



JOSÉE ROBITAILLE ET JULIUS OLATOUNDE | Direction de la planification, des politiques et des études économiques

Les produits biologiques au Québec VENTES DANS LES GRANDS MAGASINS¹ ET COMPARAISON AVEC LE CANADA

La demande de produits biologiques est en pleine croissance, tant au Québec que dans le reste du Canada et ailleurs dans le monde. L'intérêt et la confiance des consommateurs à l'égard de ces produits se précisent. La certification garantit l'authenticité des produits biologiques et le secteur se développe.

Le Québec se pose en tant que chef de file dans ce secteur parmi les provinces et territoires canadiens. Il a été le premier à adopter une réglementation pour encadrer les produits biologiques. Il soutient le développement du secteur biologique et procède à des collectes de données sur le sujet. En outre, le bio fait maintenant partie intégrante de la Politique bioalimentaire 2018-2025, qui vise notamment à doubler le nombre d'hectares sous régie biologique entre 2015 et 2025 au Québec. Bien que l'Ontario constitue le plus grand marché au Canada pour les produits biologiques, le Québec compte le plus grand nombre et la plus grande proportion de fermes « bio ». On y retrouve également davantage d'entreprises qui font la transformation de produits biologiques. L'offre sur le marché québécois se développe continuellement grâce aux entreprises québécoises et canadiennes ainsi qu'aux importations internationales.

Du côté du consommateur, les achats de produits biologiques sont variés et croissants. Bien que celui-ci puisse s'approvisionner par l'entremise de plusieurs canaux de distribution, il le fait surtout chez les grands détaillants alimentaires. Qu'achète-t-il? Quels sont les produits les plus prisés? Le choix des Québécois se compare-t-il à celui des Canadiens? Ce numéro de *BioClips+* présente un résumé des achats² de produits biologiques effectués dans la majorité des grands magasins au Québec, la progression des ventes observée depuis 2007 et une comparaison avec le Canada. Un bref portrait de la certification, de l'offre de produits et du comportement du consommateur est aussi présenté afin de situer le secteur biologique québécois.

1 Dans ce numéro de *BioClips+*, le terme « grands magasins » comprend les chaînes d'alimentation (Metro, IGA-Sobeys et Provigo-Loblaws), les pharmacies et Walmart.

2 Les données analysées proviennent des ventes au détail colligées par la firme Nielsen.



LIMITES DE L'ANALYSE

Un accès limité aux données concernant le secteur biologique a contribué à restreindre l'étendue de l'analyse pour ce numéro de *BioClips+*. Quatre éléments ont notamment limité cette analyse :

1. Les données sur les ventes de produits bio, obtenues de la firme Nielsen, ne permettaient pas la comparaison pour les ventes totales de produits conventionnels et bio (ex. : la proportion de produits bio dans le panier d'épicerie n'a pu être calculée).
2. Les ventes en dollars présentées dans ce numéro ne permettent pas de tirer des constats sur la consommation, c'est-à-dire la quantité consommée (ex. : progression de la consommation, potentiel de croissance des produits), à cause de l'effet du prix.
3. L'échantillonnage des magasins ayant fait l'objet de l'enquête de Nielsen ne représente pas l'ensemble des lieux d'achat accessibles au consommateur (ex. : on ne peut évaluer la consommation ni les préférences de celui-ci).
4. Des données récentes nécessaires pour tracer un portrait exact du consommateur québécois de produits bio et de ses habitudes d'achat n'étaient pas disponibles (ex. : comportement à l'égard des produits bio par rapport aux produits conventionnels).

