

Suivi du portrait des
Produits de fromage
disponibles au Québec
2020-2025



OBSERVATOIRE
DE LA QUALITÉ DE L'OFFRE ALIMENTAIRE

AUTEURS

Dylan Guillemette M.Sc. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval
Sonia Pomerleau Dt.P., M.Sc. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval
Clara-Jane Rhéaume B.Sc. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval
Véronique Provencher Dt.P., Ph.D. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval

AVEC LA COLLABORATION DE

Laurélie Trudel M.Sc. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval

MEMBRES DU COMITÉ DE LECTURE

Julien Chamberland Ph.D. – Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval
Laurence Deslauriers M.Sc. – Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec
Annie Ferland Dt.P., Ph.D. – Fondatrice de Science et Fourchette (plateforme indépendante d'éducation en nutrition)

REMERCIEMENTS

Les auteurs souhaitent remercier Marianne Auclair, Catherine Gaudet, Catherine Pelletier, Coralie Robichaud et Josianne Simard, ainsi que les membres du comité scientifique de l'Observatoire pour leur précieuse collaboration.

Cette publication est rendue possible grâce à la participation financière du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec, du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, du ministère de l'Économie de l'Innovation et de l'Énergie, de la Fondation canadienne pour l'innovation et de l'Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels de l'Université Laval.

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire au observatoire.inaf.ulaval.ca

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

Référence bibliographique suggérée : Guillemette D., Pomerleau S., Rhéaume C.-J. et Provencher V. (2026). Suivi du portrait des produits de fromage disponibles au Québec en 2020 et 2025. Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire. 56 pages. [En ligne] observatoire.inaf.ulaval.ca

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2026

ISBN : [978-2-924986-36-3](https://www.isbn-international.org/product/9782924986363) (version PDF)

© Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire

Table des matières

1.	Faits saillants	4
2.	Mise en contexte et problématique	6
2.1	Ventes et consommation	6
2.2	Impact sur la santé et composition nutritionnelle	7
2.3	Importance de l'information sur l'emballage	8
2.4	Reformulation de produits	9
2.5	Changements dans les politiques publiques et dans le contexte alimentaire	10
2.6	Retour sur les résultats du portrait initial	11
2.7	Évolution de la catégorie	11
3.	Objectifs	13
4.	Méthodologie	14
4.1	Données de composition nutritionnelle	14
4.2	Classifications des produits et définitions	15
4.3	Données d'achats alimentaires	19
4.4	Croisement avec les données nutritionnelles	19
4.5	Analyses statistiques	19
5.	Résultats et interprétation des données	21
5.1	Diversité des produits de fromage (objectif 1)	21
5.2	Composition nutritionnelle et prix de vente (objectif 2)	25
5.2.1	Comparaison avec les seuils de la valeur quotidienne	29
5.2.2	Symbole nutritionnel	32
5.2.3	Comparaison selon les statuts	34
5.3	Composition nutritionnelle et prix de vente selon les informations présentes sur l'emballage (objectif 3)	37
5.4	Comparaison des plus grands vendeurs	39
6.	Discussion	41
7.	Conclusion et perspectives	48
8.	Références	50
9.	Annexes	53

Faits saillants 1

Ce rapport dresse le suivi de la composition nutritionnelle des produits de fromage offerts et vendus au Québec entre 2020 et 2025. Il établit plusieurs constats relatifs à l'évolution de la composition nutritionnelle des produits de fromage selon leur type et selon les informations présentes sur l'emballage. Des analyses sont également présentées en fonction du statut de ces produits de fromage (nouveaux, identiques, modifiés ou retirés) toujours en comparaison avec le portrait initial de 2020. Voici un sommaire des principaux résultats :

- Un échantillon de 142 produits de fromage a été recensé, comparativement à 118 en 2020. Les données de ventes étaient disponibles pour 70 % des produits récoltés. Le total des ventes pour les produits récoltés représente 86 % des ventes de l'ensemble de la catégorie (comparativement à 72 % en 2020).
- En termes de **diversité** de produits offerts comparativement à 2020 :
 - Les fromages à la crème sont toujours les produits les plus présents sur le marché (n=86/142; 61 % de l'offre) tout comme en 2020.
 - Bien qu'ils soient moins nombreux que les fromages à la crème, les fromages fondus en format individuel demeurent les produits les plus vendus en 2025 (57 % des ventes).
 - Les produits d'origine végétale occupent une faible part de la diversité (20 %) et une très faible proportion des ventes totales (moins de 0,5 %).
- En ce qui concerne le **statut** des 142 produits de fromage répertoriés en 2025 :
 - 24 produits sont demeurés identiques (17 % de l'offre et 6 % des ventes);
 - 63 ont été modifiés (44 % de l'offre et 87 % des ventes);
 - 55 sont nouveaux (39 % de l'offre et 7 % des ventes);
 - 31 ont été retirés du marché depuis 2020 (26 % de l'offre de 2020 représentant alors 2 % des ventes).
- L'analyse de la **composition nutritionnelle** a été réalisée sur une portion de 30 g, celle-ci étant la quantité de référence établie par Santé Canada pour ce type de produits. Cette analyse indique qu'il n'existe pas de différences significatives dans la composition nutritionnelle des produits de fromage de 2025 par rapport à 2020.
- En 2025, une proportion moindre de produits de fromage respecte le **seuil de 15 % de la valeur quotidienne (VQ) en gras saturés** par portion. Seulement 35 % des produits offerts respectent le seuil, comparativement à 52 % en 2020. Pour le **sodium**, la majorité des produits respectent le seuil malgré une légère diminution (89 % en 2025 contre 90 % en 2020). En ce qui concerne les **cibles volontaires de réduction du sodium** de 2020-2025 établies par Santé Canada, seulement **39 %** des produits de fromage atteignent leur cible, alors que c'était 43 % en 2020.

- Si aucun changement ne survient, 63 % des produits de fromage répertoriés en 2025 auraient à afficher le **symbole nutritionnel** sur le devant de leur emballage indiquant une teneur élevée en au moins un nutriment ciblé par la réglementation de Santé Canada (gras saturés, sucres et/ou sodium). Cette proportion est plus élevée que celle de 2020 (50 %). Les produits affichant le symbole occupent également une plus grande part des ventes (46 %) par rapport à 2020 (40 %). À noter que les produits de fromage d'origine animale peuvent bénéficier d'une exemption conditionnelle pour les gras saturés et le sodium s'ils fournissent 5 % de la VQ pour le calcium. De plus, pour bénéficier de l'exemption sur les gras saturés, ils doivent éviter certains ingrédients riches en gras saturés (p. ex., huile de coco, crème). Plus spécifiquement, en 2025 :
 - 63 % des produits offerts (46 % des ventes) auraient le symbole pour les gras saturés;
 - 7 % des produits offerts (1 % des ventes) l'auraient pour le sodium.
- Afin de suivre l'évolution des produits de fromage, la composition nutritionnelle a été étudiée selon le **statut** des produits. D'un côté, les nouveaux produits de fromage fournissent moins de protéines et de calcium que les produits d'un autre statut. À l'inverse, l'offre de produits **modifiés** comporte des teneurs plus élevées en calcium. De plus, les produits de fromage modifiés ont généralement diminué leurs teneurs en gras saturés et en sodium depuis 2020. Ils ont également augmenté leur teneur en protéines, mais cette variation n'est pas significative.
- La composition nutritionnelle des produits de fromage a été évaluée selon les **informations présentes sur l'emballage**. La classification selon l'origine, la saveur, la présence de phosphate, la clientèle cible et la caractéristique particulière n'a pas permis de faire ressortir de choix plus intéressants sur le plan de la composition nutritionnelle. La seule exception concerne les fromages affichant une allégation relative au gras (p. ex., version allégée), ces derniers fournissant moins d'énergie, de lipides et de gras saturés que ceux n'affichant pas ce type d'allégation.

En somme

Les résultats de ce suivi montrent que dans l'ensemble, il y a eu très peu de variations dans la composition nutritionnelle des produits de fromage offerts et vendus en 2025 par rapport à 2020. Malgré quelques améliorations dans les produits de fromage modifiés, ces dernières ne sont pas suffisantes pour améliorer l'offre à plus grande échelle. La présence d'enjeux technologiques en lien avec la réduction des gras saturés et du sodium est un point notable qui peut expliquer ce manque d'amélioration. Néanmoins, si aucun changement n'est apporté, plus de la moitié des produits de fromage disponibles au Québec aurait à afficher le symbole nutritionnel sur le devant de leur emballage dû à leur contenu élevé en gras saturés et/ou en sodium. Des efforts considérables devront être faits si une amélioration de la composition nutritionnelle des produits de fromage offerts et vendus au Québec est bel et bien désirée. Il serait pertinent de renforcer la collaboration entre les transformateurs, les acteurs en santé publique et les experts en nutrition, en sciences des aliments et en communication, afin d'améliorer la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire au Québec.

Mise en contexte et problématique

La mission de l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire (ci-après nommé Observatoire) est de caractériser et de suivre l'évolution de l'offre alimentaire afin de générer des connaissances nouvelles et d'agir collectivement à améliorer sa qualité et son accessibilité. Les études effectuées par l'Observatoire ont pour but d'analyser la composition nutritionnelle de certaines catégories d'aliments et de suivre son évolution dans le temps.

Ce rapport présente le suivi de la composition nutritionnelle des produits de fromage offerts et vendus au Québec cinq ans après le portrait initial réalisé en 2020¹. Il permet de constater les modifications apportées par l'industrie bioalimentaire relativement à l'offre de produits ainsi que les changements dans les comportements d'achats des consommateurs.

Cette première section de mise en contexte propose une mise à jour de la littérature scientifique et de la littérature grise parues au cours des cinq dernières années. Par la suite, les changements observés dans les politiques publiques et dans le contexte alimentaire au fil des années y sont exposés. De plus, les principaux constats du portrait initial des produits de fromage sont résumés afin de bien présenter la problématique dans laquelle se situe ce rapport. Enfin, le recensement d'études portant sur le suivi de la composition nutritionnelle des produits de fromage y est rapporté à des fins de comparaison et de discussion.

2.1 Ventes et consommation

Les produits de fromage (p. ex., fromages à la crème, fromages fondus en tranches) demeurent populaires auprès des consommateurs québécois selon les données de ventes les plus récentes partagées par le Gouvernement du Québec². En effet, les ventes de fromages à la crème étaient évaluées à plus de 81 millions de dollars en 2023, ce qui représente une augmentation de 9,3 % par rapport à 2022. Les ventes de fromages fondus

à tartiner et de fromages fondus en tranches ont également augmenté entre 2022 et 2023, celles-ci s'élevant à plus de 23 millions (+6,2 %) et 96 millions de dollars (+7,0 %), respectivement.

En France, l'Observatoire de l'alimentation (Oqali) a étudié l'évolution de l'offre des fromages, dont certains produits de fromage, entre 2015 et 2018³. Elle avait alors dénombré 56 *produits de fromage fondu en tranches à usage culinaire* en 2018, ceci représentant 2,0 % de l'offre totale des fromages en 2018 (n=56/2738). Quant aux fromages non affinés à tartiner, il y en avait 179 en 2018, représentant environ 7 % de l'offre des fromages. Parmi ces 179 produits, 37 étaient nature, 128 étaient aromatisés et 14 d'entre eux étaient allégés en matières grasses.

À l'échelle internationale, la consommation de fromage à tartiner est plus fréquente au déjeuner⁴. De façon globale, la consommation de fromages est en hausse importante depuis la pandémie de COVID-19 en 2020, les consommateurs étant plus enclins à en consommer lorsqu'ils étaient à la maison⁴. Ces tendances ne semblent toutefois pas s'estomper depuis la fin de la pandémie. Il s'avère alors pertinent de suivre les tendances de consommation des produits de fromage dans l'avenir, puisque peu d'études comportant des données de ventes ont été repérées dans la littérature scientifique et la littérature grise. Notamment, la préférence à la hausse pour des ingrédients naturels et locaux pourrait influencer la production des produits de fromage⁴.

En parallèle, une hausse dans l'intérêt des imitations de fromages d'origine végétale a été rapportée en 2021, particulièrement dans l'Asie-Pacifique⁴. Malgré leur statut niche, les imitations pourraient connaître une hausse de leurs ventes dans l'avenir. Néanmoins, certains freins à leur consommation ont été recensés par différents consommateurs européens (n=416) dans le cadre d'un sondage en ligne⁵. En effet, pour les imitations de fromages à la crème, des problèmes au niveau de la tartinabilité, de la texture en bouche et du goût avaient été soulignés. Des constats semblables ont été rapportés par une étude de goût réalisée auprès de 157 consommateurs en Nouvelle-Zélande sur les produits de fromage à la crème et leurs alternatives végétales⁶.

2.2 Impact sur la santé et composition nutritionnelle

La consommation excessive de lipides, et plus particulièrement de gras saturés, est associée à des risques accrus de développer de l'obésité et des maladies cardiovasculaires⁷. La consommation de fromages a cependant été associée à des effets bénéfiques pour la santé et ce, malgré leur contenu parfois important en gras saturés et en sodium. Une revue parapluie de 54 méta-analyses a notamment identifié que la consommation de fromages était associée à un risque réduit de mortalité (toutes causes confondues) et à un risque plus faible de développer diverses maladies chroniques (p. ex., maladies cardiovasculaires, cancer du sein, diabète de type 2)⁸. D'un autre côté, des associations nulles ont été notées pour d'autres aspects, comme le cancer de la prostate

ou le développement de l'hypertension artérielle. Les fromages auraient donc des effets neutres ou positifs modérés pour la santé.

La présence de phosphates dans les produits de fromage représente aussi un enjeu de santé. Le phosphate est retrouvé dans ces produits sous la forme de sels de phosphate, ces derniers étant aussi appelés des sels de fonte (voir section 2.4). L'absorption du phosphate dans les produits ayant des additifs à base de phosphate, dont les produits de fromage, serait très élevée⁹. De plus, une grande consommation d'aliments ultra-transformés contenant des additifs à base de phosphate peut mener à l'hyperphosphatémie, notamment chez les personnes atteintes d'une maladie chronique des reins^{10,11}. L'hyperphosphatémie peut à son tour mener à des dérégulations hormonales pouvant compromettre la santé osseuse et la santé cardiovasculaire.

En contrepartie, aucune étude récente ne s'est penchée sur les impacts sur la santé des produits de fromage spécifiquement. Ces derniers sont considérés au même titre que d'autres produits alimentaires ultra-transformés associés au développement de maladies chroniques lorsque surconsommés. Or, il existe présentement des manques dans la littérature scientifique à ce niveau, puisqu'aucun comparatif par rapport aux fromages habituels ne semble avoir été effectué pour les produits de fromage.

Les imitations végétales ne sont pas à négliger non plus, en raison de la popularité croissante des produits végétariens et végétaliens. La plupart de ces produits contiennent une forte proportion d'huile de coco riche en gras saturés et un faible contenu en protéines et en calcium^{12,13}. Le contenu élevé en huile de coco permet de reproduire la texture et la tartinabilité des variantes laitières. Cette tendance a été observée à travers une étude réalisée en Espagne qui a évalué la composition nutritionnelle de fromages laitiers et végétaux sur le marché (en bloc, râpés ou à tartiner)¹⁴. Sur les 40 imitations de fromages d'origine végétale recensés, 34 d'entre eux étaient à base d'huile de coco et d'amidons, alors que les six autres produits étaient à base de noix de cajou ou de tofu. Les tartinales de fromage d'origine végétale à base d'huile de coco étaient riches en gras saturés (6,9 g/30 g), ne contenaient que très peu de protéines (0,06 g/30 g) et fournissaient 192 mg de sodium par portion de 30 g. À l'inverse, les produits à base de noix de cajou ou de tofu contenaient moins de gras saturés (1,7 g/30 g et 0,5 g/30 g, respectivement) et de sodium (72 mg/30 g et 120 mg/30 g, respectivement), ainsi que plus de protéines (3,3 g/30 g et 5,4 g/30 g).

2.3 Importance de l'information sur l'emballage

Au-delà de la composition nutritionnelle, certains attributs concernant les emballages ou l'information retrouvée sur l'emballage des fromages, incluant les produits de fromage, ont été identifiés comme étant importants aux yeux des consommateurs. Les résultats d'un sondage réalisé en 2021 auprès de 4500 personnes dans neuf pays, excluant le Canada⁴, sont présentés au tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1. Identification d'attributs de l'emballage ou de l'information sur l'emballage des fromages considérés comme étant importants chez les consommateurs

Attributs	Proportion de consommateurs considérant l'attribut comme étant important (%)
Prêt-à-manger	82
Nutritif	81
Sans agents de conservation	81
Emballage respectueux de l'environnement	69
Emballage pratique	69
Biologique	67
Haute teneur en protéines	67
Faible/réduit/sans gras	64

Il devient alors possible de remarquer les aspects de praticité d'environnement et de santé sont particulièrement recherchés par les consommateurs de ces neuf pays. Toutefois, ces données ne permettent pas de voir à quel point ces attributs pourraient influencer l'intention d'achat des consommateurs par rapport à d'autres caractéristiques comme le prix ou le goût du produit.

2.4 Reformulation de produits

Lors de la rédaction du portrait initial portant sur les produits de fromage, l'Observatoire avait identifié plusieurs défis technologiques derrière la réduction de leur contenu en gras saturés et en sodium¹. Depuis 2020, aucune nouvelle étude n'a analysé la réduction en ces nutriments dans les produits de fromage spécifiquement. Cela dit, la présence de produits de fromage allégés en gras sur le marché montre la possibilité de réduire les gras saturés dans ces derniers, notamment à travers l'ajout de gommes ou de tout autre agent épaississant pour maintenir une texture tartinable. En revanche, la réduction en sodium, qu'il soit sous forme de sel de table ou de sel de fonte (p. ex., sels de phosphate, sels de citrate), s'avère nettement plus difficile en raison du rôle fonctionnel de celui-ci. Plus particulièrement, les sels de fonte utilisés dans ces produits auront un impact sur le goût, la texture et la capacité à fondre et/ou à être tartiner. Ces défis technologiques pourraient expliquer – en partie – l'absence d'études à ce sujet pour les produits de fromage.

Ceci demeure vrai également pour les produits d'origine végétale. Certaines solutions ont été identifiées pour améliorer leur qualité nutritionnelle. Il est possible de citer l'utilisation d'oléogels à base d'huile riche en gras insaturés pour réduire la quantité de gras saturés ou l'intégration d'agents masquant pour limiter l'amertume et permettre la réduction du sodium¹⁵⁻¹⁷. Cependant, plus d'études seraient nécessaires pour mieux comprendre leur impact sur les imitations végétales de produits de fromage.

2.5 Changements dans les politiques publiques et dans le contexte alimentaire

Depuis le portrait initial des produits de fromage, différentes réglementations et initiatives de santé publique ont été instaurées au niveau provincial ou continuent d'être d'actualité. Le programme Alimentation santé lancé en 2018 a permis d'offrir du soutien financier aux entreprises alimentaires désirant améliorer la qualité nutritionnelle de leurs produits¹⁸. En 2019, la Politique bioalimentaire – mise sur pied par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) – avait comme portée l'amélioration de la valeur nutritive des aliments transformés au Québec¹⁹. Cette politique visait à encourager les industries à reformuler leur offre de produits ou à développer de nouveaux produits plus intéressants d'un point de vue nutritionnel. Elle proposait également des leviers financiers afin de les appuyer dans une telle démarche. L'initiative Amélioration alimentaire Québec (maintenant connu sous le nom d'A•melior) a d'ailleurs été lancée en 2021 par le biais d'une entente entre le Conseil de la transformation alimentaire du Québec (CTAQ) et le MAPAQ afin de se doter d'une structure valorisant les produits à valeurs nutritives améliorées au Québec. L'ensemble de ces programmes demeurent d'actualité grâce au plan d'action interministériel 2022-2025 de la Politique gouvernementale de prévention en santé et à la Politique bioalimentaire 2025-2035^{20,21}.

