

## **Évaluation des possibilités et des enjeux qui se présentent pour l'industrie des aliments de spécialité du Canada**

Rédigé pour le compte de : Doree Kovalio  
Agente principale de développement  
des marchés  
Division des aliments ethniques et de  
spécialité  
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Rédigé par : Martin Gooch, Claudia Schmidt,  
Gary Fread et Abdel Felfel  
Value Chain Management Centre  
George Morris Centre  
225-150, allée Research  
Guelph (Ontario) N1G 4T2  
Personne-ressource : Martin Gooch  
Téléphone : 519-822-3929, poste 216  
Télécopieur : 519-837-8721  
Courriel : [martin@georgemorris.org](mailto:martin@georgemorris.org)

Date : Juin 2011

*Avertissement – Le rapport intitulé *Évaluation des possibilités et des enjeux qui se présentent pour l’industrie des aliments de spécialité du Canada* a été rédigé par des intervenants du George Morris Centre, à la demande de la Direction générale des services à l’industrie et aux marchés d’Agriculture et Agroalimentaire Canada, à des fins d’analyse et de discussion. Le contenu et les conclusions de ce rapport ne reflètent pas nécessairement les opinions ou les intérêts d’Agriculture et Agroalimentaire Canada, et les conclusions n’ont pas force exécutoire pour l’un ou l’autre des paliers de gouvernement ou pour l’industrie.*

## Résumé

Le but du présent rapport est d'offrir une tribune à la tenue d'un débat plus éclairé sur la nature et la taille du secteur canadien des aliments de spécialité et de démontrer de quelle manière l'industrie et le gouvernement pourraient collaborer en vue d'améliorer la position concurrentielle à long terme du secteur. Afin d'atteindre ce but, nous nous proposons de définir, avec un haut degré de précision, la taille et la nature du secteur canadien des aliments de spécialité ainsi que de donner des exemples d'occasions d'affaires que pourraient saisir les acteurs de ce secteur sur le marché. Le rapport répertorie également les enjeux qui, si nous omettons de nous y attaquer, pourraient empêcher le secteur de tirer pleinement profit des occasions relevées dans le cadre de la recherche.

Les méthodes de recherche employées pour mener à bien ce projet se présentent sous deux formes. La première prend la forme d'un examen complet de la littérature visant à brosser un tableau du secteur canadien des aliments de spécialité. Afin d'éclairer les facteurs qui caractérisent actuellement le secteur et qui détermineront les occasions qui se présenteront à ce dernier, nous avons segmenté la revue de la littérature en deux étapes : a) comprendre le marché; b) comprendre le consommateur. L'examen illustre les définitions souvent incongrues qui ont été utilisées par le passé pour définir la nature d'un aliment de spécialité ainsi que les raisons pour lesquelles on en connaît actuellement si peu sur la taille et la nature du secteur. Il permet également de décrire dans le détail les avancées qui ont été réalisées au sein du secteur canadien des aliments de spécialité comparativement à celles qui ont été enregistrées à l'étranger, notamment aux États-Unis. En outre, l'examen met l'accent sur la mesure dans laquelle l'immigration ainsi que le plus grand sens du discernement des consommateurs, en général, refaçonneront le visage de l'industrie alimentaire.

La seconde méthode de recherche prend la forme d'une série d'entrevues détaillées menées auprès de représentants de l'industrie et de gestionnaires d'entreprises qui œuvrent sur certaines chaînes de valeurs. Le but principal de cette recherche était de répertorier les perspectives commerciales de l'industrie, c'est-à-dire : a) les occasions d'affaires importantes offertes sur le marché; b) l'état de préparation de l'industrie à tirer profit des possibilités relevées; c) les enjeux qui influent sur la capacité de l'industrie de tirer pleinement profit des possibilités relevées. Afin d'optimiser la valeur qu'offre le projet à l'industrie, nous avons décidé que les chercheurs mettront l'accent sur trois catégories d'aliments distinctes. Ces catégories, désignées à l'occasion de discussions tenues avec le comité directeur du projet, sont les suivantes : viande rouge, produite et commercialisée conformément à une loi religieuse (agneau et chèvre halal); grains produits, transformés et commercialisés en tant que produits exempts de gluten (sarrasin et légumineuses à grains); poissons et fruits de mer provenant des côtes est et ouest du Canada (principalement les mollusques et crustacés et *kazunoko*).

