

## Les fruits et les légumes prétransformés, une catégorie d'aliments à connaître

On qualifie de prétransformés les fruits et les légumes qui ont été manipulés très sommairement. La salade précoupée, les tomates tranchées, les mélanges de salades fraîches, les mini-carottes préemballées et les melons tranchés représentent quelques exemples de cette grande catégorie d'aliments. Celle-ci reste toutefois encore méconnue. Pour mieux connaître la catégorie, voici quelques renseignements.

Au Canada, il n'existe pas de statistiques sur les ventes totales de fruits et légumes prétransformés. Cependant, il est connu que l'ensemble du secteur des fruits et légumes a enregistré en 2005 des ventes de 5,7 milliards de dollars chez les grands distributeurs alimentaires, dont 1,5 milliard au Québec seulement. Plus particulièrement, la même année, au Québec, les ventes de mini-carottes préemballées ont atteint une valeur de plus de 40 millions de dollars, alors que celles des légumes en feuilles ensachés et réfrigérés se sont élevées à 15,4 millions de dollars.

Chez nos voisins états-uniens, des estimations suggèrent que les ventes de fruits et légumes prétransformés atteignent annuellement de 10 à 12 milliards de dollars américains. En sachant que la population des États-Unis est approximativement 10 fois plus grande que celle du Canada et que la demande est similaire, les ventes des fruits et de légumes prétransformés seraient d'environ 1 milliard de dollars américains au Canada (250 millions de dollars américains au Québec).

Les femmes âgées de 18 à 36 ans qui cherchent la commodité pour elles-mêmes et leurs familles composent la principale clientèle associée à cette catégorie d'aliments. Les autres acheteurs visés par les transformateurs et les distributeurs sont ceux qui se soucient de leur santé, les professionnels qui mangent à leur bureau, les enfants d'âge scolaire et leurs parents. Par ailleurs, Wal-Mart Canada avance que la commodité et la rapidité d'utilisation de ces produits sont les principales raisons de la popularité des fruits et légumes prétransformés.

Enfin, soulignons que ces aliments peuvent être vendus à longueur d'année, bien que les changements de saison font naître des occasions d'affaires particulières. Par exemple, en hiver, les légumes servant à cuisiner des bouillis auront sûrement la cote, tandis que les fruits et légumes du début de l'automne permettront surtout de garnir la boîte à lunch des enfants.

Source : *Canadian Grocer*, juin-juillet 2007.

## Le régime méditerranéen popularisé par un logo

Aux États-Unis, un nouveau logo, Med Mark, vient de faire son apparition sur des produits alimentaires qui satisfont aux exigences du régime alimentaire méditerranéen. Cette diète, qui provient pour l'essentiel de l'Europe du Sud, est réputée pour les bienfaits qu'elle apporterait à la santé. Elle permettrait par exemple de réduire les risques de maladies

### au menu

- Les fruits et légumes prétransformés, une catégorie d'aliments à connaître
- Le régime méditerranéen popularisé par un logo
- L'Union européenne et l'agriculture biologique
- En passant...

cardiaques. Le régime méditerranéen privilégie la consommation de pain, de pâtes, de couscous, de pommes de terre, d'olives, d'avocats, de raisins, d'aubergines, de tomates, de noix, d'haricots ainsi que de fromage et de yogourt. Les poissons et la volaille peuvent être consommés modérément, tandis que les viandes rouges sont à éviter.

Ce n'est pas la première fois que prend forme une telle initiative visant à promouvoir un type d'aliment en particulier. Par le passé, les grains entiers ont également fait l'objet d'une mise en valeur au moyen d'un logo. Certains transformateurs ont aussi orchestré des promotions du même type, comme General Mills qui a décidé à la fin de 2004 de fabriquer ses céréales en utilisant des grains entiers. Au Canada et aux États-Unis, ces boîtes de céréales sont très clairement désignées par un logo de la compagnie.

À l'instar du logo des grains entiers, le logo « méditerranéen » fera-t-il son apparition au Canada?

Source : [www.foodnavigator-usa.com](http://www.foodnavigator-usa.com).

## L'Union européenne et l'agriculture biologique

Afin d'harmoniser les façons de faire et d'appuyer le développement de l'agriculture biologique, les représentants des ministères de l'Agriculture de l'Union européenne (UE) se sont entendus, en juin dernier, sur un nouveau règlement relatif au mode de production et à l'étiquetage.

Ainsi, tous les produits de la catégorie devront montrer le symbole de l'UE certifiant qu'ils sont biologiques. Toutefois, ce symbole pourra être accompagné de logos nationaux ou privés. Pour être reconnu biologique, un produit alimentaire devra contenir au moins 95 % d'ingrédients biologiques. Les produits non biologiques qui ont des composés biologiques pourront le mentionner, mais uniquement dans la liste des ingrédients.

Biologique ne signifiera pas sans organisme génétiquement modifié (OGM). En effet, la limite permise d'OGM dans les produits biologiques sera de 0,9 %, soit la même proportion que pour les produits conventionnels.

Ce dernier point semble heurter la Fédération nationale d'agriculture biologique de France. Cette organisation affirme qu'elle va « désormais travailler à une marque privée, afin de garantir la crédibilité [du] mode de production [de l'agriculture biologique] et de [ses] pratiques auprès des consommateurs ».

Source : *Process alimentaire*, juillet-août 2007.

## En passant...

La connaissance des habitudes d'achats alimentaires représente un outil indispensable pour comprendre et prévoir la demande des produits alimentaires. Cela constitue la base même de la plupart des stratégies des entreprises bioalimentaires, notamment en ce qui a trait au placement de leurs produits.

À cette fin, les personnes intéressées qui désiraient effectuer leurs propres analyses seront heureuses d'apprendre que le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation diffuse gratuitement les nouvelles données d'ACNielsen pour l'année 2005-2006 dans son site Internet : [http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Transformation/md/Publications/ACN\\_DA\\_03.htm](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Transformation/md/Publications/ACN_DA_03.htm). Rappelons que les statistiques d'ACNielsen rendent compte des ventes effectuées par les grands distributeurs alimentaires au Québec, soit Loblaw, Sobeys et Metro.