Au niveau fédéral, la réglementation établie par Santé Canada concernant l'apposition d'un symbole nutritionnel sur le devant des emballages des produits alimentaires ayant des teneurs élevées en gras saturés, en sucres et/ou en sodium est maintenant en vigueur et les transformateurs ont jusqu'au 1^{er} janvier 2026 pour s'y conformer. Cette réglementation a pu motiver l'industrie bioalimentaire à réduire leur teneur en ces nutriments d'intérêt²². En 2020, Santé Canada a également mis à jour ses cibles de réduction volontaire du sodium pour les aliments transformés²³. Les transformateurs sont encouragés à atteindre ces cibles d'ici la fin de 2025. De plus, des changements réglementaires relativement aux portions de référence, aux allégations nutritionnelles ainsi qu'à la présentation du tableau de la valeur nutritive et de la liste des ingrédients ont été instaurés et la période de transition allouée pour leur implantation a pris fin en décembre 2022²⁴. Ceci peut, une fois de plus, avoir motivé les industriels à reformuler leurs produits ou à développer de nouveaux produits ayant d'emblée une composition nutritionnelle plus intéressante.

Enfin, la pandémie de COVID-19 a pu influencer la façon dont les consommateurs s'approvisionnent en aliments. En effet, selon une enquête canadienne effectuée en 2020 et portant sur l'utilisation d'Internet, il y a eu une hausse de 77 % des achats en ligne comparativement à 2018²⁵. Un Canadien sur cinq a également déclaré faire son épicerie en ligne plus souvent qu'avant la pandémie et 13 % des Canadiens l'ont fait en ligne pour la première fois durant la pandémie. Cependant, l'affichage de l'information nutritionnelle en ligne n'est pas réglementé comme il l'est dans les marchés d'alimentation. En 2022, Santé Canada a mis sur pied une consultation dans le but d'élaborer des lignes directrices

pour l'affichage nutritionnel des aliments vendus par le biais des commerces en ligne²⁶. De nouvelles réglementations pourraient ainsi voir le jour dans les prochaines années.

Ainsi, l'ensemble de ces changements peut avoir modulé la qualité de l'offre et la nature des achats des produits de fromage au Québec entre 2020 et 2025.

2.6 Retour sur les résultats du portrait initial

L'Observatoire a présenté le portrait initial de la catégorie des produits de fromage en 2020. Un total de 118 produits différents avait alors été recensé¹. Les produits disponibles sur le marché étaient principalement des fromages à la crème (59 %) et des fromages fondus de format individuel (33 %). La plupart des produits de fromage étaient d'origine animale (81 %) et nature (72 %). La composition nutritionnelle variait entre les fromages à la crème et les fromages fondus de format individuel. En effet, les fromages à la crème contenaient plus de lipides et moins de protéines, de sodium et de calcium que ceux fondus de format individuel.

Au total, 83 % des produits de fromage dépassaient le seuil de 15 % de la valeur quotidienne pour les gras saturés, tandis que 40 % d'entre eux le dépassaient pour le sodium. Une grande majorité des fromages fondus (format individuel, à tartiner ou à cuisiner) dépassaient notamment le seuil pour le sodium. Les produits contenant une saveur autre que nature (p. ex., fines herbes, saumon fumé) contenaient généralement plus de sodium que ceux nature. Finalement, les produits affichant une allégation relative aux gras fournissaient moins d'énergie, de lipides et de gras saturés que les produits n'ayant pas d'allégation à ce sujet.

Il s'avère ainsi pertinent de faire un suivi concernant l'évolution des produits de fromage, sous différents angles, afin de vérifier si des améliorations nutritionnelles ont été apportées depuis la réalisation du portrait initial et comment les comportements d'achats ont varié à cet égard.

2.7 Évolution de la catégorie

En France, l'Oqali a effectué un suivi dans le temps de la composition nutritionnelle de certains produits de fromage entre 2015 et 2018³. Les nutriments d'intérêt ciblés étaient les gras saturés, les protéines et le sodium. Le tableau ci-dessous résume les résultats de l'Oqali pour les produits de fromage fondu en tranches et les produits de fromage à tartiner.

Tableau 2. Variations des teneurs en nutriments d'intérêt entre 2015 et 2018 des produits de fromage récoltés par l'Oqali

Types de produit	Portion indiquée moyenne (g)	Variation moyenne en gras saturés (g/100 g)	Variation moyenne en protéines (g/100 g)	Variation moyenne en sodium (mg/100 g)
Produit de fromage fondu en tranches	20	+0,3	-0,3	+100
Fromage à tartiner nature	30	-1,6	+1,0	-8
Fromage à tartiner aromatisé	30	+0,1	+0,4	+20
Fromage à tartiner allégé	30	-7,4	+2,9	-0,2

Une case en orange indique une augmentation significative entre 2015 et 2018.

Tout d'abord, il est possible de constater que les variations en nutriments d'intérêt observées deviennent nettement plus faibles si elles sont évaluées sur la portion indiquée sur l'emballage plutôt que par 100 g de produit. En effet, à première vue, la composition nutritionnelle des produits de fromage fondu en tranches se serait détériorée de façon importante entre 2015 et 2018 (augmentation des teneurs en gras saturés et en sodium et diminution des teneurs en protéines). Toutefois, les variations en gras saturés et en protéines deviennent très faibles lorsque converties pour 20 g de produit de fromage fondu en tranche (+0,06 et -0,06 g, respectivement). Autrement, les seules variations significatives sont celles pour le sodium pour les produits de fromage fondu en tranches et les fromages à tartiner aromatisés. Finalement, bien que cette variation ne soit pas significative, les fromages à tartiner allégés ont diminué de façon importante leur teneur en gras saturés.

2.8 Raison d'être et pertinence des travaux de l'Observatoire

Depuis le portrait initial des produits de fromage réalisé en 2020, certaines études sont parues sur le sujet. Malgré certains manques dans la littérature relativement à la caractérisation et l'amélioration des produits de fromage, ceci démontre un intérêt toujours présent pour cette catégorie d'aliments. Toutefois, très peu d'études ont effectué un suivi dans le temps de la composition nutritionnelle des produits de fromage, ainsi que leurs ventes. C'est pourquoi il s'avère nécessaire de recueillir des données québécoises afin de dresser un portrait de l'évolution de la catégorie de manière plus précise et appliqué au contexte actuel. Dans un tel contexte, les travaux de l'Observatoire s'avèrent pertinents afin de caractériser l'évolution de l'offre alimentaire des produits de fromage. Un tel suivi soutiendra à long terme les actions visant à améliorer la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire québécoise.

Objectifs

Les objectifs de cette étude portant sur le suivi des produits de fromage sont les suivants :

1. Répertorier les différences dans les types de produits de fromage disponibles au Québec, les informations présentes sur leur emballage et leurs ventes entre 2020 et 2025;
2. Comparer la composition nutritionnelle, le prix de vente et la contribution en nutriments des différents contenus des produits de fromage offerts et vendus au Québec entre 2020 et 2025 ainsi que leur statut (nouveau, identique, modifié ou retiré du marché);
3. Vérifier:
 - a) comment les informations présentes sur l'emballage sont associées à la teneur en certains nutriments d'intérêt et au prix de vente des produits de fromage;
 - b) dans quelle mesure ces associations diffèrent entre 2020 et 2025.

Méthodologie

4.1 Données de composition nutritionnelle

Pour répondre aux objectifs de recherche, une collecte en supermarchés (p. ex., Metro, IGA, Maxi), en magasins à grande surface (p. ex., Walmart, Costco) et en épiceries spécialisées (p. ex., Avril, Adonis) a d'abord été réalisée. Cette collecte s'est déroulée dans la ville de Québec et ses environs durant le mois de juillet 2025. Les magasins d'alimentation étaient sélectionnés en prenant soin d'intégrer les différentes bannières ainsi que les commerces de grande taille afin d'y retrouver une quantité importante et variée de produits. Tous les produits de fromage différents trouvés lors des visites dans les marchés d'alimentation ont été achetés jusqu'à l'atteinte de la saturation (c.-à-d., jusqu'à ce qu'aucun nouveau produit soit identifié).

Les produits de fromage inclus dans cette étude étaient les suivants :

- Fromages à la crème et produits de fromage à la crème;
- Fromages fondus (fromages fondus, préparations de fromage fondu et fromages fondus à tartiner);
- Imitations sans produits laitiers (p. ex., fauxmage) équivalents aux fromages nommés ci-haut.

Tous les autres types de fromage ont été exclus de la collecte (p. ex., fromage naturel, fromage râpé, fromage cottage, etc.). Les informations retrouvées sur les emballages des produits ont été saisies en double-codeur dans un fichier Excel. Ainsi, dès qu'une différence entre les deux codeurs était détectée, l'erreur était corrigée en vérifiant sur l'emballage du produit. Les données saisies incluent, entre autres, la marque, le nom du produit, le code universel des produits (**CUP**), le TVN, la liste des ingrédients et les allégations. Plus spécifiquement, les variables de composition nutritionnelle utilisées aux fins de la présente étude sont les suivantes : énergie (kcal), lipides (g), gras saturés (g), glucides (g), sucres totaux (g), protéines (g), sodium (mg) et calcium (mg). Le prix régulier par emballage a également été documenté en calculant la moyenne des prix observés dans les différents magasins d'alimentation visités et le prix de vente par portion a ensuite été calculé en faisant la moyenne des prix notés. **La portion de 30 g a été utilisée dans les analyses afin de faciliter les comparaisons entre les deux années à l'étude.** Celle-ci correspond à la quantité de référence (QR) établie par Santé Canada pour tous les produits de fromage²⁷.

Au-delà de la composition nutritionnelle de manière absolue, certains nutriments ont été identifiés lors du portrait initial comme étant davantage d'intérêt pour la catégorie des produits de fromage. Il s'agit des gras saturés et du sodium. Pour analyser plus en détails ces nutriments d'intérêt, le pourcentage de la VQ est utilisé. Le seuil de 5 % de la VQ est généralement utilisé afin de représenter une quantité faible d'un nutriment donné pour la portion indiquée sur le TVN, alors que le seuil de 15 % représente une quantité élevée^a. Des comparaisons supplémentaires avec les cibles volontaires de réduction du sodium de 2025 de Santé Canada ont également été réalisées²³. Ces cibles établies par Santé Canada sont de nature volontaire, les entreprises étant encouragées de les atteindre pour leurs produits d'ici la fin de 2025. Dans le cas des produits de fromage, les cibles de sodium sont établies à 420 mg/100 g pour les fromages à la crème, 1 240 mg/100 g pour les fromages fondus et 460 mg/100 g pour les imitations de produits de fromage d'origine végétale.

Outre la comparaison avec la VQ, le seuil de 10 % est utilisé par Santé Canada pour l'attribution d'un symbole nutritionnel sur le devant des emballages pour les produits préemballés riches en gras saturés, en sucres et/ou en sodium lorsque leur quantité de référence est inférieure ou égale à 30 g²⁸. Ainsi, une autre façon d'interpréter ces résultats est de calculer la proportion de produits de fromage qui auraient à afficher ce symbole. Le calcul se fait donc à partir de la portion indiquée sur le TVN ou à partir de la quantité de référence selon la valeur qui est la plus élevée entre les deux.

4.2 Classifications des produits et définitions

Les produits de fromage répertoriés ont été regroupés selon les classifications présentées dans le tableau 3. Ces classifications sont similaires à celles utilisées lors du portrait initial et ont été inspirées de la littérature grise et de la littérature scientifique.

^a Une note au sujet du pourcentage de la VQ se trouve au bas du TVN affiché sur les produits préemballés.

Tableau 3. Classifications des produits de fromage selon leur contenu et les informations présentes sur l'emballage

Classifications		Définitions
Type	À la crème	Fromage à la crème ou produit de fromage à la crème ou autre fromage mou à tartiner (mais pas fondu). Inclut leurs équivalents végétaux.
	Fondu à tartiner	Produit de fromage fondu à tartiner ou équivalent végétal.
	Fondu format individuel	Produit de fromage fondu généralement présenté en tranche, en triangle ou en cube pour consommation individuelle. Inclut leurs équivalents végétaux.
	Fondu à cuisiner	Produit de fromage fondu ayant une texture plus ferme que le fromage à tartiner, généralement présenté en bloc et souvent utilisé pour cuisiner ou équivalent végétal.
Origine	Animale	Produit de fromage à base de lait de vache ou de toute autre animal.
	Noix	Produit dont l'ingrédient principal est des noix, de l'huile de noix ou des graines.
	Avoine	Produit dont l'ingrédient principal est de l'avoine.
	Légumineuse	Produit dont l'ingrédient principal est une légumineuse ou du soya.
	Pomme de terre	Produit dont l'ingrédient principal est la pomme de terre ou autre légume racine.
Saveur	Nature	Produit de fromage nature, sans légumes, fruits, fines herbes ou autres saveurs.
	Fines herbes	Produit de fromage dont le nom mentionne un ajout de fines herbes ou épices.
	Légumes ou fruits	Produit de fromage dont le nom mentionne un ajout de légumes ou fruits.
	Autre	Produit de fromage dont le nom mentionne un assaisonnement ou une saveur autre que légumes, fruits ou fines herbes.
Phosphate	Avec	Produit de fromage avec ajout de phosphate ou un dérivé.
	Sans	Produit de fromage sans ajout de phosphate ou un dérivé.
Allégation relative au gras	Avec	Présence de l'allégation sans/faible/réduit en gras ou en matières grasses.
	Sans	Absence de l'allégation sans/faible/réduit en gras ou en matières grasses.
Clientèle cible	Enfants	Produit de fromage dont l'emballage affiche ou mentionne: <ul style="list-style-type: none"> qu'il s'agit d'un produit pour enfants ; un personnage / image / film / émission visant les enfants ; une activité ou une promotion destinée aux enfants ; un thème amusant ou fantastique ; l'utilisation pour les boîtes à lunch ou à l'école ; une forme amusante ou un nom accrocheur pour les enfants.
	Diète	Destiné en particulier aux personnes souhaitant prendre soin de leur poids. Inclut l'effet rassasiant, l'image de marque, le nom du produit et une mention mettant l'accent sur un faible contenu calorique (mais pas le nombre de calories seulement).
	Santé	Produit de fromage destiné aux personnes soucieuses de leur santé. Inclut l'image de marque, accent sur certains nutriments liés à la santé (50 % moins de gras que la version originale), les bienfaits (superaliments), l'alimentation équilibrée et le nom du produit. Exclut le terme nutritif.
	Population générale	Autre produit de fromage
Caractéristique particulière	Biologique	Lorsque qu'il est clairement inscrit sur l'emballage qu'il s'agit d'un produit de fromage biologique.
	Aspect naturel	Lorsqu'un terme sur l'emballage désigne moins transformé, moins d'agents de conservation, ingrédients simples, naturel/nature ou terme dérivant. Inclut le nom du produit et l'image de marque. Exclut termes faisant référence à la provenance des ingrédients, arôme/saveur naturelle.
	Aspect écologique	Lorsqu'un terme sur l'emballage fait référence à l'environnement, la durabilité, le gaspillage alimentaire. Considérer uniquement le produit et non l'emballage.
	Aspect authentique	Artisanal, authentique, maison, fait à la main, tradition / traditionnel, vrai, rustique, recette d'origine, d'antan, à l'ancienne ou terme dérivant. Exclut termes référant à la provenance des ingrédients.
	De base	Aucune caractéristique particulière.

Les produits de fromage ont d'abord été classifiés en fonction de leur **type**. La figure 1 présente de manière imagée les quatre types de produits de fromage présents dans la classification.

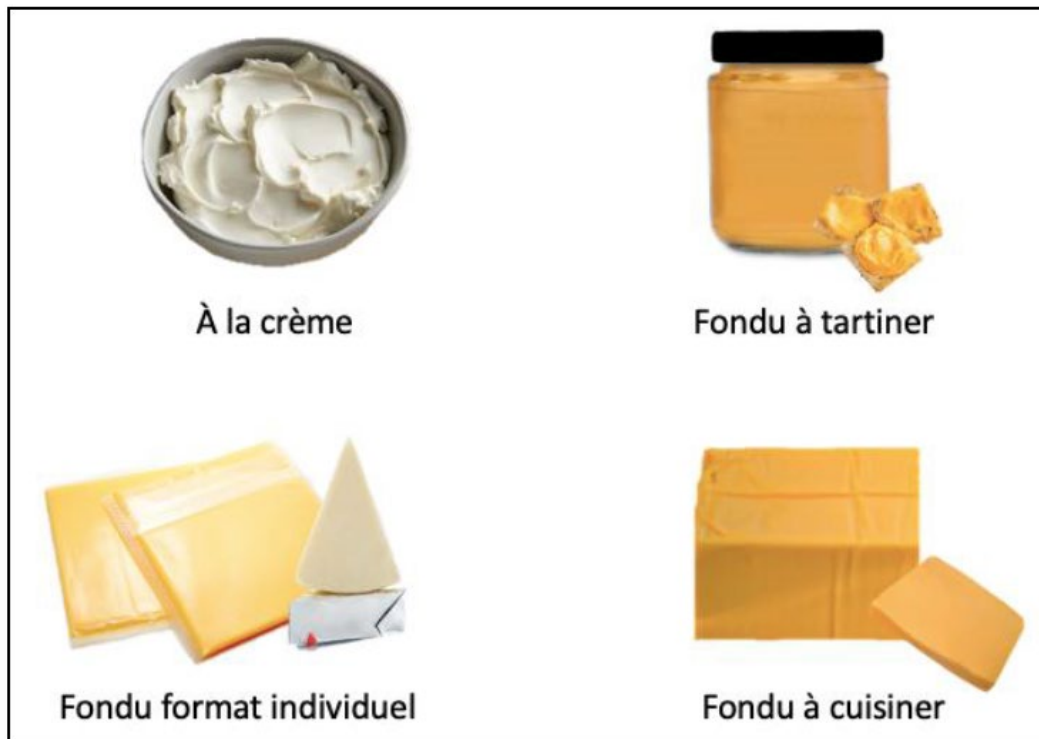


Figure 1. Présentation des différents types de produits de fromage

Chaque produit a également été classifié selon certaines informations présentes sur l'emballage. Comme le montre le tableau 3, une classification selon l'**origine**, la **saveur**, la présence de **phosphate** dans la liste des ingrédients, l'affichage d'une **allégation relative au gras**, la **clientèle cible** et la **caractéristique particulière**. Ce processus de classification a été réalisé en double-codeur (concordance de 98,3 %) et une tierce personne a été consultée lors de divergences, en vue d'un consensus.

En comparaison avec 2020, certains changements ont eu lieu dans la classification des produits de fromage. Ces changements ont été apportés pour uniformiser le procédé de classification avec celui des autres catégories analysées par l'Observatoire, pour ajuster la classification selon l'évolution du marché et pour mieux distinguer certains aspects des produits de fromage. Les changements apportés sont les suivants :

- Élargissement de la sous-classification « végétale » de la classification « origine » pour maintenant inclure « noix », « avoine », « légumineuse » et « pomme de terre »;
- Ajout des sous-classifications « fines herbes » et « légumes ou fruits » à la classification « saveur »;
- Ajout de la sous-classification « diète » à la classification « clientèle cible »;

- Ajout de la sous-classification « aspect écologique » à la classification « caractéristique particulière ».

Ainsi, les produits de 2020 ont été classifiés à nouveau en fonction de ces changements afin de permettre les comparaisons avec les produits répertoriés en 2025. La comparaison des produits entre les deux années de collecte s'avère nécessaire afin d'évaluer la composition nutritionnelle des produits recensés en fonction des classifications établies.

En plus de ces classifications, les produits de fromage ont également été triés selon leur **statut** comparativement à 2020, c'est-à-dire s'ils étaient de nouveaux produits, des produits identiques ou des produits modifiés. Les produits de fromage de 2020 qui n'ont pas été répertoriés en 2025 ont reçu le statut de produits retirés du marché. Le tableau 4 ci-dessous présente les définitions des différents statuts.