Les résultats de la recherche montrent que l'industrie agroalimentaire commerciale détermine si un aliment est « de spécialité » en se fondant en grande partie sur les caractéristiques des consommateurs qui achètent un produit particulier. Les chercheurs ont en outre constaté que la plupart des aliments de spécialité sont souvent considérés comme étant des innovations de pointe au sein de catégories déjà établies. Les résultats montrent également que des politiques, des règlements et des lois qui s'appliquent aux aliments qui sortent de l'ordinaire, ainsi que la manière dont ces politiques, règlements et lois sont mis en œuvre et en application aux échelons fédéral et provincial, peuvent avoir une incidence négative induite sur l'élaboration, la production et la commercialisation des aliments de spécialité comparativement aux produits provenant de l'industrie agroalimentaire au sens plus large (dont la situation est mieux établie).

En utilisant l'information recueillie tout au long du processus de recherche, les scientifiques ont mené à bien une analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces) afin de relever les possibilités qui s'offrent à l'industrie canadienne des aliments de spécialité et l'incidence relative de facteurs qui pourraient empêcher ces possibilités de se concrétiser. Les résultats ont conduit les chercheurs à formuler une série de recommandations sur la manière dont l'industrie et le gouvernement pourraient appuyer un secteur des aliments de spécialité jeune, mais qui affiche un potentiel considérable. Ces recommandations ne sont pas classées par ordre d'importance ni énumérées selon un ordre particulier.

### Refonte de la réglementation<sup>1</sup>

- Le système de réglementation actuel doit être revu si l'on veut tenir compte de la manière dont des conséquences imprévues de son application ont un effet néfaste sur les petites entreprises et les jeunes industries. Si l'on élimine le fardeau réglementaire inutile qui découle du système actuel, la capacité d'élaborer des produits et de les commercialiser se traduirait par une augmentation de la capacité des producteurs et des transformateurs innovateurs d'exploiter de nouveaux débouchés.
- Dans le cadre de la refonte de la réglementation, il faudra examiner des façons de redéfinir la culture de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et la façon dont elle interagit avec les différentes entreprises et les divers secteurs en modifiant la manière dont son rendement est mesuré. À l'heure actuelle, la majorité des répondants de l'industrie considèrent que l'ACIA, par son mode de fonctionnement, représente davantage un obstacle qu'elle n'offre un service utile permettant aux petites entreprises innovatrices d'exploiter les débouchés du marché. Ils trouvent en outre que l'Agence ne tient pas compte des réalités du monde des affaires.

---

<sup>1</sup> Tout au long du rapport, un certain nombre de limites dues aux activités de réglementation et de mise en application de l'ACIA sont relevées à partir de commentaires reçus de l'industrie. Toutefois, dans son budget de 2010, le gouvernement du Canada a annoncé la création d'une Commission sur la réduction de la paperasse. Le mandat de la Commission est le suivant.

- Dresser la liste des principales sources d'irritation qui découlent des exigences du gouvernement fédéral en matière de réglementation et examiner comment ces exigences sont administrées pour alléger le fardeau en matière de conformité pour les entreprises, en particulier les petites entreprises. L'accent est mis sur les sources d'irritation qui ont nettement un effet négatif sur la croissance, la compétitivité et l'innovation.
- Recommander des options qui permettent d'éliminer ces irritants et d'alléger le fardeau lié à la conformité à long terme tout en faisant en sorte que l'environnement, la santé et la sécurité des Canadiens ne soient pas mis en péril.

Afin de connaître directement les opinions de ceux qui sont les plus touchés par la paperasserie administrative, en particulier les propriétaires de petites entreprises, la Commission a tenu des consultations dans tout le pays, entre décembre 2010 et mars 2011, ainsi d'une consultation en ligne qui a permis à un vaste éventail de Canadiens appartenant à la communauté des affaires de formuler leurs commentaires. Comme on pouvait s'y attendre, la participation de l'ACIA à ce processus a été très importante. Davantage de détails sont disponibles à l'adresse [www.reducedredtape.gc.ca](http://www.reducedredtape.gc.ca).

### **Salubrité des aliments**

- Un travail doit être entrepris si l'on veut déterminer comment les exigences du Programme d'amélioration de la salubrité des aliments (PASA) du Canada peuvent être reconnues comme étant équivalentes à la norme établie dans l'Initiative mondiale de la sécurité alimentaire (IMSA). Cette reconnaissance aiderait à éliminer les coûts excessifs et les obstacles inutiles associés à l'entrée sur des marchés d'exportation potentiels.
- Un soutien en matière de gestion doit être fourni si l'on veut aider à la mise en œuvre de systèmes de salubrité des aliments reconnus à l'échelle internationale (comme l'IMSA) dans les établissements de faible taille.

