois semblent introduire progressivement dans leur alimentation.

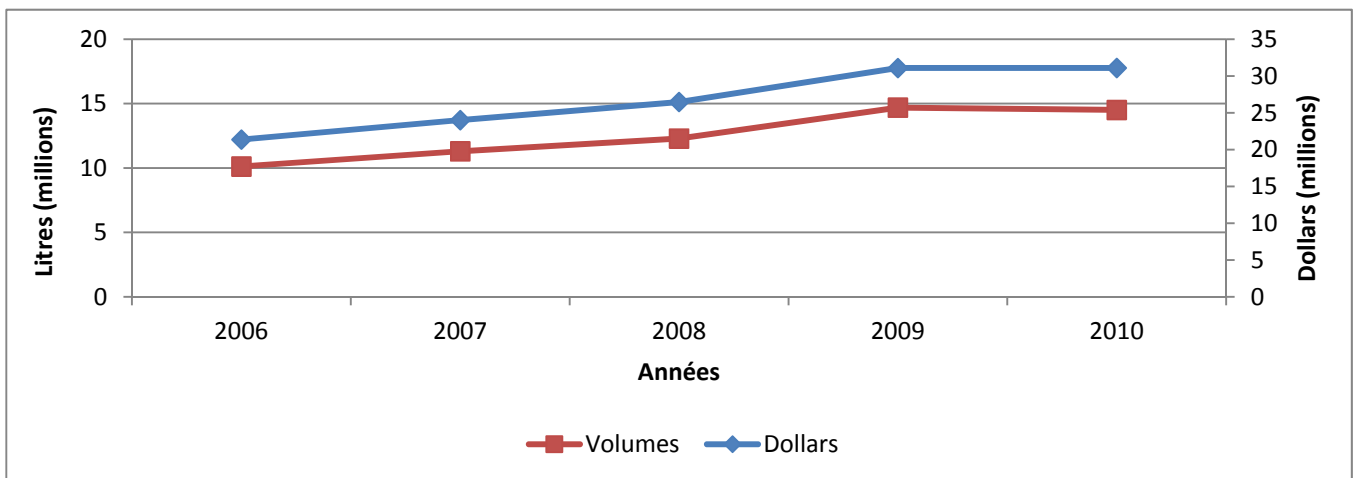


Figure 4 Distribution des achats de boissons de soja de 2006 à 2010 en volumes (litres) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Viandes et substituts

Achats en dollars

Les achats en dollars de viandes ou leurs substituts ont connu une hausse significative entre 2006 et 2010, à l'exception des achats de viandes comme celles du veau, de l'agneau ou de gibier, et des achats d'œufs (tableau 1). Rappelons que les poissons et fruits de mer frais ne font pas partie des données collectées par ACNielsen. Les achats du groupe des viandes et substituts ont représenté en moyenne 17 % des achats alimentaires totaux au cours de cette période (tableau 2), et la contribution des viandes à ces achats a été de 68 %. La part du bœuf parmi les achats de viande est de 31 %, suivie de celle des charcuteries (22 %), de la volaille (18 %) et du porc (11 %). La part de la volaille dans les achats de viande s'est accrue de 7 % entre 2006 et 2010 et cette hausse est significative. Bien que les contributions du tofu et des légumineuses par rapport au

total des achats du groupe ne soient de 0,7 % et 0,2 % respectivement, les achats en dollars de ces deux types d'aliments ont significativement augmenté au cours de la période. De plus, les parts que le tofu et les légumineuses ont représentées par rapport au groupe des viandes et des substituts se sont accrues de 32 % et 20 % respectivement au cours des cinq années étudiées.

Achats en volumes

Le tableau 3 indique que le volume d'achats des viandes fraîches et congelées a significativement augmenté entre 2006 et 2010. Il en est de même pour la volaille, les œufs, le tofu et les légumineuses. Au regard des autres viandes ou des poissons en conserve ou congelés, leur volume d'achats respectif semble être demeuré stable. La figure 4 illustre la hausse constante des achats de tofu, en volumes d'achats (kg) et en dollars, la part du tofu en volumes d'achats par rapport aux autres types d'aliments du groupe des viandes et substituts s'est accrue de 45 % pendant cette période.

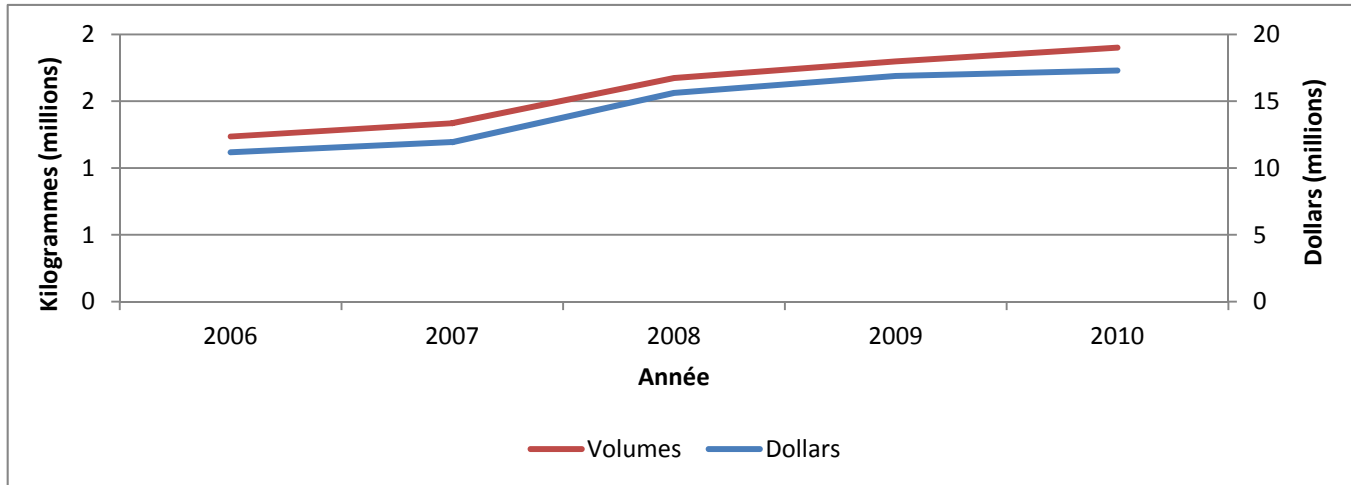


Figure 5 Distribution des achats de tofu de 2006 à 2010 en volumes (kg) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Matières grasses

Achats en dollars

Bien que les matières grasses ne représentent qu'une petite part des achats alimentaires en dollars, leur importance n'en demeure pas moins grande dans l'alimentation des Québécois. On constate au tableau 1 que les achats en dollars des matières grasses ont significativement augmenté entre 2006 et 2010 ($p = 0,03$). Toutefois, le tableau 2 indique que leur part (2 %) par rapport aux achats alimentaires totaux est restée stable durant cette période. Les achats de gras à tartiner (beurre et margarine) et des huiles ont aussi augmenté et ils ont représenté 73 % et 23 % respectivement des achats de matières grasses. Les achats de beurre et autres tartinades laitières ont représenté 45 % des achats de matières grasses et la margarine, 28 %, la part de celle-ci ayant augmenté de 14 % au cours de la période alors que celle du beurre a diminué de 8 % (tableau 2). Les achats en dollars de saindoux n'ont pas varié (tableau 1) mais leur contribution aux achats de matières grasses a diminué de 9 % au cours de la période. Au regard des achats d'huiles végétales, ils ont augmenté mais leur contribution moyenne (23 %) aux achats de matières grasses est restée la même entre 2006 et 2010. Notons que l'huile d'olive a représenté 53 % des achats d'huiles végétales et, comme l'illustre la figure 6, les achats d'huile d'olive ont significativement augmenté pendant les cinq années étudiées.