Tableau 4. Produits selon leur statut comparativement à 2020

Statuts	Définitions
Nouveau produit	Produit ne s'apparentant à aucun produit de la collecte de 2020 et ayant un CUP présent uniquement lors de l'étude de 2025.
Produit identique	Produit qui peut avoir un CUP différent entre les deux années de collecte tant que les informations suivantes sont identiques : nom du produit, liste des ingrédients, tableau de valeur nutritive, allégations et emballage.
Produit modifié	Produit présent sur le marché en 2020 et en 2025 (le CUP peut être identique ou non), mais présentant des évolutions ou des modifications dans leur emballage (p. ex., images, logos, allégations) et/ou leur composition nutritionnelle.
Produit retiré	Produit présent uniquement lors du portrait initial de 2020.

En ce qui a trait aux produits modifiés, certains changements sont permis sans devoir nécessairement changer le CUP²⁹. À cet égard, la ou les raisons expliquant qu'un produit s'est retrouvé avec le statut « modifié » ont également été prise(s) en compte. Ainsi, un produit modifié pouvait présenter une ou plusieurs de ces raisons :

- ajout(s), retrait(s) ou changement(s) dans le TVN;
- ajout(s), retrait(s) ou changement(s) dans la liste des ingrédients;
- ajout(s), retrait(s) ou changement(s) concernant les allégations ou logos à connotation santé ou nutritionnelle (p. ex., source de fibres ou faible en gras saturés);
- ajout(s), retrait(s) ou changement(s) concernant une tout autre information sur l'emballage (p. ex., fait de blé canadien ou sans agent de conservation);
- ajout(s), retrait(s) ou changement(s) d'apparence générale de l'emballage (p. ex., image, photo).

4.3 Données d'achats alimentaires

Une seconde base de données a été utilisée dans le cadre de ce projet afin de croiser les données liées aux achats alimentaires à celles de leur composition nutritionnelle. Plus spécifiquement, les données de ventes des produits de fromage disponibles au Québec sont fournies par la compagnie NielsenIQ³⁰. La majorité de l'information qui s'y retrouve provient de la lecture optique des produits achetés aux caisses, ce qui représente les achats effectués dans les supermarchés des principales chaînes d'alimentation et pharmacies du Québec (p. ex., Loblaws, Sobeys, Metro, Walmart [marques nationales seulement^b]). Une partie de l'information provient toutefois d'une projection réalisée à partir des données d'achats d'un panel de consommateurs *Homescan* (soit 12 000 foyers à travers le Canada, statistiquement représentatifs de la population) et complète l'information pour les détaillants non participants, ce qui est entre autres le cas pour le réseau des clubs entrepôts (p. ex., Costco) et les magasins à un dollar (p. ex., Dollarama). Finalement, puisque les petites chaînes (p. ex., Marché Richelieu) ne sont pas en mesure de fournir les informations de ventes pour la totalité de leurs magasins, un audit a été réalisé pour estimer le plus précisément possible le marché qu'ils représentent. Les dépanneurs et stations-service ne sont pas couverts par la base de données, mais ils représentent seulement 3 % des ventes de l'ensemble du marché. Il faut également noter que cette base de données couvre une période de 52 semaines se terminant le 16 mai 2025. Les variables disponibles par produit sont les ventes en dollar canadien, les ventes en kilogramme et les ventes à l'unité.

4.4 Croisement avec les données nutritionnelles

Pour faciliter le croisement des deux bases de données, le CUP a été utilisé. Grâce à lui, il a été possible de combiner de manière automatisée les informations nutritionnelles et les données de ventes pour 65 produits de fromage. La vérification manuelle du nom des produits a ensuite permis de faire le croisement pour 34 produits de fromage supplémentaires. Ainsi, sur les 142 produits recensés dans la base de données de composition nutritionnelle, les données de ventes étaient disponibles pour 99 d'entre eux, soit 70 % de l'échantillon. Le volume de ventes des produits pour lesquels les informations nutritionnelles et de ventes sont disponibles s'élève à plus de 10 millions de kilogrammes. Par rapport au volume de ventes totales de la base de données de NielsenIQ pour les produits de fromage, qui totalise plus de 12 millions de kilogrammes, cela représente une couverture de 86 % du marché des produits de fromage au Québec.

4.5 Analyses statistiques

Afin d'offrir une description générale de l'offre et des achats des produits de fromage au Québec, de même que leur évolution, des tableaux de fréquence sont présentés. Les parts de marché de chaque classification de produits de fromage en 2025 sont détaillées autant

^b Marque qui a une notoriété à l'échelle nationale et qui est distribuée sur l'ensemble d'un territoire.

en nombre de produits qu'en volume de ventes (kg). L'évolution des parts de marché est exprimée en différence de points de pourcentage (pp)^c par rapport à 2020. L'évolution de la diversité^d est exprimée en nombre de produits qui diffèrent avec l'année de référence (2020), puis les différences dans la répartition sont présentées en pp.

Chaque type de produits de fromage de 2025 est d'abord comparé aux autres types sur la base de sa composition nutritionnelle et de son prix. Ces analyses sont une fois de plus répétées en pondérant pour le volume de ventes, ce qui permet de mieux représenter ce que la population québécoise achète. Tout au long du présent rapport, les données pondérées pour les ventes sont libellées comme étant « les achats » afin d'alléger le texte. Ensuite, l'évolution de ces informations entre 2020 et 2025 est présentée en unité et en pourcentage relatif pour chaque type de produits de fromage. Des figures illustrant la moyenne des teneurs en nutriments d'intérêt pour cette catégorie sont présentées en annexe. D'autres figures illustrent l'évolution entre 2020 et 2025 de la proportion des produits offerts et des ventes en fonction des seuils de 15 % de la VQ pour les gras saturés et le sodium ou en fonction des cibles volontaires de réduction du sodium. Ces figures permettent de voir rapidement où se situent les produits par rapport aux seuils pour ces nutriments d'intérêt, et ce, pour chaque type de produits de fromage.

Quant au symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage, les analyses descriptives présentent les proportions de produits de fromage qui auraient à porter ce symbole pour chaque nutriment. Ces analyses sont réalisées en fonction des seuils de Santé Canada présentés à la section 4.1. Pour chaque classification (information présente sur l'emballage), la composition nutritionnelle et le prix de vente des produits de 2025 sont d'abord comparés à la classification de référence. Ensuite, la variation de la composition nutritionnelle et du prix entre 2020 et 2025 est évaluée en unité et en pourcentage relatif pour chaque classification de produits de fromage. Finalement, la composition nutritionnelle et le prix de vente selon le statut (nouveau, identique, modifié ou retiré) ont été comparés en combinant l'ensemble des produits de fromage et des données de ventes des collectes de 2020 et de 2025. Des analyses descriptives détaillant la composition nutritionnelle et le prix en fonction du statut des produits de fromage sont également présentées. Ces analyses permettent notamment d'évaluer si les produits modifiés depuis 2020 se sont améliorés quant à leur composition nutritionnelle.

Les tests utilisés sont le test de Kruskal-Wallis lorsque les données ne sont pas pondérées pour les ventes et des régressions sur les rangs lorsque pondérées. Pour tous les tests statistiques, le seuil de significativité ($\alpha=0,05$) a été corrigé à l'aide de la méthode de correction de Bonferroni pour prendre en compte les comparaisons multiples.

^c Le point de pourcentage est une unité pour désigner la différence arithmétique entre deux pourcentages.

^d La diversité représente le nombre de produits différents retrouvés sur le marché pour une année donnée. Un produit n'est pas considéré différent si seul le format de vente varie. Dans l'éventualité où plusieurs formats existent sur le marché, les ventes de chaque format sont additionnées.

5 Résultats et interprétation des données

5.1 Diversité des produits de fromage (objectif 1)

Le tableau 5 présente le nombre de produits différents (diversité) en ordre décroissant, les ventes pour chaque classification ainsi que l'évolution comparativement à 2020.

La diversité est présentée en nombre de produits et en pourcentage que ce nombre représente sur l'entièreté de l'offre pour une année donnée. L'évolution de la diversité brute est exprimée en nombre de produits en comparaison avec l'année de référence (2020). Cette évolution est dite brute puisqu'elle représente l'évolution du nombre de produits d'une classification donnée. L'évolution de la diversité relative représente, quant à elle, l'évolution d'une classification relativement à l'ensemble des produits de fromage et est exprimée en points de pourcentage (pp). La diversité relative sera mise de l'avant tout au long du rapport.

Un total de 142 produits a été recensé en 2025 comparativement à 118 en 2020. Ceci représente une augmentation de 24 produits, soit 20 %. Quant aux ventes, une diminution de l'ordre de 3 994 396 kg, soit 27 %, a été observée.

Tableau 5. Évolution de la diversité des produits de fromage et leurs ventes selon leur type et l'information sur l'emballage

Classifications		Diversité 2020 (n(%))	Diversité 2025 (n(%))	Évolution de la diversité (n(pp) ⁱ)	Ventes 2020 (% ⁱⁱ)	Ventes 2025 (% ⁱⁱⁱ)	Évolution des ventes (pp)
Type	À la crème	69 (58)	86 (61)	+17 (+3)	21	27	+6
	Fondu format individuel	40 (34)	48 (34)	+8 (0)	62	57	-5
	Fondu à tartiner	7 (6)	6 (4)	-1 (-2)	14	12	-2
	Fondu à cuisiner	2 (2)	2 (1)	0 (-1)	3	4	+1
Origine	Animale	96 (81)	114 (80)	+18 (-1)	100	100	0
	Noix	20 (17)	18 (13)	-2 (-4)	0	0	0
	Avoine	0 (0)	5 (4)	+5 (+4)	0	0	0
	Pomme de terre	1 (1)	3 (2)	+2 (+1)	0	0	0
	Légumineuse	1 (1)	2 (1)	+1 (0)	0	0	0
Saveur	Nature	85 (72)	103 (73)	+18 (+1)	95	94	-1
	Fines herbes	11 (9)	22 (15)	+11 (+6)	3	4	+1
	Légumes ou fruits	4 (4)	12 (8)	+8 (+4)	1	1	0
	Autre	18 (15)	5 (4)	-13 (-11)	1	1	0
Phosphate	Sans	74 (63)	92 (65)	+18 (+2)	28	27	-1
	Avec	44 (37)	50 (35)	+6 (-2)	72	73	+1
Allégation relative au gras	Sans	97 (82)	120 (85)	+23 (+3)	94	93	-1
	Avec	21 (18)	22 (15)	+1 (-3)	6	7	+1
Clientèle cible	Population générale	90 (76)	124 (87)	+34 (+11)	93	96	+3
	Santé	20 (17)	15 (11)	-5 (-5)	4	0	-4
	Enfants	8 (7)	3 (2)	-5 (-6)	3	4	+1
Caractéristique particulière	De base	99 (84)	117 (82)	+18 (-2)	96	99	+3
	Aspect naturel	9 (8)	14 (10)	+5 (+2)	4	1	-3
	Aspect authentique	5 (4)	5 (4)	0 (0)	0	0	0
	Biologique	5 (4)	4 (3)	-1 (-1)	0	0	0
	Aspect écologique	0 (0)	2 (1)	+2 (+1)	0	0	0
Total		118	142	+24	14 856 290 kg	10 861 894 kg	

ⁱ pp : points de pourcentage.

ⁱⁱ Nombre de produits pour lesquels les données de ventes étaient disponibles en 2020 : 87.

ⁱⁱⁱ Nombre de produits pour lesquels les données de ventes étaient disponibles en 2025 : 99.

Tout d'abord, les fromages à la crème (n=86/142; 61 %) constituent la majorité des produits de fromage offerts sur le marché lorsqu'analysés selon le **type**. C'était également le cas en 2020. De plus, leur diversité relative a augmenté de 3 pp depuis le portrait initial. Les ventes de ce type de produits ont aussi augmenté de 6 pp. Toutefois, ce sont toujours les fromages fondus à format individuel qui détiennent la majorité des parts de ventes (57 %) et ce, malgré une diminution des ventes de 5 pp depuis 2020. Quant aux fromages fondus à tartiner et ceux à cuisiner, ils demeurent peu nombreux sur le marché en termes de diversité relative. Il est tout de même intéressant de noter que les fromages à tartiner détiennent 12 % des ventes même s'ils ne représentent que 4 % de l'offre des produits de fromage en 2025.

En ce qui concerne la classification selon l'**origine**, les produits de fromage d'origine animale dominant toujours tant au niveau de la diversité relative que des ventes. D'autre part, l'offre des imitations de produits de fromage d'origine végétale s'est diversifiée un peu depuis 2020. En effet, bien que ceux à base de noix occupent encore une grande proportion de l'offre végétale, d'autres sources comme l'avoine ou les légumineuses sont maintenant davantage utilisées pour fabriquer ces produits. Malgré une certaine diversification de l'offre des produits d'origine végétale, il en demeure que ceux-ci ne sont que très peu vendus par rapport à ceux d'origine animale. Il est possible de constater dans le tableau 5 que tous les produits d'origine végétale ont des parts de ventes de 0 %. Cela signifie qu'ils représentaient moins de 0,5 % des ventes totales.

Quant à la **saveur**, les produits de fromage nature sont les plus nombreux sur le marché (73 % de diversité, +1 pp) et occupent une majorité des ventes (94 %, -1 pp). D'autre part, les produits aux fines herbes ont vu leur diversité et leurs ventes augmenter de 6 et 1 pp, respectivement. En ce qui concerne la présence de **phosphate** dans les produits de fromage, ceux sans phosphate sont les plus nombreux sur le marché (65 % de l'offre, +2 pp). Cependant, ils occupent une plus faible part de ventes que ceux contenant du phosphate (27 % contre 73 %). D'autre part, ce sont 15 % des produits de 2025 pour lesquels la présence d'une **allégation relative au gras** a été remarquée. Toutefois, ils ne représentent que 7 % des ventes (+1 pp depuis 2020).

La classification selon la **clientèle cible** a montré que les produits de fromage visant la population générale ont vu leur diversité et leurs ventes augmenter depuis 2020 (+11 et +3 pp, respectivement). D'un autre côté, les produits de fromage visant une clientèle soucieuse de sa santé ont vu leur diversité diminuer de 5 pp et leurs ventes diminuer de 4 pp toujours en comparaison avec 2020. Concernant la **caractéristique particulière**, les produits de fromage de base (sans caractéristique particulière) ont connu des augmentations de ventes de 3 pp, malgré une diminution de diversité relative de 2 pp. Finalement, il y a eu une augmentation de 2 pp dans la diversité des produits d'aspect naturel, mais cela ne s'est pas reflété dans leurs ventes (-3 pp depuis 2020).

Au-delà de la diversité de produits, la représentativité des produits de fromage peut être illustrée en considérant le **statut** des produits (c.-à-d., identique, modifié, nouveau ou retiré) en comparaison avec 2020. La figure 2 ci-dessous illustre le pourcentage de produits selon leur statut.

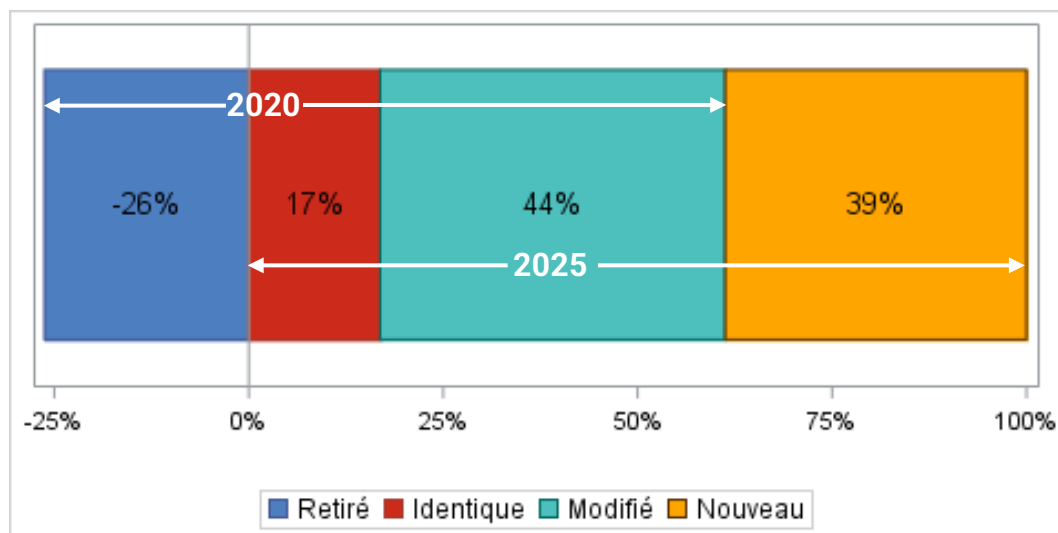


Figure 2. Statut de l'ensemble des produits de fromage recensés en 2025 comparativement à 2020

Pour l'ensemble de l'offre de 2025, 17 % des produits sont demeurés identiques ($n=24/142$) à 2020, 44 % des produits ont été modifiés ($n=63/142$) depuis 2020 et 39 % sont de nouveaux produits ($n=55/142$). De plus, 26 % des produits qui étaient sur le marché en 2020 ont été retirés ($n=31/118$).

Les produits de fromage modifiés représentent 87 % des ventes de l'ensemble de la catégorie en 2025. Parmi les produits modifiés, 87 % ($n=55/63$) ont eu un changement dans le TVN, 83 % ($n=52/63$) dans la liste des ingrédients et 48 % ($n=30/55$) au niveau de l'emballage. De ceux-ci, 32 % ont de nouvelles informations relatives à la nutrition et la santé, alors que 40 % ont de nouvelles informations portant sur autre chose que la nutrition ou la santé. Le nombre de raisons ayant mené à un statut modifié est présenté en annexe (tableau 11). Toujours concernant les produits modifiés, 81 % d'entre eux ont conservé le même CUP, alors que 19 % avaient un CUP différent. À ce sujet, il n'existe aucun lien statistique entre une modification du TVN et une modification du CUP.

La figure suivante présente la répartition du statut des produits selon le type de produits de fromage.

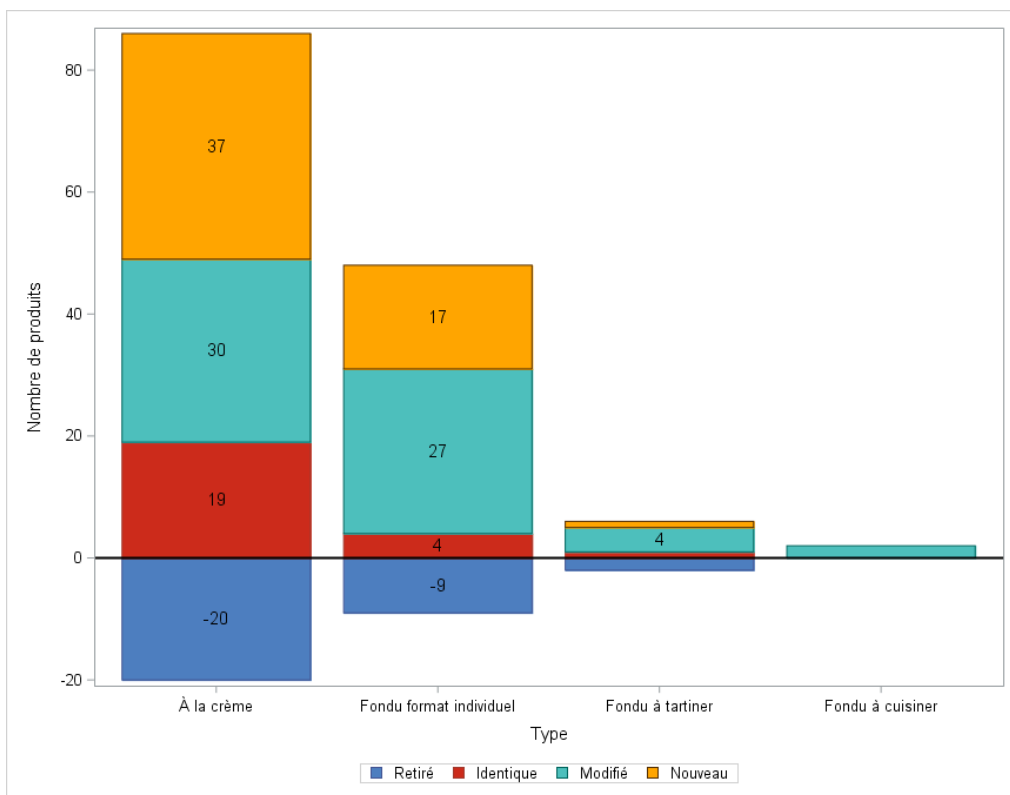


Figure 3. Répartition des produits de fromage par type selon le statut en 2025 comparativement avec 2020

Selon la figure 3, il est possible de remarquer que les fromages à la crème proposent la plus grande quantité de nouveaux produits ($n=37/86$; 43 %^e), de produits modifiés ($n=30/86$; 35 %), identiques ($n=19/86$; 22 %) et retirés ($n=20/69$; 29 %). Les fromages fondus à format individuel proposent également une grande quantité de produits modifiés ($n=27/48$; 56 %).