1. LA CERTIFICATION BIOLOGIQUE³

LE QUÉBEC, PRÉCURSEUR DANS LE SECTEUR DES PRODUITS BIOLOGIQUES

La réglementation qui encadre la production, la transformation et le commerce des produits biologiques contribue au développement du secteur. Elle permet des assises solides pour son essor et la confiance des consommateurs à l'égard de ses produits. Le gouvernement fédéral a mis en place, en 2009, un règlement encadrant les produits biologiques qui vise le commerce interprovincial et international. Les provinces et les territoires ont la possibilité de référer à cette réglementation pour exercer un contrôle du commerce interprovincial des produits biologiques. Le Manitoba, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick et l'Alberta l'ont fait, tandis que le Québec possédait déjà sa propre réglementation. Les autres provinces et territoires n'ont aucune réglementation provinciale spécifique aux produits biologiques pour le moment⁴.

Le Québec se pose donc en tant que chef de file dans ce secteur parmi les provinces et territoires canadiens. En effet, il a adopté la Loi sur les appellations réservées en 1996. Celle-ci est entrée en vigueur la même année et son

règlement d'application en 2017. Le Québec est ainsi devenu la première province à réglementer les produits biologiques au moyen de sa propre réglementation. L'appellation « biologique » a obtenu sa reconnaissance d'appellation réservée le 1^{er} février 2000. Le terme « biologique », sa traduction anglaise « organic » et tout autre terme apparenté à ceux-ci, dont leurs diminutifs, sont donc réservés et, par conséquent, contrôlés depuis 2000. À l'époque, le gouvernement du Québec a confié le mandat de contrôle de ces termes au Conseil d'accréditation du Québec. Ce mandat allait être transféré au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV), dans le cadre de la modification, en 2006, de la Loi sur les appellations réservées qui allait devenir la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants. Le CARTV est une instance publique indépendante financée en partie par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ). Puis, en 2012, le Québec a adopté les Normes biologiques canadiennes comme référentiel de certification dans son cahier des charges relatif aux produits biologiques.

Avec la Colombie-Britannique et le Manitoba, le Québec se positionne avantageusement au Canada par le soutien qu'il apporte au secteur biologique. Ainsi, il soutient le développement de la production (ex. : services-conseils, programmes d'appui pour la conversion et soutien financier bonifié, formation offerte par le Centre d'expertise et de transfert en agriculture biologique et de proximité [CETAB+]) et le marché biologiques (ex. : soutien financier pour la valorisation des aliments biologiques québécois), et procède à d'importantes collectes de données.

³ Note : Deux éléments sont à distinguer. Il y a le Règlement et les Normes biologiques. Le Règlement encadre le commerce des produits biologiques. Il édicte les règles à respecter en matière de certification et d'étiquetage. Le Règlement est sous la responsabilité de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Les Normes biologiques indiquent les exigences techniques à respecter par les entreprises pour la production, la transformation, le transport, la distribution de produits biologiques. Les Normes sont référencées dans le Règlement. Elles sont sous la responsabilité de l'Office des Normes général du Canada.

⁴ Source d'information : MAPAQ et https://www.ota.com/sites/default/files/EtatduSectorBiologique_2017-VERDEFINITIVE-FR.pdf.



Grâce au CARTV, le Québec s'est doté du système d'information sur le secteur biologique le plus détaillé au pays. En effet, le Système d'information sur les produits agroalimentaires biologiques (SIPAB) est la plus importante base de données du secteur biologique de la province. Le SIPAB permet de suivre les activités de certification biologique des entreprises sur le territoire québécois. Du SIPAB découlent des interfaces de consultation. Le Répertoire des produits biologiques certifiés du Québec est une interface grand public qui comprend

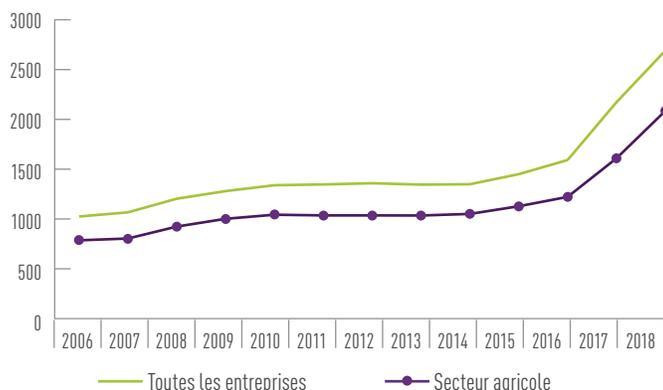
les produits certifiés provenant d'entreprises ayant des activités de production, de transformation ou de conditionnement au Québec. Le Portail BIO Québec, quant à lui, est une interface plus spécialisée qui permet de suivre l'évolution du secteur au jour le jour et sur une base annuelle. Il présente des renseignements par secteurs d'activités, par type de production et même par catégorie de produits. En fait, le Québec et le Manitoba effectuent les plus importantes collectes de données au pays concernant ce secteur.