Achats en volumes

Le tableau 3 indique que les volumes d'achats des matières grasses, en particulier ceux des gras à tartiner et du saindoux, ont diminué entre 2006 et 2010. À l'inverse, celui de l'huile d'olive a significativement augmenté et sa contribution parmi les achats de matières grasses s'est accrue de 46 % durant cette période (tableaux 3 et 4). La figure 5 illustre la distribution des achats d'huile d'olive en dollars et en volumes de 2006 à 2010. On observe une hausse constante des volumes d'achats alors que pour les achats en dollars, on note une augmentation plus marquée des achats entre 2006-2007 et 2008-2009 et une certaine stabilisation entre les autres années. Concernant des gras à tartiner (beurre et margarine), on voit au tableau 3 qu'entre 2006 et 2010, les volumes d'achats du beurre sont restés stables avec une tendance à la baisse. Les volumes d'achats de la margarine semblent aussi être restés stables mais avec une tendance à la hausse entre 2006 et 2010. Par rapport aux volumes totaux de matières grasses achetées, les volumes d'achats des margarines ont été en moyenne supérieurs à ceux du beurre (38 % c. 31 %). En outre, lorsqu'on vérifie la proportion que représente chacun de ces types de gras en tant que gras à tartiner, celle de la margarine se chiffre à 56 % et celle du beurre à 44 %.

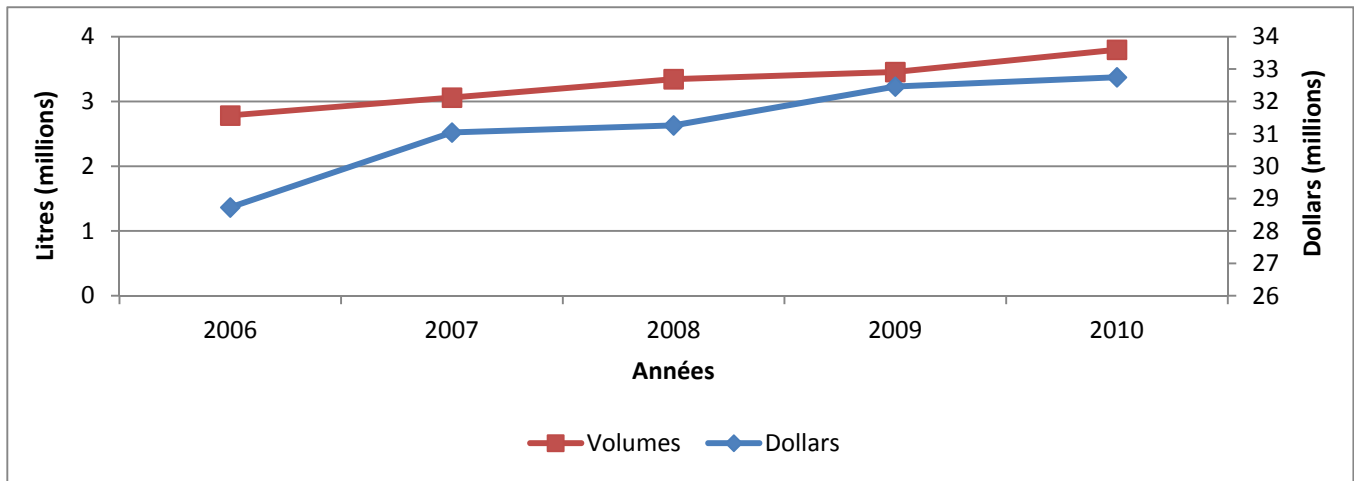


Figure 6 Distribution des achats d'huile d'olive de 2006 à 2010 en volumes (litres) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Mets prêts-à-manger, réfrigérés ou congelés

Achats en dollars

Les achats en dollars des mets ou repas prêts-à-manger ont augmenté entre 2006 et 2010 et ils ont représenté 4 % du total des achats alimentaires effectués durant cette période. Les achats des mets réfrigérés et ceux des pizzas congelées ont connu une hausse alors que ceux des repas congelés semblent être restés stables. On remarque au tableau 2 que la part de ces derniers parmi les achats de mets préparés a diminué de 15 % au cours des cinq années.

Achats en volumes

Mis à part les volumes d'achats des repas congelés qui sont restés stables, ceux des repas réfrigérés et des pizzas ont significativement augmenté entre 2006 et 2010 (tableau 3). Il est toutefois difficile d'interpréter les volumes d'achats de ces nombreux types de mets car leurs volumes varient grandement. On remarque toutefois que la part des pizzas congelées par rapport aux volumes d'achats des mets préparés aurait augmenté de 79 % entre 2006 et 2010 (tableau 4) et on observe aussi une tendance à la hausse pour la part des repas réfrigérés, soit une hausse potentielle de 66 % (valeur $p = 0,061$). La figure 7 illustre les achats de mets préparés, qu'ils soient frais ou congelés et montre bien que les volumes d'achats de ce type d'aliments étaient à la hausse entre 2006 et 2010.

Vinaigrettes, mayonnaises, sauces et soupes

Achats en dollars

Le tableau 1 indique que les achats des vinaigrettes, mayonnaises et sauces pour cuisson (sauces BBQ, sauces pour viandes et marinades) ont significativement augmenté entre 2006 et 2010 alors que ceux des soupes, en particulier les soupes en conserve, sont restés stables. Quant aux achats de soupes déshydratées, ils ont diminué durant cette période. On remarque aussi au tableau 2 que la part qu'ont occupée les vinaigrettes et mayonnaises, les sauces ou les soupes dans les achats alimentaires n'a pas varié au cours de la période.

Achats en volumes

Le tableau 3 indique que seuls les volumes d'achats des sauces pour cuisson ont augmenté entre 2006 et 2010, les volumes d'achats des vinaigrettes ou des soupes étant restés stables.

On observe toutefois une tendance à la hausse des volumes d'achats de mayonnaises, et à la baisse de celui des soupes.