5.2 Composition nutritionnelle et prix de vente (objectif 2)

Le tableau 6 présente la composition nutritionnelle et le prix de vente par 30 g des produits de fromage sur le marché en 2025, ainsi que le pourcentage de variation comparativement aux produits de 2020. La variation en valeur absolue y est également présentée.

^e Les pourcentages des produits dans chacun des statuts se calculent comme suit : le même dénominateur sert à calculer le pourcentage des produits identiques, modifiés et nouveaux. Ce dénominateur est le nombre de produits retrouvés sur le marché en 2025 par type de produits de fromage. Quant au calcul concernant les produits retirés, le dénominateur utilisé est le nombre de produits de ce même type retrouvés sur le marché lors de l'année de référence (soit 2020).

Tableau 6. Composition nutritionnelle et prix de vente des produits de fromage offerts et vendus en 2025 (n=142) par portion de 30 g et pourcentage de variation par rapport à 2020 (n=118)

	Énergie (kcal)		Lipides (g)		Gras saturés (g)		Glucides (g)		Sucres (g)		Protéines (g)		Sodium (mg)		Calcium (% VQ)		Prix de vente (\$ constants)	
	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats
Valeur	78±17	79±16	6,0±2,0	5,6±1,8	3,8±1,7	2,8±1,4	3±2	3±1	1,4±1,1	2,1±1,0	2,9±1,6	4,0±1,6	222±136	353±140	5,6±4,8	8,4±3,9	0,73±0,42	0,51±0,13
Variation en unité	2,5±2,0	2,9±2,1	0,4±0,3	0,4±0,3	0,3±0,2	-0,3±0,2	0,0±0,2	-0,4±0,2	-0,2±0,1	-0,2±0,2	-0,2±0,2	0,2±0,2	-7,6±17,4	-12,0±19,9	-0,8±0,6	-0,1±0,7	-0,01±0,05	-0,03±0,03
Variation en %	3,3±2,7	3,8±2,7	6,2±4,5	8,1±5,0	7,8±5,8	-8,7±5,9	1,0±6,9	-9,9±5,6	-13,3±8,8	-7,2±6,9	-4,9±6,6	6,1±5,6	-3,3±7,6	-3,3±5,4	-12,9±9,7	-1,4±7,8	-1,3±7,4	-5,3±4,9

Moyenne ± écart-type.

Offre=Composition nutritionnelle des produits de fromage offerts sur le marché (n=142).

Achats=Composition nutritionnelle des produits de fromage vendus (la moyenne a été pondérée selon le nombre de portions vendues) (n=99).

Le seuil utilisé est 0,555% (p<0,00555) et correspond à la correction de Bonferroni (5 % / 9 ; seuil de signification / nombre de comparaisons effectuées).

La composition nutritionnelle des produits de fromage offerts en 2025 ne présente aucune différence significative par rapport à 2020 et ce, même si les données sont pondérées en fonction des ventes. Bien que cette variation ne soit pas significative, il est possible de constater que la teneur en gras saturés a augmenté de 8 % pour les produits de fromage offerts. Lorsque les achats sont considérés, cette variation devient négative (-9 %). Les variations en nutriments d'intérêt sont illustrées à la figure 4 tant pour l'offre que pour les achats.

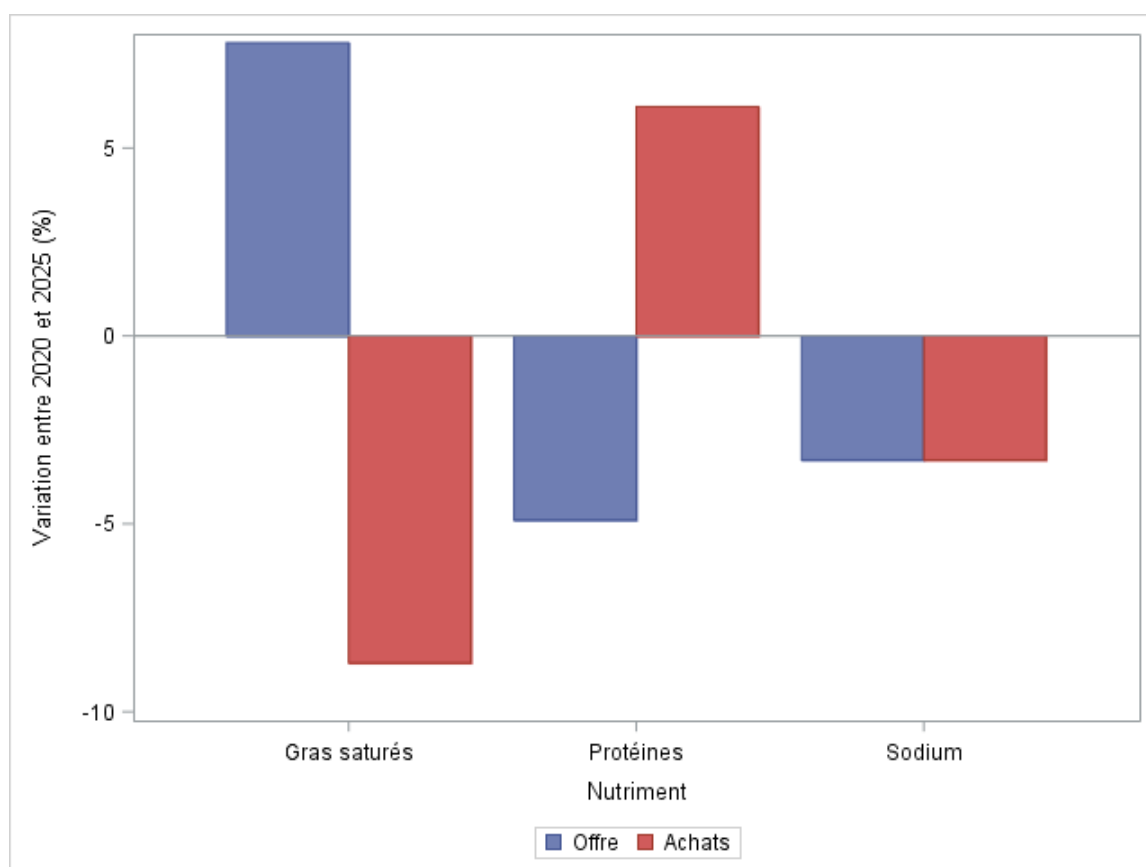


Figure 4. Pourcentage de variation des nutriments d'intérêt pour l'offre et les achats de l'ensemble des produits de fromage entre 2020 et 2025

Ces mêmes analyses ont été reprises selon les différents types de produits de fromage. Ainsi, le tableau 7 présente la composition nutritionnelle de 2025 en comparaison avec 2020 en fonction du type de produits de fromage. Les données pour l'année 2025 y sont présentées et comparées avec l'année de référence (2020) en pourcentage de variation pour une portion de 30 g.

Tableau 7. Composition nutritionnelle et prix de vente des produits de fromage de 2025 (n=142) selon le type par portion de 30 g et variation par rapport à 2020 (n=118)

Type		Énergie (kcal)		Lipides (g)		Gras saturés (g)		Glucides (g)		Sucres (g)		Protéines (g)		Sodium (mg)		Calcium (% VQ)		Prix de vente (\$ constants)	
		Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats
À la crème (n=86/27%) [§]	Teneur	78±17	78±14	6,6±1,9*	6,7±1,8*	4,0±1,6	4,3±1,1*	3±1	3±1**	1,4±1,1	1,7±0,7	2,2±0,8**	2,2±0,5**	125±37**	135±35**	2,8±2,5**	3,1±0,8**	0,82±0,46*	0,65±0,11*
	Unité [□]	1,7±2,6	-2,6±2,7	0,4±0,3	0,2±0,4	0,4±0,3	0,1±0,2	-0,3±0,2	0,4±0,2	-0,3±0,2	-0,1±0,2	0,0±0,1	0,1±0,1	-1,8±5,9	-2,0±6,7	-0,2±0,3	-1,0±0,2	0,01±0,08	-0,16±0,02
	% ^{§§}	2,2±3,4	-3,2±3,3	6,7±4,7	2,6±5,5	10,0±7,0	3,5±5,0	-11,0±8,6	17,7±7,0	-15,0±11,5	-5,7±10,4	-0,1±6,1	3,5±4,2	-1,4±4,7	-1,4±4,9	-5,1±11,6	-23,7±3,7	0,7±9,3	-20,1±2,8
Fondu format individuel (n=48/57%)	Teneur	77±16	81±18	5,0±1,8**	5,1±1,7	3,3±1,8	2,3±0,8	4±2*	4±1	1,5±1,1	2,2±1,0	4,1±1,9*	5,1±0,9*	375±88*	443±40*	10,2±4,3*	11,1±2,1*	0,57±0,32**	0,46±0,10**
	Unité	5,3±3,5	5,7±3,6	0,4±0,4	0,4±0,4	0,3±0,3	-0,5±0,2	0,5±0,3	-0,5±0,3	-0,2±0,2	0,0±0,2	-0,3±0,4	0,5±0,2	-3,1±21,1	8,7±11,6	-1,3±1,0	1,1±1,0	-0,04±0,07	-0,01±0,04
	%	7,3±4,9	7,6±4,8	8,5±8,8	8,4±7,5	8,4±11,2	-16,5±7,0	15,0±9,5	-11,9±7,0	-12,3±13,6	-0,6±9,5	-6,7±9,0	11,6±4,2	-0,8±5,6	2,0±2,7	-11,7±8,6	10,5±10,1	-6,9±12,2	-3,1±8,0
Fondu à tartiner (n=6/12%)	Teneur	78±15	75±10	5,9±2,2	5,4±1,7	3,4±2,2	2,0±1,6	3±2	4±2	1,2±1,5	2,1±1,4	2,8±1,2	2,6±0,9**	347±93	385±50	6,5±3,1	7,2±1,8	0,66±0,27	0,47±0,05
	Unité	-4,5±8,0	0,3±6,1	-0,5±1,2	0,4±1,1	-0,5±1,0	-0,7±0,9	0,6±1,4	-0,7±1,3	-0,3±0,9	-0,8±1,0	-0,5±0,6	0,1±0,6	23,8±53,8	-7,2±31,9	-2,4±1,3	-1,3±0,9	-0,04±0,18	0,00±0,02
	%	-5,5±9,6	0,5±8,1	-8,0±19,4	7,8±22,0	-13,0±26,6	-25,7±32,8	23,5±55,7	-16,0±28,0	-18,3±63,8	-26,7±34,3	-13,8±18,2	3,5±22,2	7,4±16,7	-1,8±8,1	-26,6±14,9	-15,1±10,4	-6,3±25,0	-0,5±5,2
Fondu à cuisiner (n=2/4%)	Teneur	100±28	80±0	7,5±3,5	5,0±0,0	4,0±2,8	2,0±0,0	3±2	4±0	2,0±1,4	3,0±0,0	5,0±1,4	4,0±0,0	360±127	450±0	11,5±2,1	10,0±0,0	0,81±0,39	0,53±0,00
	Unité	3,1±26,2	0,0±0,0	-0,2±3,7	0,0±0,0	-0,6±2,6	-1,0±0,0	0,5±2,5	0,0±0,0	0,5±1,8	0,0±0,0	-0,1±1,5	0,0±0,0	-128,8±98,0	0,0±0,0	-1,3±3,1	0,0±0,0	0,04±0,47	0,14±0,00
	%	3,2±27	0,0±0,0	-2,2±47,7	0,0±0,0	-13,1±55,7	-33,3±0,0	25,0±125,0	0,0±0,0	33,3±120,2	0,0±0,0	-2,0±29,2	0,0±0,0	-26,3±20,1	0,0±0,0	-9,9±24,6	0,0±0,0	5,7±61,7	37,7±0,0

Moyenne ± écart-type.

Offre=Composition nutritionnelle des produits de fromage offerts sur le marché (n=142).

Achats=Composition nutritionnelle des produits de fromage vendus (la moyenne a été pondérée en fonction du nombre de portions vendues) (n=99).

Teneur : Les cases ayant un * signifient que la valeur est significativement supérieure aux autres types de produits de fromage tandis que les cases ayant ** signifient que la valeur est significativement inférieure aux autres types de produits de fromage.

Variation : Les cases en **bleu** signifient que la valeur est significativement inférieure aux produits de fromage du même type en 2020.

Le seuil utilisé est 0,125% (p<0,00125) et correspond à la correction de Bonferroni (5% / 40 ; seuil de signification / nombre de comparaisons effectuées).

§ Le n représente la variété de produits offerts et les pourcentages indiquent le pourcentage du volume de ventes. Le volume de ventes, plutôt que le nombre de produits, détermine la puissance des tests effectués pour les achats,

§§ = variation en % (2025 vs 2020).

□ = variation en unité (2025 vs 2020).

Les astérisques présentés au tableau 7 permettent d'identifier les différences de composition nutritionnelle au sein des produits de fromage de 2025 selon leur type. À ce niveau, les fromages à la crème fournissent plus de lipides et moins de protéines, de sodium et de calcium que les autres produits de fromage. Lorsque les achats sont considérés, ils fournissent aussi plus de gras saturés que les autres types de produits. Les fromages à la crème sont également plus dispendieux que les autres produits de fromage. À l'inverse, les fromages fondus à format individuel contiennent moins de lipides, mais plus de protéines, de sodium et de calcium que les autres produits de fromage, le tout pour un prix de vente plus faible. Quant aux fromages fondus à tartiner, une seule différence significative ressort et il s'agit de leur teneur en protéines qui s'avère plus faible que les autres produits mais seulement lorsque les données sont pondérées pour les ventes.

Les variations de la composition nutritionnelle comparativement à 2020 sont repérables au tableau 7 par les cases de couleur. De façon similaire à ce qui a été remarqué dans le tableau 6, il est possible de constater que la composition nutritionnelle des différents produits de fromage ne diffère pas de celle de 2020. Ceci est vrai autant pour l'offre que pour les données pondérées pour les ventes. Seule une diminution du prix de vente a été repérée pour les fromages à la crème une fois les données pondérées selon les ventes.

5.2.1 Comparaison avec les seuils de la valeur quotidienne

Au-delà de la valeur nutritive absolue présentée par portion indiquée, il est également possible d'illustrer la composition nutritionnelle selon le pourcentage de la VQ. Le seuil de 5 % de la VQ représente généralement une faible quantité d'un nutriment donné alors que le seuil de 15 % représente une quantité élevée, le tout pour la portion indiquée sur le TVN.

Les figures suivantes illustrent donc la variation en points de pourcentage des produits respectant le seuil de 15 % de la VQ pour les gras saturés (figure 5) et le sodium (figure 6) ainsi que pour les cibles volontaires de réduction pour le sodium (figure 7). Ces variations sont illustrées par portion affichée sur l'emballage en 2025 comparativement à 2020. Pour toutes ces figures, les bandes bleues illustrent l'offre et les bandes rouges illustrent les achats. En ce qui concerne les teneurs en nutriments d'intérêt des produits de fromage en comparaison avec 2020, les figures se trouvent en annexe (figures 10 et 11).

La figure 5 montre les variations – entre 2025 et 2020 – de la proportion (en points de pourcentage) des produits de fromage respectant le seuil de 15 % de la VQ pour les **gras saturés** (<3 g par portion indiquée sur l'emballage), selon leur type, et ce, tant pour l'offre que pour les achats.

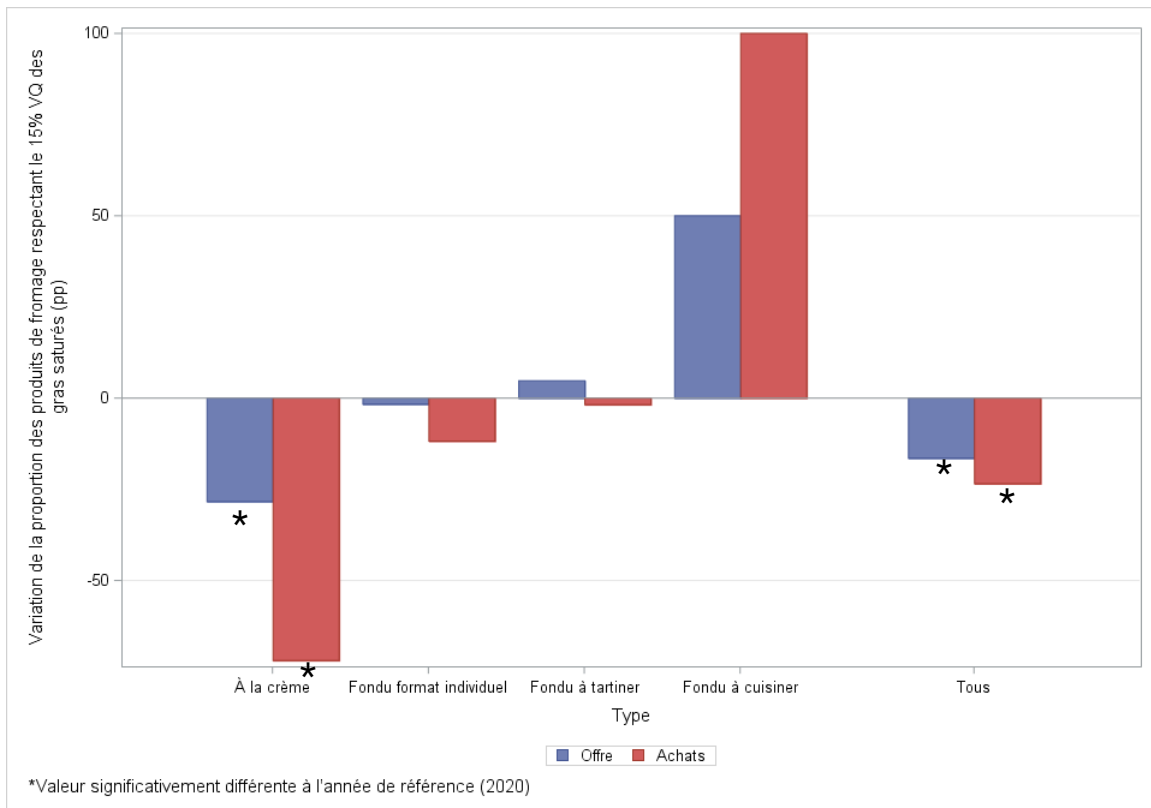


Figure 5. Évolution (2020 à 2025) de la proportion des produits de fromage de l'offre et des achats respectant le seuil de 15 % de la VQ pour les gras saturés, par portion indiquée sur l'emballage

Dans l'ensemble, une proportion significativement plus faible de produits de fromage respecte maintenant le seuil de 15 % de la VQ pour les gras saturés en 2025. Cela est vrai autant pour l'offre (-17 pp) que les achats (-23 pp). Cette tendance est également observée chez les fromages à la crème offerts et vendus (-28 pp et -72 pp, respectivement). Bien que les variations semblent élevées pour les fromages fondus à cuisiner, il est important de spécifier qu'il y avait très peu de produits de ce type (seulement deux produits modifiés). Ainsi, les différences observées à ce niveau ne sont pas significatives.

La figure 6 illustre les variations – entre 2025 et 2020 – de la proportion des produits de fromage respectant le seuil de 15 % de la VQ, cette fois pour le **sodium** (350 mg par portion affichée sur l'emballage), selon leur type, et ce, tant pour l'offre que pour les achats.