### **Nécessité d'obtenir de nouveaux renseignements sur les marchés**

- Certains renseignements sur les marchés sont disponibles pour le secteur des aliments de spécialité sous la forme de rapports sur les marchés. Cependant, ces rapports sont habituellement coûteux et inabordables pour les petites entreprises. Leur forme actuelle limite également leur valeur pour l'industrie. Néanmoins, une partie de ces renseignements pourrait être cruciale pour l'exploitation de nouveaux débouchés. Ainsi, on pourrait mettre en œuvre une plateforme ou un portail pour rendre accessible ce type de renseignements à un coût raisonnable (p. ex. par un partage des coûts) pour les petits et les moyens producteurs et transformateurs. Le même portail pourrait être utilisé comme une tribune permettant d'échanger de l'information et de traiter de problèmes fréquemment rencontrés qui pourraient être résolus grâce à la collaboration.
- La collecte de renseignements sur les marchés pourrait être considérablement facilitée par l'établissement d'un processus permettant la collecte stratégique de ce type de renseignements. À l'heure actuelle, l'industrie canadienne des aliments de spécialité n'est ciblée par aucun processus de collecte active et stratégique des données. Ni Statistique Canada ni les grandes entreprises privées de recherche sur les consommateurs, comme AC Nielsen, ne recueillent de données sur l'industrie canadienne. Cette situation présente un contraste marqué par rapport aux initiatives menées aux États-Unis et pour le compte d'autres administrations.

### **Capacité de gestion**

- En raison de la faible taille de leurs entreprises, les producteurs et les transformateurs ont une influence limitée sur les détaillants. Aussi, il est nécessaire de les familiariser avec les pratiques optimales de gestion si l'on veut faciliter l'accès aux marchés/détaillants pour les petites entreprises d'aliments de spécialité.
- La recherche a également permis de constater que bon nombre de répondants estiment qu'il faut consentir des efforts concertés si l'on veut offrir une formation à la gestion aux producteurs afin que ceux-ci tiennent mieux compte des impératifs commerciaux. La nécessité d'un changement de « mentalité » chez les producteurs s'est révélée particulièrement aiguë dans les sous-secteurs de l'agneau et de la chèvre.

### **Association nationale sectorielle**

- Il faut créer une association nationale sectorielle, laquelle mettra l'accent sur l'habilitation des entreprises à tirer profit des débouchés par la mise en place d'une plateforme de réseautage et d'initiatives d'amélioration du savoir-faire. De plus, on pourrait mettre en place un portail d'information, qui faciliterait l'accès des consommateurs à des renseignements sur les différents types d'aliments de spécialité et sur les endroits où ils peuvent se les procurer.
- Une telle association pourrait offrir un moyen efficace pour habiliter l'industrie à dialoguer de façon plus objective avec les gouvernements sur l'incidence négative de la réglementation et des politiques actuelles et de leur mise en œuvre. En outre, elle

permettrait de mettre en place, de façon concertée, un milieu d'affaires mieux adapté à l'innovation axée sur le marché. Pour les besoins de ce dernier élément, l'association serait intégrée aux tables rondes sur les chaînes de valeur d'AAC (groupes de travail sur le secteur dirigés par l'industrie), au même titre que les initiatives provinciales pertinentes.

## Table des matières

1	Introduction .....	9
2	Méthodes de recherche .....	9
3	Introduction aux aliments de spécialité.....	10
3.1	Définition d'un aliment de spécialité .....	10
3.2	Vente au détail et restauration .....	11
3.2.1	Vente au détail.....	12
3.2.2	Restauration .....	14
4	Secteur des aliments de spécialité aux États-Unis.....	15
4.1	Introduction.....	15
4.2	Accent mis par les associations du secteur des aliments de consommation courante et des aliments de spécialité aux États-Unis.....	15
4.3	Tendances affichées par le secteur des aliments de spécialité aux États-Unis .....	17
5	Environnement canadien .....	19
5.1	Tendances affichées par les consommateurs .....	19
5.2	Tendances affichées par la population.....	19
5.2.1	Ethnicité.....	19
5.2.2	Paramètres économiques .....	20
5.3	Habitudes d'achat d'aliments de spécialité chez les consommateurs.....	21
5.4	Tendances associées à l'ethnicité.....	22
5.4.1	Incidence de l'ethnicité sur le choix d'aliments.....	22
5.4.2	Tendances associées à l'observation de préceptes religieux .....	23
5.5	Tendances associées à des paramètres sociodémographiques .....	24
5.5.1	Aliments biologiques.....	24
5.5.2	Végétarisme .....	25
5.5.3	Produits du soja .....	26
5.5.4	Intolérance alimentaire.....	26
5.6	Sous-secteurs de l'industrie .....	28
5.6.1	Aliments produits conformément à des préceptes alimentaires religieux.....	28
5.6.2	Aliments ethniques .....	34
5.6.3	Aliments italiens.....	35
5.6.4	Aliments mexicains .....	35
5.6.5	Aliments chinois.....	36
5.7	Aliments sud-asiatiques .....	36
5.7.1	Aliments caribéens.....	36
5.8	Régimes alimentaires spéciaux.....	37
5.8.1	Aliments dits « sans » .....	37