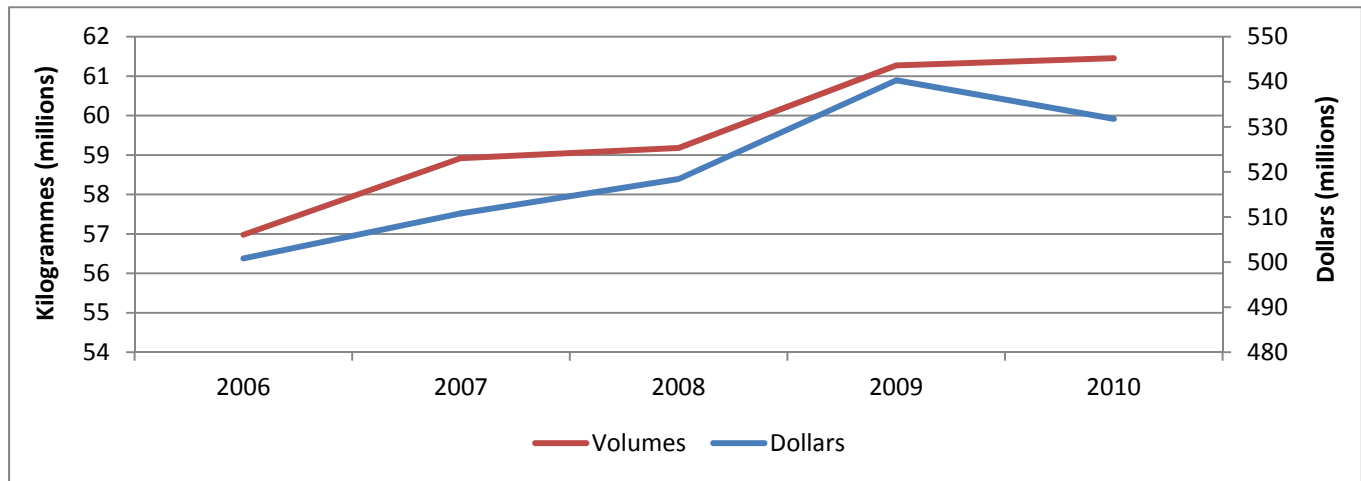


Figure 7 Distribution des achats de mets prêts-à-manger de 2006 à 2010 en volumes (kg) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Boissons sucrées et grignotines

Achats en dollars

Les boissons sucrées incluent les boissons gazeuses et les autres boissons sucrées comme les breuvages ou boissons aux fruits, les punches et les thés glacés, les boissons pour sportifs, etc. Il est important de se rappeler que les achats de boissons sucrées et de grignotines effectués dans les dépanneurs, les petits marchés d'alimentation sans bannières et les services alimentaires incluant les restaurants ne font pas partie de la présente étude. Les achats présentés ici ne représentent donc qu'une partie des achats de boissons sucrées et de grignotines effectués par les Québécois (référer section 2.2.1). Comme nous pouvons le constater au tableau 1, les achats de boissons sucrées semblent avoir été stables entre 2006 et 2010 et ces boissons ont représenté en moyenne près de 4 % des achats alimentaires (tableau 2). Les boissons gazeuses ont davantage contribué à ces achats, soit dans une proportion de 64 % alors que les autres boissons sucrées y ont contribué dans une proportion de 36 %.

Au regard des achats en dollars de grignotines, la part qu'elles ont représentée par rapport au total des achats effectués entre 2006 et 2010 a été de 5 %. Les grignotines sucrées et salées contribuent de façon semblable aux achats totaux de grignotines, soit dans des proportions de 50 % chacune. Or, la part des

grignotines sucrées a diminué de 3 % au cours de la période alors que celle des grignotines salées a augmenté dans une pareille proportion, soit de 3 %.

Achats en volumes

Globalement, le volume d'achats des boissons sucrées ne semble pas avoir varié significativement entre 2006 et 2010 (tableau 3). On constate aussi au tableau 4 que les boissons gazeuses ont représenté en moyenne 72 % des volumes d'achats de boissons sucrées comparativement à 28 % pour les autres boissons sucrées et ces proportions sont demeurées relativement stables entre 2006 et 2010. Tel que l'illustre la figure 8, il y a eu une baisse des achats de boissons sucrées entre 2006 et 2008, à la fois en volumes et en dollars, puis une hausse au cours des années suivantes.

La baisse des volumes suivie de la hausse peut alors expliquer pourquoi on observe des volumes d'achats stables entre 2006 et 2010 (effet de l'un, la baisse, annulé par l'autre, la hausse).

Enfin, on constate une fois de plus aux tableaux 3 et 4 que les grignotines sucrées semblent un peu moins populaires auprès des Québécois que les grignotines salées car leur volume d'achats a significativement diminué entre 2006 et 2010 alors qu'on observe une tendance inverse pour les grignotines salées.

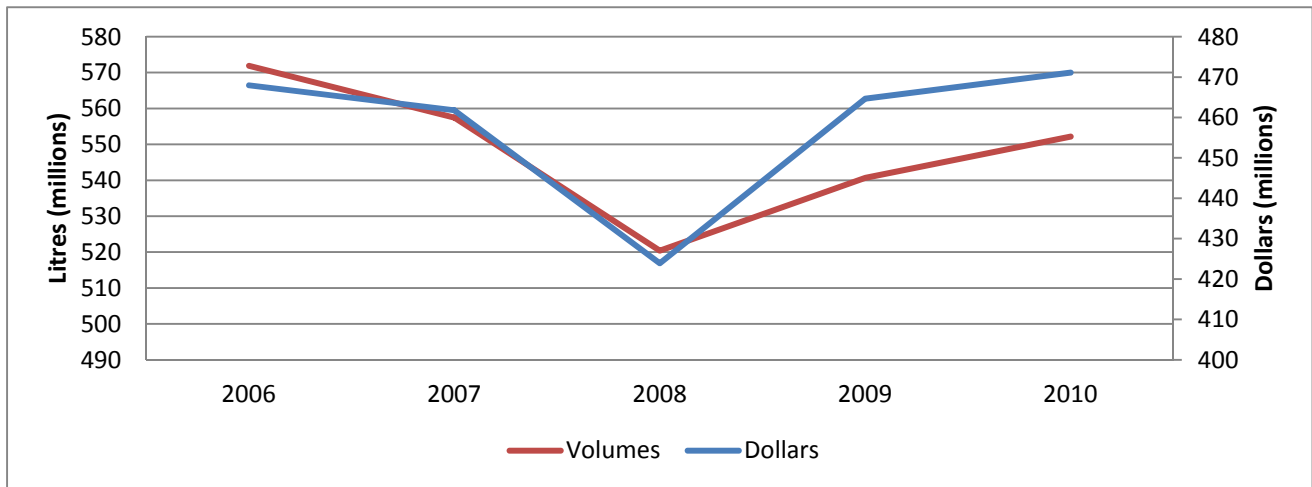


Figure 8 Distribution des achats de boissons sucrées de 2006 à 2010 en volumes (l) et en dollars

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

Tableau 1 Tendances des achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010

Aliment/Groupe d'aliments	Augmentation	Diminution	Stable	Valeur-p [†]
Fruits et légumes	√			0,002
Fruits	√			0,004
Fruits frais	√			0,004
Jus de fruits frais et conserve	√			0,028
Légumes	√			0,002
Légumes frais	√			0,008
Légumes préparés	√			0,008
Pommes de terre congelées			√-	0,070
Produits céréaliers	√			0,022
Boulangerie fraîche			√	0,196
Pain blanc	√			0,005
Pain de blé ou de grains entiers			√	0,179
Autres pains (bio, cannelle, etc.)		√		0,023
Pains plats	√			0,005
Pains hot dog-hamburger	√			0,019
Muffins - bagels	√			0,037
Céréales à déjeuner			√	0,067
Pâtes alimentaires			√	0,068
Produits secs de boulangerie	√			0,004
Granola et muffins en barres	√			0,0004
Biscuits sucrés			√	0,069
Craquelins	√			0,001
Produits laitiers et substituts	√			0,016
Lait de base	√			0,0007
Laits spécialisés	√			0,014
Lait frais (de base + spécialisés)	√			0,0009
Yogourts	√			0,003
Fromages			√	0,431
Crèmes	√			0,003
Boisson de sojas	√			0,005
Viandes et substituts^{††}	√			0,011
Bœuf	√			0,020
Volaille	√			0,003
Porc	√			0,037
Autres viandes (veau, agneau, etc.)			√	0,242
Total des viandes (fraîches–congelées)	√			0,016
Charcuteries	√			0,005
Œufs			√	0,303
Poissons en conserve/ congelés	√			0,009
Tofu	√			0,013
Légumineuses en conserve	√			0,004