2. L'OFFRE DE PRODUITS BIOLOGIQUES AU QUÉBEC

2.1 UNE OFFRE QUÉBÉCOISE QUI S'ACCROÎT

À l'heure actuelle, la demande grandissante des consommateurs de produits biologiques dépasse l'offre dans tout le Canada⁵. Cependant, le nombre d'entreprises ayant une certification biologique est en pleine expansion et a doublé en cinq ans au Québec. Au mois de mai 2019, près de 2 750 entreprises détenaient un certificat de conformité biologique délivré par l'un des organismes accrédités par le CARTV. Dans près de 2 135 cas, il s'agit d'entreprises agricoles (ex. : Valupierre Bio, Les Verdures de l'Isle, Les Vallons maraîchers), alors que les autres sont des transformateurs alimentaires (ex. : Fruit d'Or, Citadelle, Les Viandes du Breton), des entreprises de reconditionnement (emballage et étiquetage), etc.⁶ Le nombre de produits certifiés biologiques inscrits au CARTV, à cette même date, avoisinait 12 500.

FIGURE 1 – ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ENTREPRISES DÉTENANT UNE CERTIFICATION BIOLOGIQUE AU QUÉBEC



Source : Portail BIO Québec, <https://www.portailbioquebec.info/>. Site consulté en mai 2019.

5 Source : Association pour le commerce des produits biologiques, L'état du secteur des produits biologiques, 2017

6 Liste des entreprises certifiées biologiques : <https://www.portailbioquebec.info/tableau-regional-entreprises-avec-produits-certifies>.

EN MATIÈRE DE FERMES « BIO », LE QUÉBEC EST UN CHEF DE FILE AU CANADA

À l'échelle canadienne, le Québec compte le plus grand nombre et la plus grande proportion de fermes « bio » par rapport au nombre total d'entreprises agricoles. Cette proportion est de 4 %, ce qui représente près de 30 % de l'ensemble des fermes « bio » canadiennes⁷. Ces dernières comptent pour 2 % de l'ensemble des fermes canadiennes.

Comme dans tout le pays, la majorité des fermes « bio » au Québec sont spécialisées dans la production végétale. Le tiers, soit la plus grande proportion de fermes québécoises détenant une certification biologique, ont des activités en acériculture. La production laitière suit avec 13 % des fermes certifiées⁸. Notons qu'à l'échelle canadienne, le Québec est bon premier en matière de production de lait biologique, soutenant 42 % de la production nationale et comptant la moitié des producteurs de lait certifié biologique (126 producteurs sur 246 en 2017-2018)⁹.

7 Statistique Canada, Recensement de l'agriculture 2016, requête sur mesure pour le MAPAQ. Information tirée de BioClips, vol. 26, no 20, 5 juin 2018.

8 Statistique Canada, Recensement de l'agriculture 2016, requête sur mesure pour le MAPAQ. Information tirée de BioClips, vol. 26, no 20, 5 juin 2018.