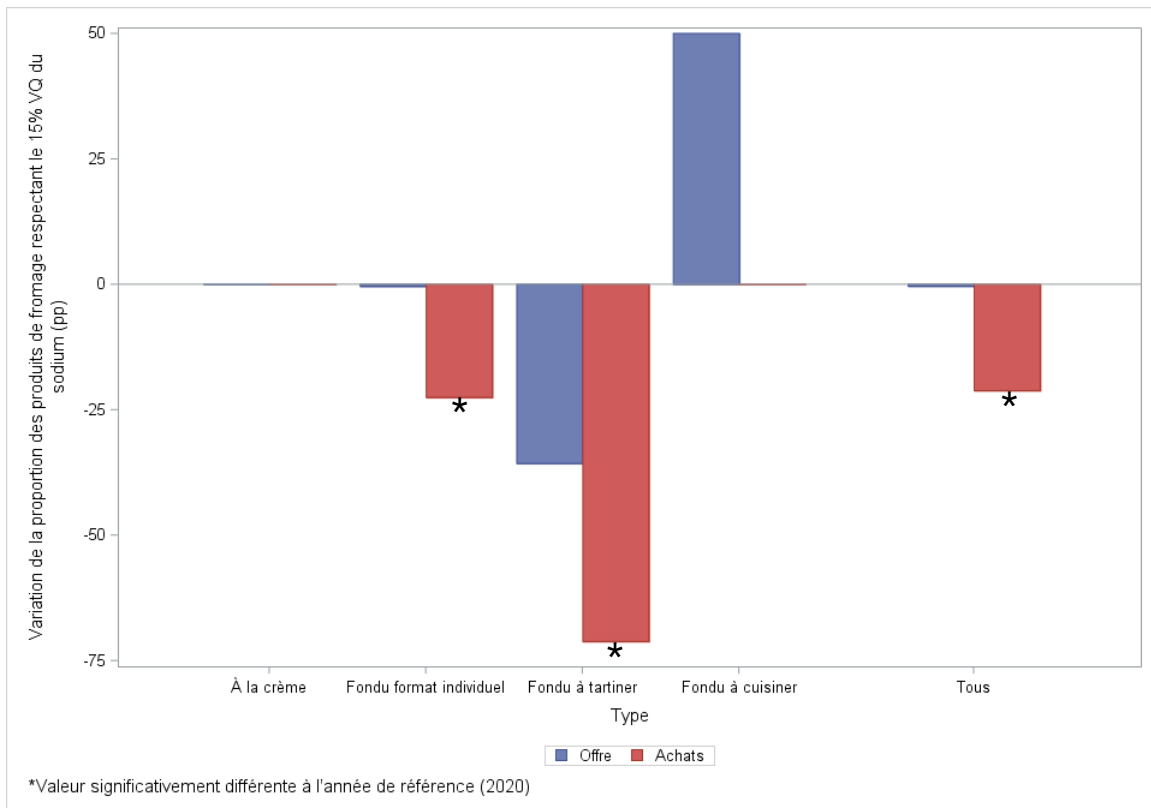


Figure 6. Évolution (2020 à 2025) du pourcentage des produits de fromage de l'offre et des achats respectant le seuil de 15 % de la VQ pour le sodium, par portion affichée sur l'emballage

De façon globale, les proportions de produits de fromage qui respectent le seuil pour le sodium ne diffèrent pas significativement entre 2020 et 2025 pour l'offre. Toutefois, lorsque les données sont pondérées pour les ventes, des variations significatives apparaissent : moins de produits de fromage achetés respectent le seuil pour le sodium (-21 pp). Plus spécifiquement, il y a aussi les fromages fondus en format individuel et à tartiner achetés qui respectent moins ce même seuil (-23 et -71 pp, respectivement).

La figure 7 illustre la variation de l'atteinte des **cibles volontaires de réduction du sodium** selon les différents types de produits de fromage. À titre de rappel, les cibles utilisées sont celles proposées par Santé Canada, soit 420 mg/100 g pour les fromages à la crème, 1240 mg/100 g pour les fromages fondus et 460 mg/100 g pour les fromages et tartinades sans produits laitiers²³.

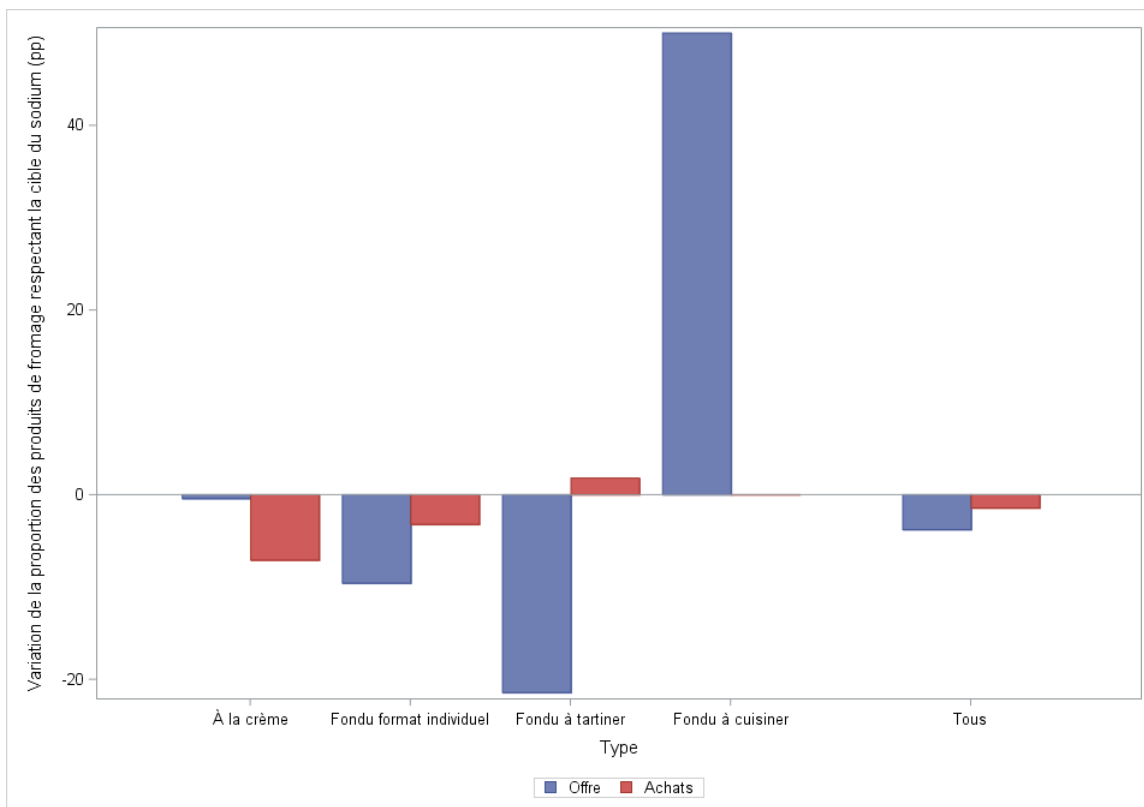


Figure 7. Évolution (2020 à 2025) du pourcentage des produits de fromage offerts et achetés respectant les cibles volontaires de réduction du sodium, par portion de 100 g

Aucune variation significative n'a été notée en ce qui concerne les différences de proportion de produits de fromage respectant ces cibles pour le sodium. Ceci est observé autant pour l'offre que les achats. Bien que non significatives, il est possible de constater que la plupart des produits de fromage respectent moins ces cibles par rapport à 2020. Une fois de plus, les fromages fondus à cuisiner sont très peu nombreux, ce qui explique pourquoi la forte variation n'est pas significative.

5.2.2 Symbole nutritionnel

Une autre façon d'interpréter ces résultats est de déterminer les produits de fromage qui devraient porter le **symbole nutritionnel sur le devant de leur emballage** signifiant que ces produits sont élevés en gras saturés, en sucres et/ou en sodium²⁸. Si aucun changement ne survient dans la composition nutritionnelle des produits de fromage actuellement disponibles, 63 % d'entre eux auraient le symbole nutritionnel sur le devant de leur emballage pour au moins un des trois nutriments. Cela représente une augmentation de 13 pp par rapport à 2020. Plus précisément, 63 % des produits de fromage offerts en 2025 (représentant 46 % des ventes) auraient le symbole pour les gras saturés, alors que 7 % d'entre eux l'auraient pour le sodium (représentant 1 % des ventes). À noter qu'il existe une exemption conditionnelle pour les fromages qui leur permettent de ne pas afficher le symbole pour les gras saturés et le sodium s'ils fournissent au moins 5 % de la VQ pour

le calcium. Cette exemption peut expliquer pourquoi la proportion de produits de fromage ayant le symbole pour le sodium est aussi faible. En effet, 43 produits sur 53 (81 %) ont été exemptés du symbole pour le sodium. Pour obtenir l'exemption des gras saturés spécifiquement, les produits de fromage ne peuvent pas non plus contenir des ingrédients riches en gras saturés qui ne font pas partie de la liste autorisée par Santé Canada (p. ex., substances laitières, huiles végétales ou huiles marines dont la teneur en gras saturés représente < 30 % de la teneur totale en gras). Ainsi, 29 produits sur 119 (24 %) ont été exemptés du symbole concernant les gras saturés. D'un autre côté, aucun produit de fromage n'aurait à afficher le symbole pour les sucres.

En somme :

- 52 produits n'auraient aucun symbole (représentant 54 % des ventes);
- 80 produits auraient le symbole pour les gras saturés ou le sodium (représentant 45 % des ventes);
- 10 produits auraient le symbole pour les gras saturés et le sodium (représentant 1 % des ventes).

La figure 8 qui suit représente visuellement le changement dans la proportion de produits de fromage de l'offre tant en 2020 qu'en 2025 et qui devraient porter le symbole nutritionnel pour les gras saturés et le sodium.

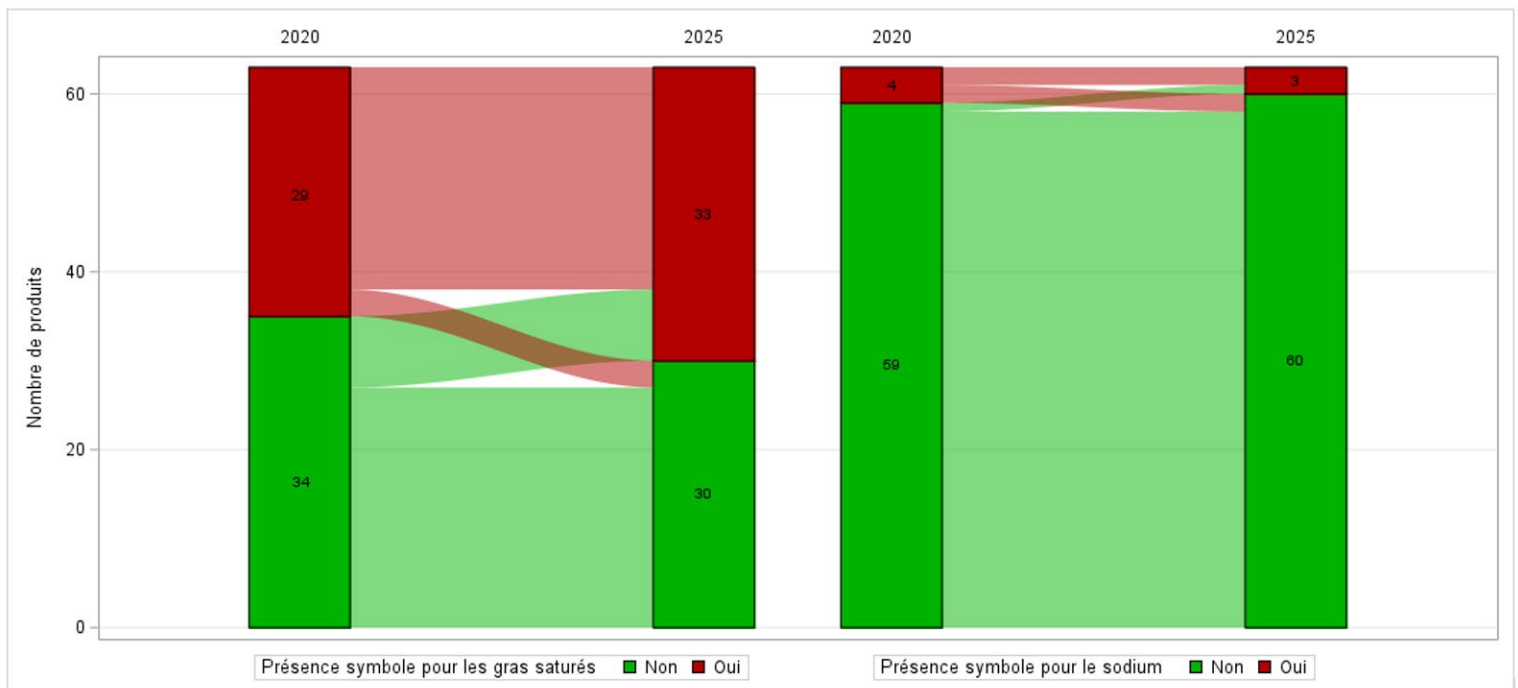


Figure 8. Évolution de l'affichage du symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage pour les gras saturés et le sodium des produits de fromage de 2025 et 2020

À la figure 8, la ligne passant du vert au rouge est plus large que celle allant du rouge au vert pour le graphique des gras saturés. Cela signifie qu'une plus grande proportion de produits de fromage aurait à afficher le symbole pour les gras saturés en 2025 par rapport à 2020. À l'inverse, la ligne allant du vert au rouge est plus petite que celle allant du rouge au vert pour le graphique sur le sodium. Cela signifie qu'il y a moins de produits de fromage qui afficheraient le symbole pour le sodium en 2025 comparativement à 2020.

5.2.3 Comparaison selon les statuts

Au-delà des résultats concernant les différents types de produits de fromage, la comparaison avec l'année de référence peut également se faire en analysant les produits selon leur statut. Le tableau 8 présente donc la composition nutritionnelle des nouveaux produits (2025), des produits identiques (2020 et 2025), des produits modifiés (2025) et des produits retirés (2020). Chaque statut est mis en comparaison avec les autres en fonction d'une portion de 30 g. Par exemple, les nouveaux produits de fromage sont comparés aux produits de fromage identiques, modifiés et retirés du marché.

Tableau 8. Composition nutritionnelle des produits de fromage offerts et vendus selon leur statut par rapport à 2020, par portion de 30 g

Statut	Énergie (kcal)		Lipides (g)		Gras saturés (g)		Glucides (g)		Sucres (g)		Protéines (g)		Sodium (mg)		Calcium (% VQ)		Prix de vente (\$ constants)	
	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats
Nouveaux (n=55/7%) *	80±18	87±17	6,5±2,1	6,5±2,1	4,2±1,9	3,6±1,8	3±2	3±1	1,1±1,0	1,7±1,0	2,3±1,5	3,8±2,0	200±129	292±178	4,1±4,3	8,0±5,6	0,94±0,49	0,55±0,15
Identiques (n=24/6%)	82±12	87±10	6,7±1,5	7,4±1,3	3,8±1,5	4,4±0,8	3±1	2±1	1,3±0,7	0,4±0,6	3,1±1,1	3,5±0,7	178±116	245±85	4,3±3,9	7,4±3,4	0,62±0,38	0,52±0,05
Modifiés (n=63/85%)	75±17	78±16	5,4±2,0	5,4±1,7	3,4±1,6	2,6±1,3	3±2	3±1	1,8±1,2	2,2±0,9	3,3±1,6	4,0±1,6	258±142	366±134	7,4±4,9	8,5±3,7	0,59±0,28	0,51±0,13
Retirés (n=31/2%)	70±19	69±20	5,3±2,1	4,9±2,4	3,1±1,8	3,1±1,6	3±2	3±2	1,5±1,6	2,4±2,1	2,5±1,6	3,0±1,7	184±102	232±150	4,9±4,5	6,0±5,0	1,08±0,57	0,78±0,28

Moyenne ± écart-type.

Offre=Composition nutritionnelle des produits de fromage offertes sur le marché (n=142).

Achats=Composition nutritionnelle des produits de fromage vendus (la moyenne a été pondérée en fonction du nombre de portions vendues) (n=99).

Les cases en orange signifient que la valeur est significativement supérieure aux produits de fromage des autres statuts tandis que les cases en bleu signifient que la valeur est significativement inférieure aux produits de fromage des autres statuts. Le seuil utilisé est 0,125% (p<0,00125) et correspond à la correction de Bonferroni (5 % /40 ; seuil de signification / nombre de comparaisons effectuées).

* Le n représente la variété de produits offerts et les pourcentages indiquent le pourcentage du volume de vente. Le volume de ventes, plutôt que le nombre de produits, détermine la puissance des tests effectués pour les achats.

Le tableau 8 montre que les **nouveaux** produits de fromage de 2025 fournissent moins de protéines et de calcium que les produits avec un autre statut et ce, pour un prix de vente supérieur. Quant à eux, les produits de fromage **identiques** achetés contiennent plus de gras saturés et moins de sucres que les autres produits de fromage. En ce qui a trait aux produits de fromage **modifiés**, ils fournissent plus de sucres et de calcium que les autres produits de fromage et ce, pour un prix de vente inférieur. Lorsque les données sont pondérées pour les ventes, les produits de fromage modifiés contiennent également moins de gras saturés que les autres produits. Finalement, les produits de fromage **retirés** du marché depuis 2020 étaient vendus à un prix supérieur, mais ne présentaient pas de différences significatives par rapport aux produits de fromage d'un autre statut.

En ce qui concerne les produits de fromage **modifiés**, la variation en nutriments d'intérêt est présentée à la figure 9. Cette figure illustre l'évolution d'un nutriment donné et sa variation moyenne. Plus précisément, l'axe horizontale présente la proportion de produits modifiés qui ont une teneur diminuée, inchangée ou augmentée pour chaque nutriment (exprimée en % de produits modifiés). À l'intérieur des bandes, le chiffre indique l'ampleur de la variation moyenne (en g ou mg).

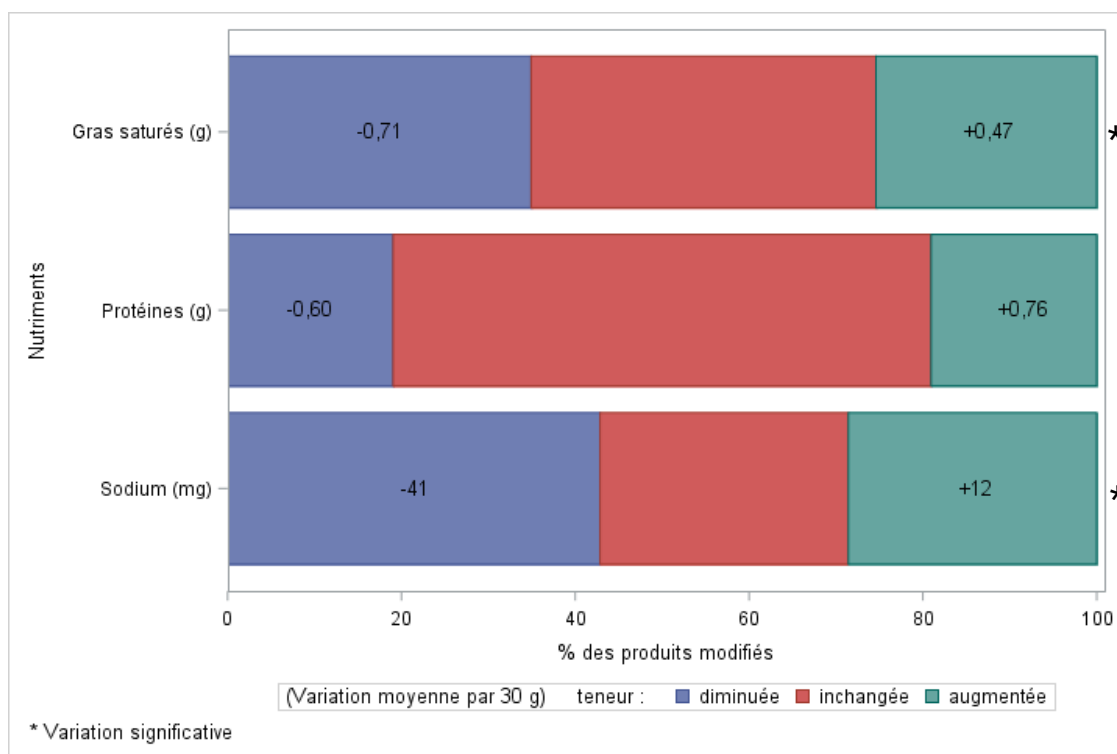


Figure 9. Variation en nutriments d'intérêt des produits de fromage modifiés entre 2020 et 2025 (n=63), par portion de 30 g

La figure précédente montre que la composition nutritionnelle des produits de fromage modifiés s'est améliorée depuis 2020. En effet, 35 % des produits de fromage modifiés ont diminué leur teneur en gras saturés. Cette proportion est plus élevée que celle des

produits de fromage ayant augmenté leur teneur en gras saturés (25 %). De plus, l'ampleur de la diminution est plus importante que celle de l'augmentation (-0,71 g vs 0,47 g, respectivement). D'autre part, une proportion identique de produits de fromage (19 %) ont augmenté ou diminué leur teneur en protéines. Toutefois, l'ampleur de l'augmentation est supérieure à celle de la diminution (0,76 g vs -0,60 g). D'un autre côté, une proportion plus importante de produits ont réduit leur teneur en sodium (43 % contre 29 % qui l'ont augmenté). La diminution est également plus importante que l'augmentation (-41 mg contre 12 mg). À noter que les variations observées pour les gras saturés et le sodium sont ressorties comme étant significatives.