Tableau 1 Tendances des achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010 (suite)

Aliment/Groupe d'aliments	Augmentation	Diminution	Stable	Valeur-p [†]
Matières grasses	√			0,030
Gras à tartiner	√			0,039
Beurre et tartinades laitières		√		0,009
Margarine	√			0,008
Saindoux			√	0,393
Huiles	√			0,036
Huile d'olive	√			0,017
Total des mets préparés	√			0,041
Repas prêts réfrigérés	√			0,023
Repas congelés			√-	0,699
Pizzas	√			0,007
Vinaigrettes-sauces-soupes				
Vinaigrettes et mayonnaises	√			0,017
Sauces pour la cuisson	√			0,002
Soupes			√	0,139
Soupes en conserve			√	0,809
Soupes déshydratées		√		0,007
Boissons sucrées			√	0,905
Boissons gazeuses			√	0,202
Autres boissons sucrées			√	0,392
Grignotines	√			0,0003
Grignotines sucrées	√			0,0007
Grignotines salées	√			0,001
Achats alimentaires annuels	√			0,004

Sources des données : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

[†] Différence statistiquement significative au seuil de 5 %.^{††} Les données ACNielsen n'incluent pas les achats de poissons ou de fruits de mer frais.

Tableau 2 Proportions des achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010

Aliment/Groupe d'aliments	Dénominateur	Proportion moyenne 2006-2010	Proportion 2006	Proportion 2010	Différence relative	Valeur-p [†]
Fruits et légumes	Total des achats en dollars	18,8	18,7	18,9	1,2	0,101
Fruits	Fruits et légumes	37,3	35,9	38,0	5,9	0,022
Jus de fruits	Fruits et légumes	13,3	13,3	13,0	-2,6	0,212
Légumes	Fruits et légumes	49,4	50,8	49,0	-3,5	0,120
Légumes préparés	Légumes	9,7	8,1	10,4	28,9	0,042
Pommes de terre congelées	Légumes congelés	45,6	36,1	50,4	39,4	0,040
Produits céréaliers	Total des achats en dollars	13,3	12,8	13,1	2,1	0,400
Boulangerie fraîche	Produits céréaliers	48,4	48,0	47,3	-1,5	0,407
Pain blanc	Boulangerie fraîche	27,4	27,7	29,9	7,9	0,265
Pain de blé ou de grains entiers	Boulangerie fraîche	16,5	17,7	16,1	-9,2	0,580
Petits pains (total)	Boulangerie fraîche	22,5	26,6	23,3	-12,7	0,730
Muffins - bagels	Boulangerie fraîche	4,1	4,1	4,2	1,9	0,362
Pain hot dog - Hamburger	Boulangerie fraîche	7,3	7,1	7,6	6,3	0,188
Pains plats	Boulangerie fraîche	4,2	3,7	4,8	29,5	0,004
Céréales à déjeuner	Produits céréaliers	15,8	16,6	16,5	-0,7	0,697
Pâtes alimentaires	Produits céréaliers	6,8	6,0	7,1	19,5	0,083
Produits secs de boulangerie	Produits céréaliers	25,4	25,8	25,5	-1,0	0,675
Biscuits sucrés	Produits secs de boulangerie	48,2	50,0	46,2	-7,8	0,009
Craquelins	Produits secs de boulangerie	18,9	18,9	19,1	1,3	0,217
Barres granola – muffins	Produits secs de boulangerie	22,2	21,0	23,7	12,6	0,007
Produits laitiers et substituts	Total des achats en dollars	15,4	15,5	15,2	-1,5	0,133
Lait de base	Produits laitiers et substituts	17,8	17,6	18,5	4,9	0,141
Laits spécialisés	Produits laitiers et substituts	11,9	11,8	12,0	1,6	0,160
Lait de base	Lait frais	59,9	59,8	60,7	-1,9	0,248
Yogourt	Produits laitiers et substituts	15,6	15,2	16,3	7,4	0,042
Fromages	Produits laitiers et substituts	42,5	43,5	41,0	-5,6	0,096
Crèmes	Produits laitiers et substituts	0,2	0,1	0,2	45,8	0,910
Boissons de soja	Produits laitiers et substituts	1,4	1,2	1,5	28,0	0,030
Viandes et substituts^{††}	Total des achats en dollars	17,2	16,9	17,2	1,8	0,554
Bœuf	Viandes et substituts	30,6	31,6	29,9	-5,3	0,097
Volaille	Viandes et substituts	18,0	17,4	18,7	7,4	0,005
Porc	Viandes et substituts	10,8	11,5	10,6	-7,3	0,223
Charcuteries	Viandes et substituts	22,3	23,1	22,7	-1,6	0,795
Autres viandes	Viandes et substituts	8,3	9,1	7,2	-20,8	0,006
Total des viandes	Viandes et substituts	68,3	70,3	67,1	-4,5	0,057
Poissons conserve/congelés	Viandes et substituts	9,3	9,6	9,3	-3,4	0,334
Œufs	Viandes et substituts	6,2	6,2	6,3	3,0	0,207
Tofu	Viandes et substituts	0,7	0,6	0,7	31,7	0,033
Légumineuses	Viandes et substituts	0,2	0,2	0,2	19,5	0,054
Matières grasses	Total des achats en dollars	2,0	2,1	2,0	-4,0	0,664
Gras à tartiner	Matières grasses	73,0	73,6	73,3	-0,5	0,959
Beurre et tartinades laitières	Matières grasses	45,0	47,4	43,5	-8,3	0,009
Margarine	Matières grasses	28,0	26,2	28,0	13,7	0,001
Saindoux	Matières grasses	3,0	3,2	2,9	-9,4	0,018
Huiles	Matières grasses	22,7	22,0	22,7	2,9	0,640
Huile d'olive	Matières grasses	12,0	11,8	12,1	2,7	0,860
Mets préparés	Total des achats en dollars	4,1	4,3	3,9	-8,1	0,029
Repas prêts réfrigérés	Total des mets préparés	0,6	0,6	0,6	-2,0	0,980
Repas congelés	Total des mets préparés	2,4	2,5	2,2	-14,8	0,002
Pizzas	Total des mets préparés	1,1	1,1	1,1	4,1	0,382

Tableau 2 Proportions des achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010 (suite)