5.8.2	Produits gastronomiques et artisanaux .....	38
6	Analyse des chaînes de valeur .....	39
6.1	Objectif .....	39
6.2	Méthodes de recherche .....	40
6.3	Répondants .....	41
6.4	Nature et taille des entreprises consultées.....	42
6.5	Analyse des chaînes de valeur des aliments de spécialité .....	43
6.5.1	Définition d'un « aliment de spécialité » .....	44
6.5.2	Désignation à titre de producteur d'aliments de spécialité.....	46
6.5.3	Certifications employées .....	47
6.5.4	Tendances relatives à la production.....	47
6.5.5	Débouchés .....	49
6.5.6	Sources de renseignements .....	50
6.6	Analyse par sous-secteur.....	52
6.6.1	Résumé des enjeux .....	52
6.6.1a	Obstacles à l'exploitation des débouchés.....	52
6.6.1b	Risques ayant le plus d'incidence sur les décisions d'affaires .....	53
6.6.2	Résumé de la nature de chaque sous-secteur .....	54
6.7	Résumé des résultats .....	66
6.7.1	Produits agricoles c. poissons et fruits de mer .....	66
6.7.2	Résultats associés à des facteurs particuliers.....	67
6.7.3	Rôle potentiel des gouvernements.....	68
7	Analyse FFPM .....	70
7.1	FFPM : objectif.....	70
7.2	FFPM pour chaque sous-secteur .....	71
7.2.1	Agneau .....	71
7.2.2	Chèvre (viande) .....	76
7.2.3	Sarrasin .....	77
7.2.4	Légumineuses à grains.....	79
7.2.5	Poissons et fruits de mer .....	81
7.3	FFPM combinées (pour l'ensemble du secteur) .....	82
8	Conclusion .....	86
8.1	Objectif de la recherche .....	86
8.2	Recommandations.....	87
9	Références .....	90
	Annexes.....	92

9.1	Questionnaire de sondage .....	92
9.2	Résultats comparatifs détaillés.....	98

## Liste des tableaux

Tableau 3-1.	Ventes au détail : ventes totales et magasins de spécialité .....	12
Tableau 4-1.	Ventes d'aliments à consommer chez soi par type de point de vente .....	16
Tableau 5-1.	Population des groupes de minorités visibles dans les grandes villes canadiennes (%).....	20
Tableau 5-2.	Points de vente de produits halal .....	30
Tableau 5-3.	Principales marques commercialisant des produits halal au Canada .....	30
Tableau 5-4.	Demande d'aliments ethniques .....	34
Tableau 5-5.	Population selon certaines origines ethniques, par province et territoire.....	35
Tableau 6-1.	Résumé des répondants au sondage pour chacun des six sous-secteurs.....	42
Tableau 6-2.	Autodésignation à titre de producteur d'aliments de spécialité .....	46
Tableau 6-3.	Certifications employées pour désigner des aliments en tant qu'aliments de spécialité.....	47
Tableau 6-4.	Éventail des produits alimentaires de spécialité pour chaque sous-secteur.....	48
Tableau 6-5.	Niveaux de production pour chaque sous-secteur entre 2000 et 2010 .....	49
Tableau 6-6.	Débouchés pour chaque sous-secteur .....	50
Tableau 6-7.	Sources de renseignements sur le marché .....	51
Tableau 6-8.	Consommation de viande de mouton – dix plus grands pays consommateurs et Canada en 2006 .....	71

## Liste des figures

Figure 3-1.	Croissance annuelle des ventes totales d'aliments et de boissons et des ventes d'aliments et de boissons dans les magasins « de spécialité » .....	13
Figure 5-1.	Pourcentage des dépenses alimentaires par rapport aux dépenses personnelles totales de biens et de services .....	21
Figure 5-2.	Agneau d'origine intérieure c. agneau importé au Canada (nombre de kilogrammes consommés) .....	31
Figure 6-1.	Obstacles empêchant les entreprises de tirer entièrement profit des débouchés ....	53
Figure 6-2.	Risques ayant le plus d'incidence sur les décisions d'affaires pour chaque sous-secteur.....	54
Figure 6-3.	Schéma de la chaîne de valeur – Agneau.....	57
Figure 6-4.	Schéma de la chaîne de valeur – Chèvre.....	58
Figure 6-5.	Schéma de la chaîne de valeur – Légumineuses à grains .....	61
Figure 6-6.	Schéma de la chaîne de valeur – Sarrasin.....	62
Figure 6-7.	Schéma de la chaîne de valeur – Poissons et fruits de mer .....	65
Figure 6-8.	Population des communautés ethniques canadiennes provenant des plus grands pays consommateurs d'agneau .....	72