5.3 Composition nutritionnelle et prix de vente selon les informations présentes sur l'emballage (objectif 3)

Le tableau 9 présente la composition nutritionnelle et le prix de vente selon les classifications relatives à l'origine, à la saveur, à la présence de phosphate, à l'affichage d'une allégation relative au gras, à la clientèle cible et à la caractéristique particulière. À nouveau, les données pour l'année 2025 y sont présentées et comparées avec les données de l'année de référence (2020) en pourcentage de variation et ce, par portion de 30 g. Les astérisques permettent d'identifier les différences de composition nutritionnelle au sein des produits de fromage de 2025 selon l'information sur l'emballage, tandis que les cases de couleur indiquent les différences avec l'année de référence (2020).

Tableau 9. Composition nutritionnelle des produits de fromage et de leurs imitations végétales offerts et vendus en 2025 selon les informations sur l'emballage, par portion de 30 g et variation par rapport à 2020

		Énergie (kcal)		Lipides (g)		Gras saturés (g)		Glucides (g)		Sucres (g)		Protéines (g)		Sodium (mg)		Calcium (% VQ)		Prix de vente (\$ constants)	
		Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats	Offre	Achats
Origine																			
Animale† (n=114 / 100%)	Teneur	76±16	79±16	5,8±2,1	5,6±1,8	3,6±1,5	2,8±1,4	3±1	3±1	1,7±1,0	2,1±1,0	3,3±1,5	4,0±1,6	231±146	354±140	6,0±4,3	8,4±3,9	0,62±0,35	0,51±0,13
	Variation %	0,6±3,0	3,8±3,0	2,9±5,2	8,0±5,6	0,7±5,6	-8,9±6,6	-0,4±7,5	-10,0±6,3	-11,8±8,2	-7,1±7,7	-4,7±5,9	6,2±6,2	-6,9±8,3	-3,3±6,1	-16,1±9,0	-1,3±8,7	-2,5±7,5	6,2±6,2
Noix (n=18 / 0%)	Teneur	89±15	82±9	7,6±1,7	6,8±0,6	4,0±2,5	5,3±1,3	4±2	4±2	0,7±0,7**	0,1±0,4	1,6±1,3**	0,3±0,8	156±70	217±91	1,4±1,5**	2,4±2,2	1,33±0,48*	1,09±0,22
	Variation %	16,5±6,4	7,2±5,9	24,1±8,7	12,7±6,8	21,8±23,7	31,0±16,6	-9,9±11,3	-23,1±11,9	1,0±35,7	-60,6±46,8	11,8±29,4	-58,9±44,7	8,6±13,8	18,0±15,8	-53,8±39,4	-62,2±25,9	9,4±14,1	-58,9±44,7
Avoine (n=5 / 0%)	Teneur	88±16	89±14	6,7±0,4	6,7±0,3	6,5±0,8	6,5±0,7	6±2	6±1	0,0±0,0**	0,0±0,0	1,2±0,5**	1,2±0,4	231±62	234±53	15,5±4,2	15,3±3,6	0,85±0,03	0,87±0,03
	Variation %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pomme de terre (n=3 / 0%)	Teneur	90±0	90±0	7,3±0,4	7,2±0,4	5,5±0,4	5,5±0,4	7±1	7±1	0,0±0,0	0,0±0,0	0,4±0,3	0,4±0,3	280±9	281±6	0,0±0,0	0,0±0,0	0,96±0,04	0,96±0,04
	Variation %	0,0±0,0	-	20,8±0,0	-	22,2±0,0	-	-13,3±0,0	-	0,0±0,0	-	0,0±0,0	-	16,7±0,0	-	-100,0±0,0	-	-5,0±0,0	-
Légumineuse (n=2 / 0%)	Teneur	60±14	-	4,5±0,7	-	3,8±0,4	-	4±1	-	0,5±0,7	-	1,0±0,0	-	175±49	-	1,5±0,7	-	0,88±0,24	-
	Variation %	0,0±0,0	-	-10,0±0,0	-	87,5±0,0	-	75,0±0,0	-	0,0±0,0	-	0,0±0,0	-	45,8±0,0	-	0,0±0,0	-	16,0±0,0	-
Saveur																			
Nature† (n=103 / 94%)	Teneur	78±17	80±16	5,9±2,1	5,6±1,9	3,9±1,7	2,7±1,4	3±2	3±1	1,3±1,0	2,1±1,0	3,2±1,8	4,1±1,6	253±146	365±136	6,6±5,1	8,8±3,8	0,63±0,32	0,50±0,12
	Variation %	3,2±3,2	4,4±3,2	5,9±5,6	8,9±6,0	6,2±6,6	-9,6±7,1	4,2±8,5	-11,3±6,6	-16,2±10,4	-7,4±8,3	-5,9±7,7	6,6±6,4	-3,8±8,4	-2,8±6,0	-13,5±10,2	-0,1±9,0	1,9±7,5	-4,4±5,7
Fines herbes (n=23 / 4%)	Teneur	76±16	71±5	6,6±1,8	5,9±0,5	3,8±1,7	3,9±0,4	3±1	3±0	1,3±0,7	1,9±0,4	2,1±0,7	2,6±0,6	141±30	172±25	2,6±1,3	3,6±0,6	0,91±0,48	0,67±0,08
	Variation %	-1,4±6,0	-7,9±2,8	2,9±7,7	-4,6±3,2	9,5±14,8	1,1±3,6	-9,9±18,8	24,5±7,4	-24,2±13,0	-15,7±7,4	-7,4±10,9	13,5±8,0	-3,3±6,2	2,8±6,7	-21,5±16,3	-19,5±6,4	21,9±18,7	-21,0±4,1
Légumes ou fruits (n=12 / 1%)	Teneur	78±20	73±8	5,6±1,8	5,0±0,7	3,1±1,7	3,1±0,3	4±2	4±2	2,7±2,0	3,9±1,7	2,3±0,6	2,1±0,2	135±64	106±25	3,4±3,4	3,3±0,6	1,20±0,64	0,78±0,36
	Variation %	-4,2±11,3	-3,6±8,4	0,6±13,7	-3,0±7,0	-8,3±18,5	1,8±9,8	7,6±20,1	21,3±20,0	-29,8±20,5	8,9±21,1	-1,5±8,5	-10,7±6,1	45,3±23,8	3,4±13,2	-27,2±21,3	-29,6±6,8	11,7±25,4	-15,0±17,0
Autre (n=4 / 1%)	Teneur	82±10	71±4	6,8±1,7	5,1±0,4	3,8±2,1	3,5±0,2	3±2	3±0	1,5±0,6	2,0±0,0	2,4±0,5	2,0±0,2	150±80	238±12	2,4±1,2	3,0±0,1	0,93±0,39	0,69±0,05
	Variation %	8,8±9,9	2,7±5,2	13,1±16,2	-11,1±6,2	22,7±30,8	-5,3±6,9	-17,2±19,7	40,2±6,0	11,0±30,0	6,6±8,2	5,2±15,1	-7,3±7,8	0,3±21,9	6,3±5,6	-7,9±29,9	-27,3±8,5	-30,9±18,6	-22,5±5,9
Phosphate																			
Avec† (n=50 / 73%)	Teneur	76±16	80±17	4,9±1,8	5,2±1,6	3,1±1,7	2,2±1,0	4±1	4±1	1,7±1,1	2,3±1,0	4,2±1,7	4,7±1,3	380±90	435±45	10,9±3,5	10,4±2,4	0,50±0,23	0,46±0,08
	Variation %	5,1±4,7	8,5±4,1	4,0±8,6	13,1±7,0	-0,6±11,0	-15,3±7,4	12,1±9,0	-15,6±6,9	-5,4±13,3	-9,6±9,4	0,0±8,5	13,4±6,5	1,6±5,5	2,5±2,7	-0,1±7,5	13,3±9,3	-10,8±10,1	2,3±6,5
Sans (n=92 / 27%)	Teneur	79±17	78±14	6,7±1,9*	6,7±1,8*	4,1±1,6*	4,3±1,1*	3±2**	3±1**	1,3±1,1	1,6±0,8	2,2±1,0**	2,2±0,5**	136±56**	136±36**	2,7±2,2**	3,0±0,8**	0,85±0,46*	0,66±0,12*
	Variation %	2,1±3,3	-6,8±3,1	6,2±4,5	-0,5±5,0	11,1±6,5	3,1±4,6	-5,7±9,3	18,4±6,9	-17,7±11,6	1,9±10,7	-7,4±7,1	-22,6±7,3	-5,3±7,5	-36,2±9,8	-27,2±12,9	-55,4±11,1	1,1±8,7	-16,2±3,3
Allégation relative au gras																			
Sans† (n=120 / 93%)	Teneur	81±16	81±15	6,4±1,8	5,8±1,6	4,0±1,7	2,9±1,3	3±2	3±1	1,3±1,1	2,1±1,0	2,8±1,6	4,0±1,6	219±134	358±137	5,3±4,7	8,4±3,7	0,77±0,44	0,51±0,13
	Variation %	2,7±2,6	4,3±2,6	4,7±3,9	8,4±4,7	7,6±5,7	-8,4±5,9	0,9±7,9	-10,0±6,0	-11,8±10,7	-7,4±7,7	-5,8±7,4	6,0±6,0	-3,4±8,3	-2,9±5,7	-15,1±10,9	-1,7±8,3	-1,6±8,0	-4,0±5,3
Avec (n=22 / 7%)	Teneur	61±13**	56±12**	4,0±2,1**	3,1±2,2	2,4±1,4**	1,7±1,4	3±1	3±1	1,9±0,8	2,3±0,8	3,5±1,7	4,1±1,6	237±149	289±153	7,1±5,0	8,7±5,4	0,50±0,18	0,50±0,14
	Variation %	2,4±6,1	1,4±7,9	9,7±17,7	17,2±30,2	1,0±17,2	-5,1±29,6	1,9±12,6	-8,3±16,4	-14,8±11,2	-6,1±13,2	1,3±14,8	7,4±17,2	-2,0±19,3	-6,8±19,0	-0,7±21,6	2,0±23,5	-6,0±11,7	-21,6±12,9
Clientèle cible																			
Population générale† (n=124 / 96%)	Teneur	80±16	80±16	6,3±2,0	5,6±1,8	3,9±1,7	2,8±1,4	3±2	3±1	1,4±1,1	2,1±1,0	2,9±1,6	4,0±1,6	226±139	361±136	5,6±4,9	8,6±3,9	0,75±0,44	0,51±0,13
	Variation %	-0,5±2,6	3,1±2,8	1,7±4,3	7,6±5,4	3,7±5,9	-8,7±6,4	-2,3±7,7	-11,7±6,0	-13,0±10,5	-7,5±7,7	-5,2±7,8	6,0±6,0	-5,1±8,6	-4,0±5,6	-17,2±11,0	-2,0±8,5	2,5±8,7	-1,2±5,2
Santé (n=15 / 4)	Teneur	64±11**	62±9	4,5±1,7	4,5±1,4	2,8±1,2	2,6±1,2	3±1	3±1	1,7±0,8	1,8±0,7	3,1±1,3	2,8±0,4	195±122	194±127	5,5±3,7	4,4±1,6	0,48±0,12	0,59±0,09
	Variation %	4,4±18,6	30,5±5,9	0,8±32,2	41,5±10,7	5,4±34,3	51,0±11,0	14,3±14,5	10,3±7,2	-50,4±54,9	-100,0±8,5	-30,1±29,8	10,0±12,6	-12,2±14,3	-38,6±2,5	-2±11,9	-3,1±6,2	-2,7±4,6	8,7±1,5
Enfants (n=3 / 0%)	Teneur	58±15	75±0	4,3±2,0	6,6±0,0	3,1±1,5	4,7±0,0	2±0	2±0	0,6±1,0	0,0±0,0	2,5±1,9	0,4±0,0	194±51	141±0	6,7±0,9	5,6±0,0	1,13±0,05	1,19±0,00
	Variation %	5,4±6,0	2,0±6,6	9,4±13,7	14,5±16,5	10,1±16,3	-4,4±18,4	2,7±13,3	-9,4±22,5	-10,7±14,0	-19,9±16,0	8,2±15,9	-89,4±0,7	0,1±21,4	-16,6±25,0	13,0±27,3	-13,2±19,5	-20,8±10,4	-14,0±8,9
Caractéristique particulière																			
De base† (n=117 / 99%)	Teneur	77±17	79±16	5,8±2,0	5,6±1,8	3,7±1,6	2,8±1,4	3±2	3±1	1,6±1,1	2,1±1,0	3,1±1,6	4,0±1,5	237±142	358±137	6,5±4,8	8,5±3,8	0,62±0,33	0,51±0,12
	Variation %	-1,7±2,7	2,9±2,9	-1,0±4,7	7,2±5,6	-1,1±5,5	-9,6±6,6	-0,5±7,1	-10,8±6,1	-10,4±9,5	-7,2±7,7	1,3±7,4	6,8±6,2	-2,1±8,3	-3,7±5,9	-7,2±10,0	-1,5±8,7	-7,5±8,1	-2,6±5,2
Aspect naturel (n=14 / 1%)	Teneur	76±12	71±10	6,4±0,9	6,2±1,0	3,8±1,8	4,0±0,9	3±3	1±1	0,9±0,6	0,9±0,3	1,6±1,1	1,3±0,6	153±80	108±55	1,7±0,8**	2,0±0,4	1,20±0,59*	0,74±0,10
	Variation %	46,5±9,4	25,4±7,1	61,3±15,3	38,2±11,1	51,9±24,0	35,7±12,8	87,6±45	-21,9±23,4	-23,8±21,3	-44,6±7,4	-49,0±14,1	-62,0±6,7	-21,1±15,8	-51,4±9,2	-68,9±17,5	-65,1±8,3	24,7±18,0	-29,9±4,4
Aspect authentique (n=5 / 0%)	Teneur	92±16	87±4	8,0±2,2	7,2±0,5	2,8±3,4	1,4±0,1	5±2	5±0	0,8±0,4	1,0±0,0	2,5±0,9	2,9±0,2	113±32	112±19	0,8±0,5	1,0±0,2	1,30±0,05	1,32±0,00
	Variation %	6,8±8,7	0,4±3,4	12,5±14,6	0,5±4,5	112,8±114,2	0,6±5,5	-13,3±13,3	0,4±3,6	-20,5±20,1	0,3±2,6	-13,9±14	0,5±4,2	5,5±17,1	1,4±12,1	-22,2±24,8	1,4±12,5	-2,8±5,1	2,6±2,5
Biologique (n=4 / 0%)	Teneur	100±16	80±0	9,0±1,4	7,0±0,0	4,9±0,3	4,5±0,0	3±2	1±0	0,8±0,5	1,0±0,0	1,8±0,5	1,0±0,0	148±59	60±0	1,3±0,5	2,0±0,0	1,27±0,31	0,80±0,00
	Variation %	69,1±17,2	19,7±8,7	116,4±25,4	35,6±15,0	147,3±45,4	45,4±24,8	-12,6±32,9	-55,2±28,1	-36,5±23,8	-17,0±10,8	-21,7±22,6	-51,9±24,0	-5,5±24,9	-55,0±21,8	-46,3±60,0	-32,9±42,6	19,5±17,1	-24,4±9,0
Aspect écologique (n=2 / 0%)	Teneur	95±7	99±3	7,5±1,1	8,2±0,5	5,9±0,1	5,9±0,1	3±4	1±2	0,0±0,0	0,0±0,0	1,7±2,4	3,0±1,0	218±73	178±32	0,8±1,2	1,5±0,5	1,23±0,06	1,20±0,03
	Variation %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Moyenne ± écart-type.

Offre=Composition nutritionnelle des produits de fromage offerts sur le marché (n=142).

Achats=Composition nutritionnelle des produits de fromage vendus (la moyenne a été pondérée en fonction du nombre de portions vendues) (n=99).

†= catégorie de référence.

Teneur : Les cases ayant un * signifient que la valeur est significativement supérieure à la catégorie de référence tandis que les cases ayant ** signifient que la valeur est significativement inférieure à la catégorie de référence.

Variation : Les cases en orange signifient que la valeur est significativement supérieure aux produits de fromage du même groupe en 2020 tandis que les cases en bleu signifient que la valeur est significativement inférieure aux produits de fromage du même groupe en 2020. Le seuil utilisé est 0,033% (p<0,00033) et correspond à la correction de Bonferroni (5% / 150 ; seuil de signification / nombre de comparaisons effectuées).

‡Le n représente la variété de produits offerts et les pourcentages indiquent le pourcentage du volume de ventes. Le volume de ventes, plutôt que le nombre de produits, détermine la puissance des tests effectués pour les achats.

- : aucune donnée pour 2025 ou pour 2020.

Tout d'abord, la classification selon l'**origine** montre que les produits à base de noix fournissent moins de sucres, de protéines et de calcium que ceux d'origine animale. Le prix de vente est également supérieur pour les produits à base de noix. Par ailleurs, les produits à base d'avoine contiennent aussi moins de sucres et de protéines que ceux d'origine animale. D'autre part, la classification selon la **saveur** ne permet de déceler des différences significatives entre les saveurs.

Quant à elle, la classification selon la présence de phosphate indique que les produits de fromage ne contenant aucun phosphate contiennent plus de lipides, de gras saturés, ainsi

Les produits de fromage sans phosphate contiennent plus de lipides, de gras saturés, ainsi que moins de glucides, de protéines, de sodium et de calcium que ceux contenant du phosphate.

que moins de glucides, de protéines, de sodium et de calcium que ceux qui en contiennent. En ce qui a trait la présence d'une **allégation relative au gras**, les produits de fromage affichant ce type d'allégation fournissent moins d'énergie, de lipides et de gras saturés que ceux n'ayant pas ces allégations.

Pour ce qui est de la **clientèle cible**, une seule différence entre les sous-classifications a été remarquée, soit une teneur plus faible en énergie pour les produits de fromage visant une clientèle soucieuse de santé par rapport aux produits visant la population générale. Pour finir, la classification selon la **caractéristique particulière** montre elle aussi une seule différence. Elle concerne les produits d'aspect naturel, ces derniers ayant une teneur plus faible en calcium en comparaison avec les produits de fromage de base (sans caractéristique particulière).

Il existe également peu de différences significatives entre 2020 et 2025 pour les classifications présentées au tableau 9. De plus, toutes les différences repérées ne concernent que les achats ainsi qu'un faible nombre de produits. Les seules différences notables à souligner sont celles des produits de fromage d'aspect naturel achetés. Ils ont diminué leurs teneurs en sucres, en protéines, en sodium et en calcium, ainsi que leur prix de vente depuis 2020.