Aliment/Groupe d'aliments	Dénominateur	Proportion moyenne 2006-2010	Proportion 2006	Proportion 2010	Différence relative	Valeur-p [†]
Vinaigrettes-sauces-soupes						
Vinaigrettes et mayonnaises	Total des achats en dollars	0,7	0,7	0,7	-1,6	0,916
Sauces pour cuisson	Total des achats en dollars	0,7	0,7	0,7	-1,2	0,738
Soupes	Total des achats en dollars	1,3	1,3	1,2	-5,7	0,156
Boissons sucrées	Total des achats en dollars	3,6	4,0	3,5	-12,9	0,170
Boissons gazeuses	Total des boissons sucrées	64,2	62,4	65,6	5,2	0,126
Autres boissons sucrées	Total des boissons sucrées	35,8	37,6	34,4	-8,6	0,113
Grignotines	Total des achats en dollars	5,2	5,3	5,3	-1,0	0,704
Grignotines sucrées	Produits à grignoter	50,4	51,2	49,7	-2,9	0,024
Grignotines salées	Produits à grignoter	49,6	48,8	50,3	3,1	0,023

Sources : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

[†] Différence statistiquement significative au seuil de 5 %.^{††} Les données ACNielsen n'incluent pas les achats de poissons ou de fruits de mer frais.**Tableau 3 Tendances des volumes d'achats alimentaires entre 2006 et 2010**

Aliment/Groupe d'aliments	Augmentation	Diminution	Stable	Valeur-p [†]
Fruits, légumes et jus de fruits				
Fruits frais			√+	0,078
Légumes frais			√	0,231
Légumes préparés			√	0,700
Jus de fruits frais	√			0,045
Jus de fruits en conserve	√			0,001
Total jus fruits frais et en conserve	√			0,0001
Fruits en conserve		√		0,011
Légumes en conserve			√	0,331
Fruits congelés			√+	0,081
Légumes congelés			√	0,118
Pommes de terre congelées			√	0,124
Produits céréaliers				
Boulangerie fraîche			√	0,091
Pain blanc			√	0,695
Pain de blé ou de grains entiers		√		0,014
Pains plats	√			0,020
Muffins - Bagels			√	0,517
Pains hot dog-hamburger			√	0,106
Biscuits sucrés			√	0,938
Craquelins, croûtons et sodas	√			0,044
Granola et muffins en barres	√			< 0,0001
Céréales à déjeuner			√	0,419
Pâtes alimentaires	√			0,003
Produits laitiers et substituts	√			0,015
Lait de base	√			0,017
Laits spécialisés			√	0,888
Lait frais (de base + spécialisés)	√			0,0009

Tableau 3 Tendances des volumes d'achats alimentaires entre 2006 et 2010 (suite)

Aliment/Groupe d'aliments	Augmentation	Diminution	Stable	Valeur-p [†]
Yogourt	√			< 0,0001
Fromages			√	0,410
Crèmes	√			0,003
Boisson de soya	√			0,008
Viandes et substituts^{††}				
Viandes fraîches et congelées	√			0,002
Bœuf			√	0,095
Volaille	√			0,0009
Porc			√	0,293
Autres viandes (veau, agneau, etc.)			√	0,316
Charcuteries			√	0,180
Poissons conserve/congelés			√	0,080
Œufs	√			0,003
Tofu	√			0,005
Légumineuses	√			0,013
Matières grasses		√		0,022
Gras à tartiner		√		0,027
Beurre et tartinades laitières			√-	0,060
Margarine			√+	0,053
Saindoux		√		0,036
Huiles			√	0,977
Huile d'olive	√			0,001
Mets préparés	√			0,039
Repas prêts réfrigérés	√			0,017
Repas congelés			√	0,582
Pizzas	√			0,003
Vinaigrettes-sauces-soupes				
Vinaigrettes et mayonnaises			√	0,111
Mayonnaises			√+	0,084
Sauces pour cuisson	√			0,035
Soupes			√-	0,068
Boissons sucrées			√	0,435
Boissons gazeuses			√	0,991
Autres boissons sucrées			√	0,253
Grignotines				
Grignotines sucrées		√		0,001
Grignotines salées	√			0,053

Sources : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

[†] Différence statistiquement significative au seuil de 5 %.^{††} Les données ACNielsen n'incluent pas les achats de poissons ou de fruits de mer frais.

Tableau 4 Proportions des volumes d'achats alimentaires entre 2006 et 2010

Aliment/Groupe d'aliments	Dénominateur	Moyenne 2006-2010 (%)	Proportion 2006 (%)	Proportion 2010 (%)	Différence relative	Valeur- p [†]
Fruits, légumes et jus de fruits						
Fruits frais	Fruits et légumes frais	46,5	45,9	46,8	2,1	0,282
Légumes frais	Fruits et légumes frais	53,5	54,1	53,2	-1,8	0,282
Légumes préparés	Légumes frais	5,7	5,4	5,6	2,8	0,485
Jus de fruits frais	Jus de fruits frais + conserve	51,2	52,9	49,0	-7,3	0,010
Jus de fruits en conserve	Jus de fruits frais + conserve	48,8	47,1	51,0	8,1	0,010
Fruits en conserve	Fruits et légumes en conserve	32,0	26,7	34,0	27,4	0,563
Légumes en conserve	Fruits et légumes en conserve	68,0	70,3	61,8	-10,0	0,563
Fruits congelés	Fruits et légumes congelés	10,1	7,0	11,6	67,2	0,064
Légumes congelés	Fruits et légumes congelés	89,9	93,0	88,4	-5,0	0,064
Pommes de terre congelées	Légumes congelés	57,1	46,4	60,8	31,2	0,112
Produits céréaliers						
Pain blanc	Boulangerie fraîche	26,5	25,2	30,2	19,7	0,132
Pain de blé ou de grains entiers	Boulangerie fraîche	14,5	14,6	14,5	-0,5	0,555
Petits pains	Boulangerie fraîche	25,0	27,3	27,6	1,2	0,636
Pain plats	Boulangerie fraîche	4,3	3,4	5,2	54,3	0,004
Muffins – bagels	Boulangerie fraîche	5,1	4,6	5,8	25,3	0,076
Pains hot dog – hamburger	Boulangerie fraîche	8,9	8,1	10,4	29,0	0,049
Biscuits sucrés	Produits secs de boulangerie	54,7	56,3	53,4	-5,1	0,010
Craquelins, croûtons et sodas	Produits secs de boulangerie	17,9	17,9	17,8	-0,8	0,697
Granola et muffins en barres	Produits secs de boulangerie	18,0	17,0	19,1	12,5	0,0002
Produits laitiers et substituts						
Lait de base	Produits laitiers et substituts	45,6	46,8	45,4	-2,8	0,311
Lait spécialisé	Produits laitiers et substituts	22,7	23,4	21,7	-7,2	0,013
Yogourt	Produits laitiers et substituts	12,5	11,5	13,4	16,1	0,002
Fromage	Produits laitiers et substituts	11,0	10,6	11,0	3,3	0,692
Crème	Produits laitiers et substituts	3,1	2,8	3,2	15,3	0,016
Boisson de soya	Produits laitiers et substituts	2,3	1,9	2,6	33,1	0,017
Viandes et substituts^{††}						
Boeuf	Viandes et substituts	26,4	26,8	25,8	-3,8	0,008
Volaille	Viandes et substituts	23,2	22,5	24,3	7,4	0,007
Porc	Viandes et substituts	13,6	13,9	13,7	-1,6	0,801
Autres viandes	Viandes et substituts	8,4	8,6	7,5	-12,6	0,118
Charcuteries	Viandes et substituts	17,9	18,3	17,5	-4,4	0,106