9 http://www.dairyinfo.gc.ca/pdf/org-bio_can_f.pdf



TABLEAU 1 — FERMES AYANT UNE PRODUCTION BIOLOGIQUE AU QUÉBEC – RÉPARTITION PAR SECTEUR EN 2016

| | RÉPARTITION DU NOMBRE DE FERMES « BIO » | | RÉPARTITION DU NOMBRE DE FERMES « BIO » |
|------------------------------|---|-------------------------------|---|
| Productions végétales | 79 % | Productions animales | 21 % |
| Produits de l'érable | 33 % | Lait | 13 % |
| Grains et oléagineux | 12 % | Bovins | 2 % |
| Cultures diverses | 11 % | Porcs | 2 % |
| Légumes de champ | 10 % | Productions animales diverses | 2 % |
| Fruits et noix | 7 % | Volaille et œufs | 1 % |
| Légumes de serre* | 5 % | Moutons et chèvres | 1 % |
| Floriculture et pépinières | 2 % | | |

* Peut inclure des champignonnières.

Source : Statistique Canada, Recensement de l'agriculture 2016, requête sur mesure pour le MAPAQ; compilation du MAPAQ.

En fait, les secteurs du lait et du sirop d'érable biologiques sont dans une meilleure position que les autres secteurs, profitant, dans le cas du premier, de la présence du système de la gestion de l'offre et, dans le cas du second, de la domination du Québec en ce qui concerne la production de sirop d'érable dans le monde.

2.2 DES IMPORTATIONS INTERNATIONALES¹⁰ QUI AIDENT À COMBLER UNE DEMANDE CROISSANTE

L'intérêt grandissant des consommateurs québécois pour les produits biologiques et une offre québécoise qui ne comble pas la demande concourent aux importations d'aliments et de boissons biologiques. Comme pour les produits alimentaires conventionnels, la nordicité du climat québécois de même que l'évolution des caractéristiques démographiques et des préférences alimentaires des Québécois sont autant de facteurs qui conditionnent les importations alimentaires (ex. : fruits tropicaux, café, thé, épices).

LES FRUITS DOMINENT LES IMPORTATIONS INTERNATIONALES DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Au Québec, les fruits arrivent en première position, comptant pour 50 % des importations internationales (en quantité) de produits alimentaires biologiques. Suivent le café et le thé avec une proportion de 29 %.

¹⁰ Dans cette section, l'analyse des données concernant les importations de produits biologiques d'origine animale n'a pas été possible, car ces données n'étaient pas disponibles.



TABLEAU 2 — IMPORTATIONS INTERNATIONALES DE PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES AU QUÉBEC

| PRODUITS | 2013 (EN TONNES) | 2017 (EN TONNES) | MOYENNE (EN TONNES) 2013-2017 | PART RELATIVE DES PRODUITS SELON LA MOYENNE 2013-2017 |
|-----------------|---------------------|---------------------|----------------------------------|--|
| Fruits | 7 789,9 | 10 444,3 | 9 573,3 | 49,9 % |
| Café et thé | 3 736,8 | 7 180,1 | 5 638,7 | 29,4 % |
| Huile d'olive | 1 472,1 | 1 357,8 | 1 594,9 | 8,3 % |
| Légumes | 1 541,9 | 1 398,2 | 1 194,7 | 6,2 % |
| Sauce tomate | 726,4 | 1 595,6 | 1 157,7 | 6,0 % |
| Yogourt | 1,1 | 25,0 | 6,5 | 0,03 % |
| Autres produits | 3,3 | 8,3 | 5,6 | 0,03 % |
| Total | 15 271,6 | 22 009,2 | 19 171,5 | 100,0 % |

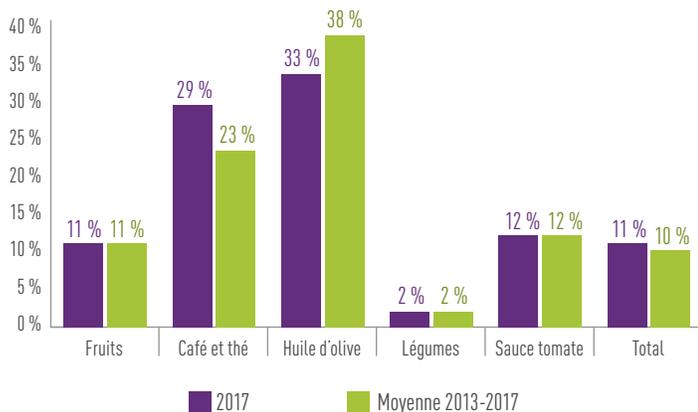
Note : Les importations de produits biologiques d'origine animale ne figurent pas dans ce tableau, car les données les concernant ne sont pas disponibles.