5.4 Comparaison des plus grands vendeurs

Considérant les variations d'un type de produits de fromage à l'autre et selon l'offre et les achats, des analyses supplémentaires ont été effectuées en séparant l'ensemble des produits de fromage par quintile de ventes (voir tableaux 12 à 14 en annexe). Il en ressort que seuls les produits de fromage les plus vendus n'ont pas augmenté leur teneur en gras saturés. Pour les protéines, la plupart ont plutôt diminué leur teneur en ce nutriment. Finalement, les produits de fromage les plus vendus (quintiles 4 et 5) ont davantage vu leur teneur en sodium diminuer par rapport aux autres.

Outre les ventes annuelles totales, il est possible d'interpréter les résultats en considérant les **20 produits de fromage les plus vendus** (kg par année) tant pour l'année 2025 que pour l'année de référence (2020). À cet égard, le tableau 10 met en évidence les types de produits de fromage contribuant le plus aux nutriments d'intérêt par rapport à leur volume de ventes, ainsi que l'évolution notée entre 2020 et 2025.

Tableau 10. Contribution et évolution (2020 à 2025) des 20 produits de fromage les plus vendus

Type de produits de fromage	Nombre de produits (n)		% des ventes (\$)		% des ventes (kg)		% contribution* gras saturés		% contribution* protéines		% contribution* sodium		% contribution* calcium	
	2020	2025	2020	2025	2020	2025	2020	2025	2020	2025	2020	2025	2020	2025
Fromage à la crème	4	6	19,6	23,1	14,5	16,7	21,0	26,2	8,1	9,3	5,2	6,8	7,1	6,1
Fondu format individuel	13	11	48,7	35,6	56,6	51,2	51,3	41,7	68,3	66,2	67,9	64,9	64,8	67,5
Fondu à tartiner	2	2	11,5	7,9	13,2	11,6	11,7	8,5	9,0	7,5	14,1	12,4	13,3	9,9
Fondu à cuisiner	1	1	2,9	7,6	3,1	3,9	3,1	2,8	3,3	3,9	3,9	4,9	3,7	4,6
Total	20	20	82,6	74,2	87,5	83,3	87,1	79,2	88,7	86,9	91,0	89,1	88,9	88,1

* Pourcentage de la contribution en nutriments des grands vendeurs par rapport à l'ensemble de tous les types de produits de fromage.

Le tableau 10 permet d'abord d'observer que la contribution aux ventes des 20 meilleurs vendeurs a diminué depuis 2020, et ce, tant en dollars qu'en kg (-8,4 et -4,2 pp, respectivement). En parallèle, la contribution totale aux nutriments de ces 20 meilleurs vendeurs a également diminué pour l'ensemble des nutriments. Ceci signifie que les 20 meilleurs vendeurs de produits de fromage en 2025 fournissent un plus faible pourcentage du total des gras saturés, des protéines, du sodium et du calcium que les 20 meilleurs vendeurs de 2020.

Discussion

Le suivi des produits de fromage disponibles au Québec en 2025 a mené à divers constats concernant l'évolution de cette catégorie d'aliments. Tout d'abord, les analyses de 2025 ont été réalisées sur un plus grand échantillon, soit sur 142 produits comparativement à 118 en 2020. Ceci représente une hausse de 24 produits, soit une augmentation de 20 % de l'offre. À l'inverse, une diminution des ventes de 27 % a été remarquée. En termes de représentativité du marché, les produits pour lesquels les données de ventes étaient disponibles représentent 86 % du marché (comparativement à 72 % en 2020).

D'entrée de jeu, il importe de mettre en contexte la situation dans laquelle le suivi de cette catégorie d'aliments a été effectué. D'abord, la pandémie de COVID-19 a pu affecter non seulement les comportements d'achats des consommateurs, mais également les prix de vente des différents produits. En parallèle, les problèmes d'approvisionnement liés à la pandémie et à la guerre en Ukraine peuvent également avoir créé une certaine rareté influençant ainsi le prix de certains ingrédients plus que d'autres^{31,32}. L'important phénomène d'inflation des dernières années a également pu affecter de manière significative le prix des aliments, ce qui a pu influencer les comportements d'achats des consommateurs³³.

Les analyses de 2025 ont été réalisées sur un plus grand échantillon, soit sur 142 produits de fromage comparativement à 118 en 2020.

Évolution de la diversité et des ventes

Une première série d'analyses a d'abord porté sur l'évolution de la **diversité** de produits. Tout comme en 2020, les fromages à la crème demeurent les produits de fromage les plus offerts sur le marché (61 % de l'offre, augmentation de 3 pp depuis 2020). Toutefois, ces derniers n'occupent pas une grande part des ventes (27 %) et ce, malgré une augmentation de 6 pp depuis 2020. Bien qu'ils aient connu une baisse de leurs ventes depuis 2020 (-5 pp), ce sont les fromages fondus à format individuel qui occupent la plus grande part des ventes (57 %).

En ce qui a trait aux autres classifications, les produits de fromage d'**origine** animale continuent de dominer le marché tant en termes de diversité (80 %) que de ventes (100 %). Quant à eux, les produits d'origine végétale (noix, avoine, légumineuse ou pomme de terre) demeurent peu vendus dans cette catégorie, d'où leur part négligeable des ventes totales (inférieure à 0,5 % pour chacune des origines végétales). Quant à la **saveur**, les produits nature demeurent les plus nombreux (73 %) et les plus vendus sur le marché (94 %). D'autre part, la classification des produits de fromage a permis de souligner que la plupart des produits de fromage ne contiennent pas de **phosphate** dans leur liste d'ingrédients. Cela peut s'expliquer par le fait que les additifs à base de phosphate sont principalement utilisés dans les fromages fondus en tant que sels émulsifiants (ou sels de fonte)³⁴. Or, les produits de fromage les plus présents sur le marché, soit les fromages à la crème, n'utilisent généralement pas ces additifs à base de phosphate. En revanche, les produits de fromage contenant du phosphate occupent une plus grande part des ventes, puisque les fromages fondus sont plus vendus que les fromages à la crème selon les données du tableau 5.

Les produits d'origine végétale demeurent peu vendus dans cette catégorie, d'où leur part négligeable des ventes totales (inférieure à 0,5 %).

D'un autre côté, les produits de fromage à connotation **santé** demeurent peu présents et peu vendus au Québec. En effet, seulement 15 % des produits de fromage affichent une allégation relative au gras (p. ex., léger, réduit en gras) et ces derniers ne représentent que 7 % des ventes. De plus, les produits de fromage visant une clientèle soucieuse de sa santé ont connu des baisses de diversité et de ventes de 5 et 4 pp, respectivement.

Évolution selon le statut des produits

Dans le contexte du suivi de l'offre, les produits de fromage ont été regroupés selon leur **statut**, c'est-à-dire s'ils étaient nouveaux, identiques, modifiés ou retirés du marché comparativement à 2020. Ce sont 17 % des produits de fromage qui sont demeurés identiques. La majorité des produits de fromage (44 %) ont été modifiés depuis 2020, tandis que 39 % étaient identifiés comme étant nouveaux. Finalement, 26 % des produits de 2020 ont été retirés du marché. Dans l'ensemble, la proportion de produits identiques est plus élevée tandis que la proportion de produits retirés est plus faible comparativement à ce qui a été remarqué dans les autres catégories d'aliments étudiées par l'Observatoire. Cela laisse présager que la catégorie des produits de fromage serait parmi les plus stables dans le temps au Québec.

Les produits de fromage modifiés occupent la plus grande part des ventes totales (87 %). Ceci pourrait être attribuable au fait que ces produits sont déjà bien établis sur le marché par rapport aux nouveaux produits. Les changements dans l'offre des produits de fromage ne suivent pas les mêmes tendances que celles rapportées par l'Oqali en France lors de son analyse de l'évolution du secteur des *fromages* entre 2015 et 2018³. Une plus grande proportion de produits nouveaux offerts (49 %) par rapport aux produits modifiés (46 %)

avait alors été noté par l'Oqali. Cependant, les produits inclus dans l'étude comportaient pratiquement tous les types de fromages, et non pas seulement les produits de fromage. Par ailleurs, ces derniers ne représentaient qu'une faible part de diversité relative en 2018 (n=319/2738; 12 %). Cela pourrait expliquer ces différences entre les données de l'Oqali et celles rapportées dans le présent rapport.

Évolution de la composition nutritionnelle

Une deuxième série d'analyses a porté sur l'évolution de la **composition nutritionnelle** et la contribution en nutriments des produits de fromage. Aucun changement significatif dans la composition nutritionnelle des produits de fromage n'a été remarqué entre 2020 et 2025 tel que montré dans le tableau 6. Ce fut également le cas lorsque les analyses étaient réalisées par type de produits de fromage dans le tableau 7.

Néanmoins, un regard attentif s'avère nécessaire pour mieux comprendre certains éléments des tableaux 6 et 7. Au tableau 6, il est possible de constater que l'offre de produits de fromage a une teneur en gras saturés plus élevée et une teneur en sodium plus faible par rapport aux produits de fromage achetés (données pondérées selon les ventes). Cela peut s'expliquer par le fait que les fromages à la crème représentent une majorité de l'offre de la catégorie, tandis que les ventes sont plutôt dominées par les fromages fondus à format individuel. Or, comme il est indiqué dans le tableau 7, les fromages à la crème ont des teneurs en gras saturés plus élevées et des teneurs en sodium plus faibles que les autres produits de fromage. En d'autres termes, les données de composition nutritionnelle de l'ensemble des produits de fromage reflètent davantage les fromages à la crème, tandis que c'est plutôt le cas des fromages fondus à format individuel lorsque les achats sont pris en considération. Cela permet d'expliquer pourquoi, par exemple, les produits de fromage achetés ont des teneurs plus élevées en protéines et en calcium, car les fromages fondus à format individuel fournissent plus de protéines et de calcium que les autres types de produits de fromage.

L'évolution de la composition nutritionnelle a également été analysée en utilisant les **seuils de 15 % de la VQ** pour les gras saturés et le sodium. Dans l'ensemble, moins de produits de fromage (35 % de l'offre) sont sous le seuil des gras saturés par rapport à 2020 (52 % de l'offre). Cela pourrait être causé par le fait que les fromages à la crème ont augmenté de 10 % leur teneur en gras saturés entre 2020 et 2025. En ce qui concerne le sodium, l'ensemble des produits de fromage respecte généralement le seuil autant en 2025 (89 %) qu'en 2020 (90 %). Cependant, il y a moins de produits de fromage qui respectent les **cibles volontaires de réduction du sodium** établies pour 2020-2025 (39 % contre 43 % en 2020). Ceci peut être expliqué par le fait qu'une proportion plus faible de fromages fondus à format individuel et à tartiner respectent ces cibles en 2025.

Dans l'ensemble, moins de produits de fromage (35 % de l'offre) sont sous le seuil de 15 % de la VQ des gras saturés par rapport à 2020 (52 % de l'offre).

D'ici 2026, si aucun changement ne survient dans leur composition nutritionnelle, 63 % des produits de fromage offerts auraient à afficher le **symbole sur le devant de leur emballage** indiquant une teneur élevée pour au moins un nutriment visé par ce symbole. En 2020, la proportion de produits de fromage qui auraient eu à afficher le symbole pour au moins un nutriment était plus faible, soit 50 %. Les produits de fromage de 2020 sans symbole sur le devant de l'emballage représentaient alors 60 % des ventes, tandis que c'est 54 % en 2025. Cette absence d'amélioration peut s'expliquer par le fait que davantage de produits de fromage devraient afficher le symbole pour les gras saturés. En effet, 63 % des produits de fromage offerts (représentant 46 % des ventes) auraient à afficher le symbole pour les gras saturés, alors que c'était 50 % des produits offerts en

Si aucun changement ne survient dans leur composition nutritionnelle, 63 % des produits de fromage offerts auraient à afficher le symbole sur le devant de leur emballage indiquant une teneur élevée pour au moins un nutriment.

2020 (représentant 39 % des ventes) qui aurait eu à l'afficher. Ceci pourrait être expliqué par le fait que les fromages à la crème et les fromages fondus de format individuel ont augmenté leurs teneurs en gras saturés depuis 2020. Ces deux types de produits de fromage représentent 95 % de l'offre, ce qui peut grandement

influencer la présence du symbole pour les gras saturés même que si les augmentations en gras saturés ne sont pas nécessairement significatives. Les nouveaux produits de fromage peuvent également être derrière cette augmentation. En effet, ils fournissent plus de gras saturés que les produits de fromage d'un autre statut, particulièrement par rapport aux produits retirés. Une fois de plus, ces différences ne sont pas significatives, mais elles peuvent tout de même jouer un rôle dans l'augmentation du nombre de produits qui afficheraient le symbole pour les gras saturés en 2025. En ce qui concerne le sodium, il y a aussi plus de produits de fromage en 2025 qui porteraient le symbole pour ce nutriment, mais l'augmentation est plus petite (7 % contre 5 % en 2020). Une fois de plus, il est essentiel de rappeler que les produits de fromage peuvent être exemptés d'afficher le symbole pour les gras saturés et le sodium à condition qu'ils fournissent au moins 5 % de la VQ pour le calcium et s'ils ne contiennent pas certains ingrédients riches en gras saturés. Si cette exemption n'était pas en place, plusieurs produits – notamment les fromages fondus à format individuel – auraient eu à afficher le symbole pour le sodium (43 en ont été exemptés). Or, puisque les fromages fondus à format individuel fournissent généralement plus de calcium que les autres produits de fromage (10,2 % de la VQ en moyenne vs 2,8 % pour les fromages à la crème), ils peuvent bénéficier de cette exemption, même s'ils contiennent plus de sodium que les autres produits de la catégorie. Finalement, ce sont 7 % des produits de fromage (représentant 1 % des ventes) qui afficheraient le symbole à la fois pour les gras saturés et le sodium.

Ainsi, il sera pertinent de suivre l'évolution de cet indicateur dans les prochaines années sachant que les industriels ont jusqu'au 1^{er} janvier 2026 pour se conformer à cette

réglementation. S'ils ne souhaitent pas apposer le symbole sur l'emballage de leurs produits, des changements dans leur formulation devront être entrepris. Par conséquent, il est possible que des modifications dans l'offre de produits de fromage surviennent prochainement, soit par des reformulations de produits existants ou par la mise en marché de nouveaux produits de meilleure qualité nutritive.

L'amélioration de l'offre des produits de fromage au Québec se produirait au niveau des produits modifiés.

Les variations de composition nutritionnelle ont également été évaluées selon le **statut** des produits de fromage (nouveaux, identiques, modifiés ou retirés) en comparaison avec l'année de référence, soit 2020. L'amélioration de l'offre ne semble pas se réaliser par le biais des nouveaux produits. En effet, ces derniers fournissent moins de protéines et de calcium que les autres produits de fromage, le tout à un prix de vente supérieur. Selon les données de la figure 3, les nouveaux produits de fromage sont principalement des fromages à la crème, ceux-ci ayant notamment moins de protéines et de calcium que les autres produits de fromage (voir tableau 7). De plus, environ 35 % des nouveaux produits sont d'origine végétale. Cela pourrait expliquer les teneurs plus faibles en protéines et en calcium dans les nouveaux produits de fromage. De leur côté, les produits de fromage modifiés contiennent plus de calcium et moins de gras saturés lorsque les données sont pondérées en fonction des ventes. Lorsque les variations en nutriments des produits de fromage modifiés sont analysées plus en détails (figure 9), il est possible de remarquer que les gras saturés et le sodium ont diminué de façon significative depuis 2020, tandis que les teneurs en protéines ont augmenté (non significatif). Les transformateurs devraient donc poursuivre leurs efforts d'amélioration dans les années à venir, surtout considérant que les produits modifiés occupent la majorité des ventes totales pour cette catégorie d'aliments (87 %).

Des analyses ont également été réalisées pour vérifier comment les **informations présentes sur l'emballage** sont associées aux nutriments et au prix de vente des produits de fromage. Les imitations de produits de fromage d'origine végétale (noix, avoine, légumineuse ou pomme de terre) ne représentent pas une alternative plus intéressante sur le plan de la composition nutritionnelle par rapport à ceux d'origine animale. En effet, ceux à base de noix fournissent moins de protéines et de calcium que les produits d'origine animale. Quant aux produits faits avec de l'avoine, ils contiennent aussi moins de protéines. D'un autre côté, la saveur n'est pas un indicateur

Les produits d'origine végétale ne représentent pas une alternative plus intéressante sur le plan de la composition nutritionnelle par rapport à ceux d'origine animale.

de qualité nutritionnelle, puisqu'aucune différence dans la composition nutritionnelle n'a été remarquée entre les produits de fromage nature et ceux ayant une saveur particulière.

Comme il a été mentionné plus haut, les produits de fromage exempts d'additifs à base de phosphate sont souvent des fromages à la crème. Cela peut expliquer pourquoi la composition nutritionnelle des produits de fromage sans phosphate (teneurs plus élevées en lipides et en gras saturés et teneurs plus faibles en protéines, en sodium et en calcium) est très semblable à celle des fromages à la crème. D'autre part, les produits de fromage portant une allégation relative au gras fournissent moins d'énergie, de lipides et de gras saturés. Dans les produits de fromage allégés en gras, seul l'ingrédient principal riche en lipides (souvent la crème) est remplacé par un mélange d'additifs agissant en tant qu'épaississant et stabilisant (p. ex., gomme xanthane, carraghénane, gomme de guar)³⁵. Ces changements n'affectent donc pas la teneur des autres nutriments. D'un autre côté, les produits de fromage visant une clientèle soucieuse de sa santé n'ont pas une composition nutritionnelle significativement différente de celle visant la population générale, à l'exception d'une teneur en énergie plus faible. Par ailleurs, un produit de fromage d'aspect authentique, écologique, naturel ou biologique ne présente pas d'avantages notables quant à sa composition nutritionnelle par rapport à un produit de fromage de base.

De façon plus globale, il existe peu de variations importantes dans la composition nutritionnelle des produits de fromage entre 2020 et 2025 lorsqu'elle est analysée selon les informations affichées sur l'emballage. Des variations à la baisse des teneurs en sucres, en protéines, en sodium et en calcium ont été remarquées dans les produits de fromage d'aspect naturel et ce, seulement lorsque les achats sont considérés. Cela peut s'expliquer par le fait que la quasi-totalité des produits de fromage d'aspect naturel étaient des fromages à la crème en 2025, alors que c'étaient des fromages fondus individuels en 2020. Ces variations de nutriments reflètent ainsi davantage la composition nutritionnelle des fromages à la crème.

Évolution des 20 plus grands vendeurs

Des analyses supplémentaires ont été entreprises afin d'examiner plus spécifiquement l'évolution des **grands vendeurs**. Ces derniers contribuent de façon moindre aux ventes en kg par rapport à l'année de référence (83,3 % en 2025 contre 87,5 % en 2020). De plus, les grands vendeurs contribuent plus faiblement au total des nutriments comparativement à 2020 et ce, pour la plupart des types de produits de fromage. Seuls les fromages à la crème les plus vendus ont augmenté leur contribution aux différents nutriments, sauf le calcium. Dans l'ensemble, les grands vendeurs ont généralement amélioré leurs produits, car leur contribution en gras saturés et en sodium est plus faible.

Dans l'ensemble, les grands vendeurs ont généralement amélioré la qualité nutritionnelle de leurs produits, car leur contribution en gras saturés et en sodium est plus faible.

Cependant, des améliorations supplémentaires auraient pu être réalisés si les contributions en protéines et en calcium n'avaient pas diminué aussi.

Enjeux de reformulation

La reformulation des produits de fromage pour réduire les teneurs en gras saturés et/ou en sodium présente des enjeux technologiques considérables pour les transformateurs alimentaires. Malgré cela, certaines avenues s'avèrent plus prometteuses que d'autres. En ce qui concerne la réduction en lipides et en gras saturés, celle-ci est bel et bien possible comme il a été discuté plus tôt dans le présent rapport (substitution des corps gras par des protéines ou des agents épaississants ou stabilisants)^{35,36}. Toutefois, même si les produits de fromage allégés en gras sont bel et bien présents sur le marché (15 % de l'offre), ils demeurent peu populaires auprès des consommateurs (7 % des ventes). Les produits de fromage allégés en gras peuvent présenter des défauts de goût ou de texture (p. ex., difficulté à être tartiné, aspect granuleux ou collant plus prononcé)³⁶. Ces produits sont donc davantage considérés comme des alternatives par rapport à leurs homologues originaux. Quant au sodium, sa réduction demeure largement problématique en raison de son rôle technologique essentiel dans l'obtention d'un produit final homogène et présentant de bonnes propriétés technologiques et sensorielles³⁶. Néanmoins, il pourrait être possible de substituer une partie du sodium à travers l'utilisation de sels de potassium, qu'il s'agisse de chlorure de potassium ou de sels émulsifiants à base de potassium (p. ex., citrate de potassium, phosphate de dipotassium). La réduction des gras saturés et/ou du sodium mérite ainsi d'être explorée de façon plus approfondie, particulièrement dans les produits d'origine végétale où un faible nombre d'études a été soulevé à ce sujet.