Tableau 4 Proportions des volumes d'achats alimentaires entre 2006 et 2010 (suite)

Aliment/Groupe d'aliments	Dénominateur	Moyenne 2006-2010 (%)	Proportion 2006 (%)	Proportion 2010 (%)	Différence relative	Valeur- p [†]
Viandes totales	Viandes et substituts	72,0	72,3	71,6	-1,0	0,068
Œufs	Viandes et substituts	11,8	11,63	12,2	4,7	0,057
Tofu	Viandes et substituts	0,58	0,46	0,67	44,6	0,008
Matières grasses						
Gras à tartiner	Matières grasses	68,4	68,5	68,3	-0,3	0,381
Beurre et tartinades laitières	Matières grasses	30,5	30,1	30,5	1,3	0,395
Margarine	Matières grasses	37,9	38,3	37,8	-1,5	0,222
Saindoux	Matières grasses	3,3	3,6	3,0	-12,8	0,044
Huiles	Matières grasses	28,0	27,7	28,3	2,4	0,172
Huile d'olive	Matières grasses	6,4	5,3	7,5	42,0	0,002
Mets préparés						
Repas prêts réfrigérés	Total des mets préparés	0,2	0,114	0,2	65,8	0,061
Repas congelés	Total des mets préparés	0,8	0,625	0,9	46,6	0,084
Pizzas	Total des mets préparés	0,4	0,300	0,5	79,3	0,045
Vinaigrettes et sauces						
Vinaigrette et mayonnaises	Vinaigrette-mayo-sauce	61,4	61,7	61,5	-0,3	0,940
Mayonnaises	Vinaigrette-mayonnaise	79,1	79,1	79,2	0,2	0,260
Sauces pour cuisson	Vinaigrette-mayo-sauce	35,3	35,1	35,3	0,4	0,980
Boissons sucrées						
Boissons gazeuses	Total des boissons sucrées	71,6	70,174	72,7	3,6	0,217
Autres boissons sucrées	Total des boissons sucrées	28,4	29,826	27,3	-8,5	0,217
Grignotines						
Grignotines sucrées	Total des grignotines	58,1	61,1	54,9	-10,2	0,0009
Grignotines salées	Total des grignotines	41,9	38,9	45,1	16,0	0,0009

Sources : ACNielsen et MAPAQ; Analyses statistiques : INSPQ, 2013.

[†] Différence statistiquement significative au seuil de 5 %.^{**} Les données ACNielsen n'incluent pas les achats de poissons ou de fruits de mer frais.

Discussion et conclusion

La présente étude a permis de caractériser les achats alimentaires des Québécois effectués entre 2006 et 2010 dans les principaux canaux de distribution au Québec. La contribution de certains aliments ou groupes d'aliments aux achats annuels totaux, sélectionnés sur la base de leur qualité nutritionnelle et distribués massivement a aussi été examinée et a permis de cerner les aliments les plus contributeurs ou populaires auprès des Québécois. De plus, les données d'ACNielsen nous permettent de connaître les habitudes d'achats des Québécois dans les bannières supermarchés, les pharmacies et les magasins à grande surface ou à rayons du Québec. Le lecteur doit toutefois garder en mémoire que certains résultats peuvent être sous-estimés car il existe d'autres canaux de distribution ou de vente d'aliments comme les magasins spécialisés (ex. : boulangeries, boucheries, poissonneries, fruiteries), les magasins à un dollar, les marchés publics ou alors les petites épiceries de quartier ou les dépanneurs, dont les ventes ne sont pas prises en compte par les données ACNielsen. Néanmoins, compte tenu de la vaste étendue des données d'ACNielsen récoltées sur le territoire québécois et du fait que ces données représentent un peu plus de 70 % des ventes alimentaires dans le secteur de la distribution au détail, nous pouvons affirmer que les résultats observés dans notre étude représentent les achats alimentaires de nombreux Québécois.

Les aliments ou groupes d'aliments baromètres

Cette étude a situé l'importance de certains aliments ou groupes d'aliments qu'on pourrait qualifier d'aliments baromètres car ils représentent les aliments nutritifs ou moins nutritifs pour lesquels il existe des préoccupations en santé publique et qui nécessitent donc une surveillance particulière. Ainsi, le groupe des fruits et légumes a été le groupe d'aliments qui a le plus contribué aux achats alimentaires en dollars entre 2006 et 2010. Les Québécois accordent donc une part importante de leur budget à l'achat de fruits et de légumes bien qu'ils semblent encore nombreux à ne pas en consommer suffisamment (Blanchet, 2009; Bédard, 2008). Entre 2006 et 2010, les volumes d'achats de fruits et de légumes frais sont demeurés stables. Cependant, les achats de jus de fruits ont augmenté, que ce soit en dollars ou en volumes. Il est probable que l'apparition, depuis les années 2000, des formats de deux litres de

jus frais variés sur les tablettes des supermarchés ait contribué à ces augmentations.

Le groupe des viandes et de leurs substituts a représenté en moyenne 17 % des achats alimentaires totaux entre 2006 et 2010 et la popularité de la volaille est toujours croissante auprès des Québécois alors qu'ils semblent consommer moins de bœuf. Le volume d'achats des charcuteries, dont le contenu en graisses saturées est généralement élevé, n'a pas varié durant la période étudiée. À l'inverse, malgré leur faible contribution aux achats alimentaires des Québécois, le tofu et les légumineuses en conserve ont connu une croissance au cours de la période étudiée. Soulignons que le Guide alimentaire canadien de 2007 encourage fortement la consommation de ces substituts. D'ailleurs, une gamme plus variée de tofu et de légumineuses est offerte dans les supermarchés depuis quelques années, ce qui incite davantage les Québécois à en consommer.

Au regard des produits laitiers, le lait de base (ou nature) a représenté 67 % des volumes d'achats de lait frais et les laits spécialisés, 33 %. La croissance continue des achats de yogourt s'est manifestée à la fois au niveau des achats en dollars et en volumes, une plus grande variété de yogourts étant offerte aux Québécois et à des prix plus accessibles qu'il y a 10 ans. Il faut aussi souligner la popularité croissante des boissons de soja, ces boissons, qui la plupart du temps sont enrichies, peuvent substituer le lait de vache frais chez les personnes intolérantes au lactose ou allergiques aux protéines bovines ou qui préfèrent simplement les boissons de soja comme breuvage.

Du côté des produits céréaliers, les pains plats comme le pain pita, le tortilla ou le pain Nann ont connu une hausse significative de leurs achats en dollars ou en volumes, ces pains figurant aussi parmi les exemples de produits céréaliers à consommer dans le GAC de 2007. La part du pain blanc par rapport à celle des autres pains à grains entiers semble toujours aussi importante, malgré la très grande variété de l'offre de pains faits de grains entiers sur le marché québécois. En effet, le pain blanc a représenté en moyenne 27 % des achats en dollars et en volumes contre 17 % et 15 % respectivement pour le pain de grains entiers par rapport aux achats totaux de boulangerie fraîche. Notons qu'en 2004, les données de l'ESCC 2.2 ont indiqué que la part du pain blanc au menu des adultes québécois par rapport à celle des pains de grains entiers était restée semblable à celle observée en 1990, soit 64 % contre 36 % des portions consommées

(Blanchet, 2009). Les habitudes alimentaires des Québécois au regard de leur consommation de pain semblent vraiment difficiles à modifier. Soulignons toutefois que l'offre de pains blancs s'est diversifiée au cours de la décennie, le pain blanc enrichi de fibres alimentaires ainsi que la baguette de pain ayant gagné de la popularité.

Par ailleurs, les volumes d'achats de l'huile d'olive ont connu une hausse de 42 % au cours de la période, ce type d'huile étant plus disponible dans les supermarchés. À l'inverse, ceux du saindoux ont connu une baisse de 13 % et la margarine semble davantage consommée comme matière grasse à tartiner que le beurre ou les autres tartinades laitières.

Désignés aussi aliments baromètres à cause de leur valeur nutritive variable et de leur popularité croissante auprès des Québécois qui ont moins de temps pour cuisiner, les résultats de la présente étude montrent que les achats de mets ou repas prêts-à-manger réfrigérés semblent avoir augmenté entre 2006 et 2010 alors que les achats de mets congelés sont restés plutôt stables. En effet, bien que les volumes d'achats des repas prêts-à-manger congelés demeurent encore plus élevés que ceux des repas prêts réfrigérés, ceci étant dû à une disponibilité de repas congelés plus grande dans les marchés d'alimentation, on note toutefois une baisse significative des achats en dollars des repas congelés alors que les volumes d'achats semblent stables, ce qui sous-entend aussi une baisse des prix des repas congelés durant cette période. Toutefois, les pizzas congelées semblent de plus en plus populaires chez les Québécois compte tenu de la hausse de 79 % de leur volume d'achats. En fait, l'offre des pizzas congelées dans les supermarchés québécois a aussi connu une hausse significative, les grandes bannières des supermarchés offrant maintenant leurs propres marques de pizzas congelées.

Enfin, la présente étude n'a pas révélé de tendances significatives pour les achats de boissons sucrées entre 2006 et 2010. Les boissons gazeuses figurent parmi les boissons sucrées les plus achetées, soit 64 % des achats en dollars et 72 % de leurs volumes d'achats. La baisse des achats de boissons gazeuses observée entre 2006 et 2008 qui a été suivie par une hausse des achats en 2009 et 2010 demeure surprenante. Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, la valeur des ventes au détail de boissons gazeuses aromatisées au Canada a progressé de 8 % en 2009 pour passer à 1,4 milliard de dollars,

comparativement à 1,3 milliard de dollars en 2007 (Agriculture Canada, 2013). En outre, selon la Beverage Marketing Corporation, les boissons gazeuses constituent toujours la plus importante catégorie de boissons sucrées en termes de volume et de consommation par habitant, bien qu'on observe une perte de terrain au profit des boissons non alcoolisées plus saines, comme le thé vert, ou alors des boissons énergisantes ou des boissons pour sportifs (Agriculture Canada, 2010).

Parmi les raisons pouvant expliquer la variation des achats de boissons gazeuses observée au cours des dernières années, Agriculture et Agroalimentaire Canada mentionne que l'industrie des boissons gazeuses a dû faire face à une forte concurrence par les prix en raison de l'expansion des ventes de marques maison et du refroidissement de l'intérêt des consommateurs à l'égard des boissons gazeuses (Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2012). Or, les réductions de prix auraient aidé l'industrie à maintenir sa part dominante du marché des boissons, où la diversité ne cesse d'augmenter. Récemment, le contexte économique difficile s'est accompagné de nouvelles réductions de prix, surtout de la part des chaînes d'épicerie, qui ont trouvé ce moyen pour encourager les consommateurs à acheter des boissons gazeuses. Néanmoins, les rapports de l'industrie canadienne des boissons indiquent que les consommateurs préfèrent de plus en plus les boissons plus nutritives même si les boissons gazeuses demeurent en tête de ventes au pays (Agriculture et agroalimentaire Canada, 2012). Finalement, comme mentionné auparavant, les achats de boissons gazeuses et de grignotines dans des dépanneurs ou dans de petites épiceries de quartier n'ont pas été comptabilisés dans les données d'ACNielsen. Selon Robitaille, en 2009, il y avait 4 708 dépanneurs au Québec et 65 % de la population vivait dans un secteur dont le point central était à moins d'un kilomètre d'un dépanneur. (Robitaille, 2012). Ainsi, les estimations d'achats pour ces aliments qui sont fréquemment achetés dans des dépanneurs sont sous-estimées dans la présente étude. À cela s'ajoutent les autres boissons sucrées qui sont achetées et consommées dans les services alimentaires (ex. cafétérias, restaurants, etc.).

Budget des Québécois alloué à l'alimentation

Les achats en dollars de la grande majorité des groupes d'aliments ont augmenté de façon significative entre 2006 et 2010. Ces hausses sont attribuables en grande partie à l'augmentation des volumes d'achats des Québécois, compte tenu de la croissance démographique, mais aussi à la hausse du prix des aliments, cette dernière explication étant d'autant plus plausible lorsque les volumes d'achats sont relativement stables. D'après Robitaille, le prix des aliments au Québec s'est accru de 29 % en 10 ans, soit de l'année 2000 à 2010, et cette croissance est comparable à celle observée pour l'ensemble du Canada (Robitaille, 2012). Or, les dépenses liées à l'alimentation sont en général classées au troisième rang au Canada et au Québec, après les dépenses pour le logement et celles allouées au transport. D'après les données les plus récentes collectées par Statistique Canada sur les habitudes de dépenses moyennes annuelles des ménages canadiens, les ménages québécois ont alloué en moyenne 12 % de leurs dépenses totales à l'alimentation en 2011, soit 7 483 \$ pour acheter des aliments (Hitayezu, 2013; Statistique Canada, 2011).

Les données de la présente étude étant obtenues en lecture optique ne fournissent pas d'informations sur les caractéristiques des individus ou des ménages qui font les achats alimentaires. Certaines études menées par Statistique Canada ou ailleurs, aux États-Unis par exemple, ont toutefois pu le faire. Ainsi, les ménages formés de conjoints avec enfants dépensent généralement plus pour leur alimentation comparativement aux autres types de ménages, et les propriétaires de maisons le font davantage que les locataires (Statistique Canada, 2011). Notons aussi qu'en 2011, les ménages canadiens se situant dans le quintile supérieur de revenu avaient dépensé en moyenne 11 958 \$ pour leur alimentation comparativement à 3 703 \$ pour les ménages se situant dans le quintile inférieur et à 7 279 \$ pour ceux du quintile intermédiaire (Q3), ces derniers étant proches de la moyenne canadienne (7 795 \$).