En somme

Dans l'ensemble, la catégorie des produits de fromage est demeurée plutôt stable en termes de composition nutritionnelle entre 2020 et 2025. Malgré quelques changements positifs, notamment au niveau de l'amélioration des produits modifiés, l'offre des produits de fromage demeure une catégorie à surveiller. En effet, 63 % des produits de fromage devraient afficher le symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage pour au moins un nutriment. Non seulement ce pourcentage est plus élevé qu'en 2020 (50 %), mais ces produits occupent une plus grande part des ventes (46 % en 2025 contre 40 % en 2020). Il en demeure aussi que les gras saturés et le sodium continuent d'être des nutriments à surveiller dans cette catégorie d'aliments.

7 Conclusion et perspectives

Le suivi de la composition nutritionnelle de la catégorie des produits de fromage offerts et vendus au Québec en 2025 a mené à certaines constatations et mises en perspective quant à leur similitude par rapport à 2020.

Dans l'ensemble, **aucun changement significatif** n'a été observé dans la composition nutritionnelle de l'offre des produits de fromage entre 2020 et 2025. Un regard plus approfondi sur l'évolution de la composition nutritionnelle en fonction du type de produits de fromage ne permet pas non plus d'identifier beaucoup de changements importants. Toutefois, une proportion plus importante de produits aurait à afficher le **symbole nutritionnel** sur le devant de l'emballage (**63 %**). Bien que cette proportion ait été calculée de manière théorique, ceci laisse présager que plus de la moitié des produits aurait à afficher ce symbole pour au moins un nutriment si aucune reformulation n'est entreprise d'ici le 1^{er} janvier 2026. Conséquemment, les gras saturés et le sodium demeurent des nutriments prioritaires à améliorer dans cette catégorie d'aliments. Cependant, les enjeux technologiques soulevés dans le présent rapport montrent que de telles améliorations devront requérir des démarches de reformulation considérables.

L'analyse de la composition nutritionnelle selon l'information sur l'emballage n'a pas permis de faire ressortir des choix qui seraient plus sains que d'autres, à l'exception de la présence d'une allégation relative au gras. Ainsi, les différentes sous-classifications reliées à l'origine, la saveur, la présence de phosphate, la clientèle cible et la caractéristique particulière ne sont pas nécessairement des indicateurs fiables de qualité nutritionnelle dans cette catégorie d'aliments. Pour l'instant, le choix d'un produit de fromage plus nutritif ne se fait pas sans compromis. Un fromage à la crème contient moins de sodium que les différents fromages fondus, mais celui-ci fournira généralement plus de gras saturés, ainsi que moins de protéines et de calcium. À l'inverse, les fromages fondus peuvent fournir plus de protéines et de calcium, mais ils contiennent aussi plus de sodium. Quant à eux, les fromages allégés en gras peuvent présenter des défauts de goût ou de texture qui ne plairont qu'à une part limitée de la population générale. **Les produits de fromage devraient donc être des aliments à consommer avec modération.**

Malgré une offre demeurée stable, une analyse plus approfondie a permis de constater que l'amélioration nutritionnelle des produits de fromage se produirait davantage par le biais des **produits modifiés**. D'un côté, les produits de fromage modifiés ont généralement diminué leur teneur en gras saturés et en sodium, tout en ayant augmenté leurs teneurs en protéines.

Ainsi, les résultats du présent rapport appellent à poursuivre les efforts de reformulation de la part de l'industrie bioalimentaire mais également des acteurs de santé publique afin de promouvoir la mise en marché de nouveaux produits plus intéressants en termes de composition nutritionnelle. En effet, des efforts considérables seront nécessaires afin d'offrir des produits de fromage de meilleure qualité nutritionnelle et d'aider le consommateur à faire de meilleurs choix dans les marchés d'alimentation. Cette réalité rappelle ainsi l'importance de soutenir l'industrie bioalimentaire dans ses démarches de développement et de reformulation de produits, ces dernières pouvant être longues et relativement coûteuses, plus particulièrement dans cette catégorie d'aliments. Au-delà des ressources financières, il est critique de développer une relation de confiance avec l'industrie bioalimentaire non seulement pour le partage d'informations (p. ex., pistes de reformulation, possibilité de financement, ou ressources matérielles disponibles pour favoriser l'amélioration nutritionnelle des produits), mais aussi pour assurer une responsabilisation des transformateurs alimentaires dans l'amélioration de l'offre alimentaire. Une collaboration interdisciplinaire et robuste entre les acteurs de l'industrie bioalimentaire, les acteurs en santé publique, ainsi que des experts en communication, en nutrition et en sciences des aliments pourrait alors s'avérer essentielle³⁷.

Références

1. Corriveau A, Perron J, Gagnon P, Provencher V. (2021). Portrait des produits de fromage disponibles au Québec 2020. [En ligne] <https://observatoireinafulaval.ca>.
2. Gouvernement du Québec. Ventes au détail de produits alimentaires dans les grands magasins au Québec 2023. 2024 (<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Ventesdetailproduitsalimentaires.pdf>).
3. Observatoire de l'alimentation (Oqali). Fromages - Évolution de l'offre et de la qualité nutritionnelle entre 2015 et 2018. 2024.
4. Tetra Pak. Global cheese report 2021. 2022 (<https://www.tetrapak.com/content/dam/tetrapak/publicweb/gb/en/about/documents/Cheese-consumer-research-report.pdf>).
5. Waehrens S, L F, Gunn L, Buldo P, Bom Frøst M, Perez-Cueto FJA. Consumers' sensory-based cognitions of currently available and ideal plant-based food alternatives: A survey in Western, Central and Northern Europe. *Food Quality and Preference* 2023;108. DOI: 10.1016/j.foodqual.2023.104875.
6. Jaeger SR, Jin D, & Roigard CM. Plant-Based Alternatives Need Not Be Inferior: Findings from a Sensory and Consumer Research Case Study with Cream Cheese. *Foods* 2024;13(4). DOI: 10.3390/foods13040567.
7. Billingsley HE, Carbone S, & Lavie CJ. Dietary Fats and Chronic Noncommunicable Diseases. *Nutrients* 2018;10(10). DOI: 10.3390/nu10101385.
8. Zhang M, Dong X, Huang Z, et al. Cheese consumption and multiple health outcomes: an umbrella review and updated meta-analysis of prospective studies. *Adv Nutr* 2023;14(5):1170-1186. DOI: 10.1016/j.advnut.2023.06.007.
9. ST I, Lamberg-Allardt C. Phosphorus - a scoping review for Nordic Nutrition Recommendations 2023. *Food Nutr Res* 2023;67. 10318. DOI: 10.29219/fnr.v67.10318.
10. Calvo MS, Dunford EK, & Uribarri J. Industrial Use of Phosphate Food Additives: A Mechanism Linking Ultra-Processed Food Intake to Cardiorenal Disease Risk? *Nutrients* 2023;15(16). DOI: 10.3390/nu15163510.
11. Tuominen M, Karp HJ, & Itkonen ST. Phosphorus-Containing Food Additives in the Food Supply-An Audit of Products on Supermarket Shelves. *J Ren Nutr* 2022;32(1):30-38. DOI: 10.1053/j.jrn.2021.07.010.
12. Majhenic AC, Levart A, Salobir J, Prevc T, Pajk Zontar T. Can Plant-Based Cheese Substitutes Nutritionally and Sensorially Replace Cheese in Our Diet? *Foods* 2025;14(5). DOI: 10.3390/foods14050771.
13. Craig WJ, Mangels AR, & Brothers CJ. Nutritional Profiles of Non-Dairy Plant-Based Cheese Alternatives. *Nutrients* 2022;14(6). DOI: 10.3390/nu14061247.
14. Fresan U, Rippin H. Nutritional Quality of Plant-Based Cheese Available in Spanish Supermarkets: How Do They Compare to Dairy Cheese? *Nutrients* 2021;13(9). DOI: 10.3390/nu13093291.

15. Noon J, Rousseau D, & Euston SR. Oleogelation for saturated fat replacement in vegan cheese. *Food Chem* 2025;470:142684. DOI: 10.1016/j.foodchem.2024.142684.
16. Alehosseini E, McSweeney PLH, & Miao S. Recent updates on plant protein-based dairy cheese alternatives: outlook and challenges. *Crit Rev Food Sci Nutr* 2025;1-15. DOI: 10.1080/10408398.2025.2452356.
17. Sanders C, Dobson S, & Marangoni AG. Effect of saturated and unsaturated fat on the physical properties of plant-based cheese. *Curr Res Food Sci* 2024;9:100832. DOI: 10.1016/j.crfs.2024.100832.
18. Gouvernement du Québec. Programme Alimentation santé. 2026 (<https://www.quebec.ca/entreprises-et-travailleurs-autonomes/industrie-bioalimentaire/aides-financieres/aide-financiere-transformation-distribution-alimentaires/programme-alimentation-sante>).
19. Ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation. Politique Bioalimentaire 2018-2025. 2018.
20. Gouvernement du Québec. Plan d'action interministériel 2022-2025 de la politique gouvernementale de prévention en santé. 2022.
21. Gouvernement du Québec. Nourrir nos ambitions - Politique bioalimentaire 2025-2035. 2025 (https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/agriculture-pecheries-alimentation/publications-adm/dossier/politique-bioalimentaire/PO_politique-bioalimentaire-2025-2035_MAPAQ.pdf).
22. Santé Canada. Consultation sur l'étiquetage proposé sur le devant des emballages. Programmes et élaboration de politiques Disponible au <https://www.canadaca/fr/sante-canada/programmes/consultation-etiquetage-devant-des-emballages-cgihtml> 2018.
23. Santé Canada. Cibles volontaires de réduction du sodium pour les aliments transformés, 2020-2025. 2022 (<https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/publications/aliments-et-nutrition/cibles-reduction-sodium-2020-2025.html>).
24. Santé Canada. Modifications au Règlement sur les aliments et drogues en matière d'étiquetage nutritionnel, de la liste des ingrédients et des colorants alimentaires. 2016.
25. Statistique Canada. Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2020. Disponible en ligne au : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210622/dq210622b-fra.htm>.
26. Gouvernement du Canada. Consultation sur l'élaboration de lignes directrices d'application volontaire pour la fourniture de renseignements sur les aliments vendus aux consommateurs au moyen du commerce électronique. Disponible au: <https://inspection.canada.ca/a-propos-de-l-acia/transparence/consultations-et-participation/terminees/aliments-commerce-electronique/consultation/fra/1651586699412/1651587147659#a4>. 2022.
27. Santé Canada. Étiquetage nutritionnel - Tableau des quantités de référence pour les aliments. 2025 (<https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/documents-techniques-exigences-etiquetage/etiquetage-nutritionnel-tableau-quantites-reference-aliments.html>).
28. Gouvernement du Canada. Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (symboles nutritionnels, autres dispositions d'étiquetage, vitamine D et graisses ou huiles hydrogénées) : DORS/2022-168. 2022 (<https://gazette.gc.ca/rp-pr/p2/2022/2022-07-20/html/sor-dors168-fra.html>).

29. GS1. GTIN Allocation Rules. Disponible au: https://www.gs1gt.org/servicios/publicaciones/descargas/gs1_gtin.pdf. 2007.
30. Nielsen MarketTrack. Cheese Products, Quebec All Channels, 52 weeks ended May 16th, 2025. 2025.
31. Massoud R, & Zoghi A. The effects of the COVID-19 pandemic on food systems: limitations and opportunities. *Discover Food* 2024;4(1). DOI: 10.1007/s44187-024-00183-8.
32. Leal Filho W, Fedoruk M, Paulino Pires Eustachio JH, et al. How the War in Ukraine Affects Food Security. *Foods* 2023;12(21). DOI: 10.3390/foods12213996.
33. Statistique Canada. Essayer différents magasins pour composer avec le taux d'inflation élevé : les ventes d'aliments des magasins d'alimentation et magasins de marchandises diverses. 2023 (<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/36-28-0001/2023007/article/00005-fra.htm>).
34. Bunka F, Salek RN, Kurova V, Buňková L, Lorencová E. The impact of phosphate- and citrate-based emulsifying salts on processed cheese techno-functional properties: A review. *International Dairy Journal* 2024;158. DOI: 10.1016/j.idairyj.2024.106031.
35. Schadle CN, Eisner P, Bader-Mittermaier S. The combined effects of different fat replacers and rennet casein on the properties of reduced-fat processed cheese. *J Dairy Sci* 2020;103(5):3980-3993. DOI: 10.3168/jds.2019-17694.
36. Ferrao LL, Silva EB, Silva HLA, et al. Strategies to develop healthier processed cheeses: Reduction of sodium and fat contents and use of prebiotics. *Food Research International* 2016;86:93-102. DOI: 10.1016/j.foodres.2016.04.034.
37. Le Bouthillier M, Veilleux S, Loignon J, Turcotte M, Trudel L, Provencher V. Knowledge mobilization between the food industry and public health nutrition scientists: findings from a case study. *BMC Nutr* 2024;10(1):81. DOI: 10.1186/s40795-024-00889-z.

Annexes

Tableau 11. Nombre de raisons justifiant le statut de produit modifié

Nombre de raisons	Nombre de produits	% des produits
1	2	3
2	25	40
3	18	29
4	14	22
5	4	6

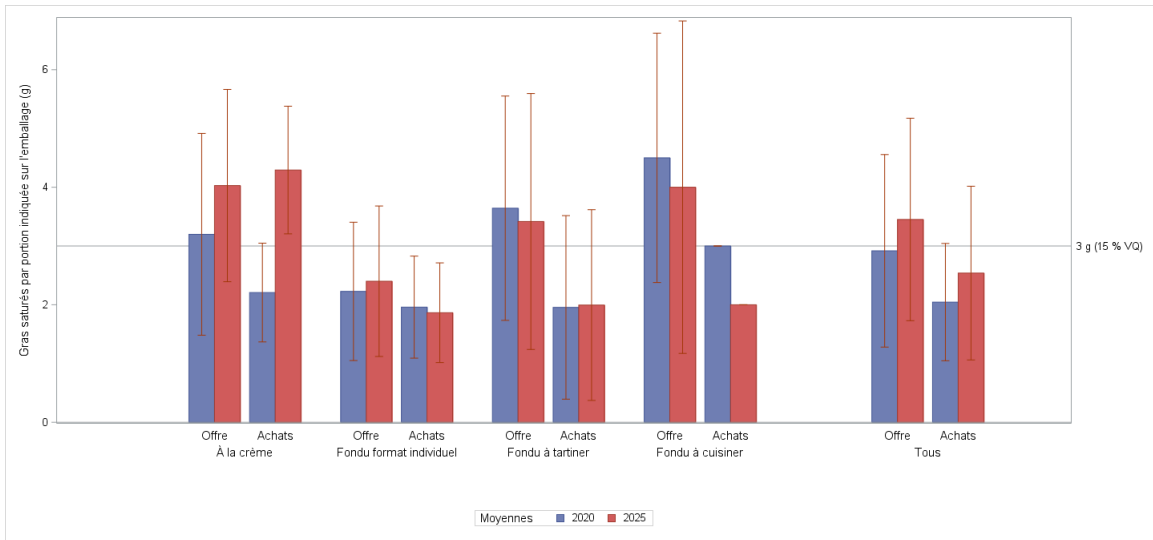


Figure 10. Teneurs en gras saturés des produits de fromage en 2020 et 2025, par portion d'un emballage

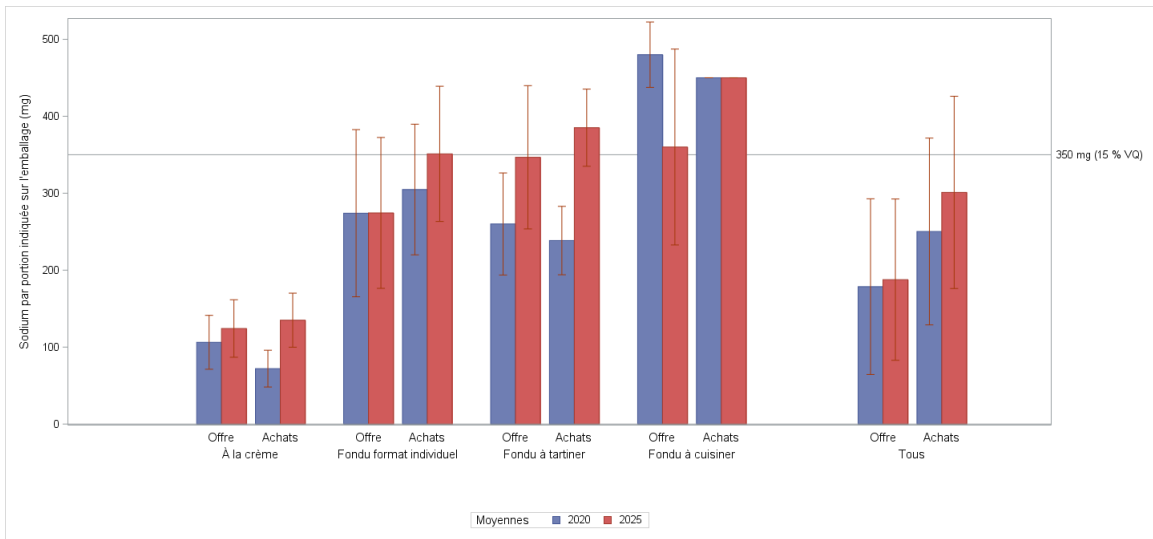


Figure 11. Teneurs en sodium des produits de fromage en 2020 et 2025, par portion d'un emballage

Tableau 12. Moyenne des teneurs en gras saturés par année et par quintile de ventes

Quintiles*	Offre**			Achats**		
	2020	2025	Variation	2020	2025	Variation
1	3,4	3,5	+0,1	3,0	4,7	+1,7
2	3,6	4,6	+1,0	3,5	4,5	+1,0
3	3,4	3,8	+0,4	3,4	3,8	+0,4
4	3,0	3,3	+0,4	2,9	3,2	+0,3
5	3,3	2,8	-0,5	3,1	2,7	-0,4

*Quintile 5 : plus grands vendeurs

**Offre : données non pondérées pour les ventes / Achats : données pondérées pour les ventes.

Tableau 13. Moyenne des teneurs en protéines par année et par quintile de ventes

Quintiles*	Offre**			Achats**		
	2020	2025	2020	2025	2020	2025
1	1,8	2,6	+0,8	2,3	1,1	-1,2
2	2,2	1,7	-0,4	2,4	2,1	-0,3
3	3,5	3,1	-0,4	3,5	3,1	-0,4
4	3,8	3,1	-0,7	3,7	3,4	-0,4
5	3,9	4,0	+0,1	3,8	4,2	+0,4

*Quintile 5 : plus grands vendeurs

**Offre : données non pondérées pour les ventes / Achats : données pondérées pour les ventes.

Tableau 14. Moyenne des teneurs en sodium par année et par quintile de ventes

Quintiles*	Offre**			Achats**		
	2020	2025	2020	2025	2020	2025
1	138,1	235,4	+97,2	163,2	177,7	+14,5
2	179,8	203,2	+23,5	183,0	207,9	+24,9
3	234,3	200,4	-33,9	232,7	196,5	-36,1
4	288,1	228,2	-59,8	290,0	260,8	-29,3
5	367,8	337,4	-30,4	383,0	377,0	-5,9

*Quintile 5 : plus grands vendeurs

**Offre : données non pondérées pour les ventes / Achats : données pondérées pour les ventes.