Plusieurs habitudes d'achats alimentaires des ménages québécois diffèrent de celles des autres ménages canadiens. En effet, Hitayezu a récemment rapporté que lorsque comparés aux autres ménages canadiens, les ménages québécois achètent davantage les produits suivants: les produits de boulangerie en particulier le

pain, les fromages, notamment les fromages naturels et les fromages vieillis, la viande bovine fraîche non transformée, les fruits et les légumes frais (Hitayezu, 2013; Statistique Canada, 2011). À l'inverse, les ménages québécois achètent moins de grains et de produits céréaliers, de viande et de volaille, de boissons gazeuses sucrées, de sucre et de sucreries (bonbons et chocolat), moins de margarine, moins de mets préparés surgelés et moins d'aliments de restaurant. Enfin, les ménages québécois sont aussi moins nombreux en proportions à souper au restaurant ou à y prendre des collations ou des breuvages comparativement aux autres ménages canadiens. À l'inverse, ils sont plus nombreux que les autres ménages canadiens à déjeuner au restaurant.

Selon Robitaille, les futures tendances alimentaires des Québécois seront liées aux tendances sociétales, comme l'intérêt croissant pour une alimentation saine ou pour les aliments nouveaux, à l'augmentation des populations immigrantes, à la diversification des goûts culinaires ou la recherche de plats prêts à manger ou nécessitant peu de temps de préparation (Robitaille, 2012). Notons que ces projections vont dans le même sens des résultats observés dans notre étude, soit par exemple l'importance accrue pour les aliments sains comme le tofu, les légumineuses, les boissons de soja, l'huile d'olive; une augmentation de la consommation d'aliments dits commodés comme les repas réfrigérés, les légumes frais ensachés ou les légumineuses en conserve et enfin, l'intérêt croissant pour les aliments exotiques et ethniques.

Références

Agriculture et Agroalimentaire Canada. 2012 L'industrie canadienne des boissons gazeuses. Gouvernement du Canada. 17 p. En ligne : <http://www4.agr.gc.ca/A AFC-AAC/>

Bédard, Brigitte et autres 2008. L'alimentation des jeunes québécois : un premier tour de table. Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes – nutrition (2004), Québec, Institut de la statistique du Québec, 97 p.

Blanchet, Carole, Plante, Céline et Louis Rochette. 2009. La consommation alimentaire et les apports nutritionnels des adultes québécois - Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes (cycle 2.2). Institut national de santé publique du Québec. Québec. 119 p.

Blisard, N. 2001. Income and Food expenditures decomposed by cohort, age, and time effects. United States Department of Agriculture. United States. Technical Bulletin. 1896: 26. En ligne : www.ers.usda.gov

Couture, Guillaume et Marie-Hélène Zarnovican. 2005. Les dépenses alimentaires des Québécois : constats et limites des comparaisons. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études économiques. Québec. 34 p.

Gendron, Carole. 2003. Dépenses alimentaires des ménages canadiens : Le yogourt. Agriculture et Agroalimentaire Canada, Gouvernement du Canada. 3 p. En ligne : http://www4.agr.gc.ca/resources/prod/doc/dairy/pdf/dep_yog_f.pdf

Hitayezu, Félicien. 2013. Les dépenses alimentaires au Canada : quelques points de comparaison avec le Québec. Bioclips : Actualité alimentaire. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études économiques. Québec. 21 (14) : 2 p.

Hitayezu, Félicien. 2012. Dépenses alimentaires des Québécois dans la grande distribution au détail en 2011. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études et des perspectives économiques. Québec. 32 p.

Hitayezu, Félicien. 2011. La hausse des prix des denrées agricoles entre 2007 et 2008 n'a eu que des incidences passagères sur les prix des aliments au Québec. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études économiques. Québec. 8 p.

Hitayezu, Félicien. 2010. Dépenses alimentaires des Québécois 2009 –dans la grande distribution au détail. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études et des perspectives économiques. Québec. 52 p.

Kuran, Charmaine. 2013. Initiatives de Santé Canada pour encourager à la réduction du sodium. Santé Canada, Bureau des sciences de la nutrition, Direction des aliments. [En ligne] : http://initia.org/presentations/charmaine_kuran_sodium_initia_mars2013.pdf

Mélior-Conseil des initiatives pour le progrès en alimentation. 2013. Programme de charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel destiné aux industriels agroalimentaires. [En ligne] : <http://programmemelior.com>.

Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. 2008. Programme national de santé publique 2003-2012 - mise à jour 2008. Québec, Gouvernement du Québec, Direction générale de la santé publique. 103 p.

Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. Plan ministériel de surveillance multithématique: surveillance nutritionnelle, Québec, 2009.

Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec. 2006. Investir pour l'avenir. Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes liés au poids 2006-2012, Québec, Gouvernement du Québec. 50 p.

Robitaille, Éric. 2012. Portrait de l'environnement bâti et de l'environnement des services : un outil d'analyse pour améliorer les habitudes de vie. Institut national de santé publique du Québec. Direction du développement des individus et des communautés. 75 p.

Robitaille, Josée. 2012. Quels produits alimentaires ont connu la plus forte hausse de prix depuis dix ans ? Bioclips, Actualité bioalimentaire. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études et des perspectives économiques. Québec. 20 (30) : 1.

Robitaille, Josée. 2012. La consommation de viande : Évolution et perspectives de croissance. Bioclips+, Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Direction des études et des perspectives économiques. Québec. 15 (1) : 1-12.

Santé Canada. 2007. Le guide alimentaire canadien pour manger sainement, édition 2007. Santé Canada, Gouvernement du Canada, Ottawa. En ligne : <http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/food-guide-aliment/basics-base/index-fra.php>.

Statistique Canada. 2013. Enquête sur les dépenses des ménages au Canada de 2011. Statistique Canada, Division de la statistique du revenu. Description de l'enquête et tableaux (Cansim) consultés sur site Internet : <http://www.statcan.gc.ca>

Auteurs

Carole Blanchet, Unité Surveillance des maladies chroniques et de leurs déterminants, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec

Louis Rochette, Unité Surveillance des maladies chroniques et de leurs déterminants, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec

Collaborateurs

Myriam Gagné, Unité Surveillance des maladies chroniques et de leurs déterminants, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec

Félien Hitayezu, Direction des études et des perspectives économiques, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ)

Lecteurs

Chantal Blouin, Unité Habitudes de vie, Direction du développement des individus et des communautés, Institut national de santé publique du Québec

Patricia Lamontagne, Unité Surveillance des maladies chroniques et de leurs déterminants, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec

Martine Pageau, Service de la promotion de saines habitudes de vie, ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec

Danielle Saint-Laurent, Unité Surveillance des maladies chroniques et de leurs déterminants, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec.

Remerciements

Les auteurs souhaitent remercier le Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec, en particulier la Direction des études et des perspectives économiques, pour leur collaboration et l'obtention des données AC Nielsen.

Dans la même collection *Surveillance des habitudes de vie* :

Numéro 1 : Surveillance du statut pondéral chez les adultes québécois : portrait et évolution de 1987 à 2010 – Document synthèse

Numéro 2 : Les achats alimentaires des québécois de 2006 à 2010 au regard de la saine alimentation
Les achats alimentaires des québécois de 2006 à 2010 au regard de la saine alimentation – Résumé

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php>, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

DÉPÔT LÉGAL – 1^{er} TRIMESTRE 2014
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA
ISSN : 2291-5478 (VERSION IMPRIMÉE)
ISSN : 2291-5486 (PDF)
ISBN : 978-2-550-69835-7 (VERSION IMPRIMÉE)
ISBN : 978-2-550-69836-4 (PDF)

©Gouvernement du Québec (2014)