Source : Global Trade Tracker; compilation du MAPAQ.

LE QUÉBEC S'ATTRIBUE UNE PART IMPORTANTE DES IMPORTATIONS CANADIENNES DE CAFÉ, DE THÉ ET D'HUILE D'OLIVE

Globalement, la part du Québec dans les importations canadiennes de produits alimentaires biologiques s'établit à 11 % pour 2017. Cependant, en ce qui a trait à certains produits comme le café et le thé ainsi que l'huile d'olive, la part du Québec grimpe pour se situer respectivement à 29 % et à 33 % pour la même année.

FIGURE 2 – PART DU QUÉBEC DANS LES IMPORTATIONS CANADIENNES (EN QUANTITÉ) DE PRODUITS BIOLOGIQUES



Source : Global Trade Tracker; compilation du MAPAQ.

LES IMPORTATIONS INTERNATIONALES DE PRODUITS BIOLOGIQUES PROVIENNENT PRINCIPALEMENT DE L'AMÉRIQUE DU SUD

Les importations québécoises de produits alimentaires biologiques proviennent de plusieurs pays, avec une large part pour l'Amérique du Sud. En 2017, l'Équateur était le principal lieu d'approvisionnement du Québec, surtout pour les fruits, qui sont les produits les plus importés en volume. Les États-Unis, qui représentent le premier partenaire commercial du Canada et du Québec pour l'ensemble du secteur bioalimentaire, arrivent en troisième position, après la Colombie et juste avant le Pérou. Même si le Québec diversifie ses sources d'importation pour mieux répondre à la demande des consommateurs, les quatre pays nommés précédemment fournissent 56 % des volumes de produits biologiques qu'il importe.



TABLEAU 3 — PART DES MARCHÉS D'IMPORTATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES AU QUÉBEC EN 2017

| PRODUITS | PROVENANCE ET PART COMBLÉE PAR LE PAYS FOURNISSEUR | | |
|-------------------------------------|--|--------------------------|----------------------------|
| | 1 ^{re} | 2 ^e | 3 ^e |
| Fruits | Équateur (36,9 %) | Colombie (22,4 %) | Pérou (11,9 %) |
| Légumes | États-Unis (61,3 %) | France (13,9 %) | Espagne (7,6 %) |
| Thé | Chine (47,3 %) | Japon (43,3 %) | Inde (4,1 %) |
| Café | Mexique (19,8 %) | Colombie (17,1 %) | Pérou (14,7 %) |
| Huile d'olive | Tunisie (70,2 %) | Italie (21,5 %) | France (4,3 %) |
| Sauce tomate | États-Unis (95,5 %) | Italie (4,14 %) | Angleterre (0,05 %) |
| Yogourt | États-Unis (100,0 %) | | |
| Total, produits bio importés | Équateur (17,5 %) | Colombie (16,0 %) | États-Unis (11,7 %) |

Source : Global Trade Tracker; compilation du MAPAQ.

3. PORTRAIT DES VENTES DE PRODUITS BIO DANS LES GRANDS MAGASINS¹¹

Les produits biologiques sont vendus aux consommateurs par l'entremise d'un éventail de créneaux commerciaux, notamment les marchés publics de producteurs, les kiosques à la ferme, les programmes d'agriculture soutenue par la communauté, les magasins spécialisés (ex. : magasins de santé naturelle, fruiteries, magasins de produits biologiques), les chaînes d'alimentation (ex. : IGA, Metro, Provigo), les dépanneurs, les magasins de marchandises diverses (ex. : Walmart, Costco) et les services alimentaires (ex. : restaurants, traiteurs).

Les sections qui suivent portent sur les ventes réalisées dans les grands magasins. En raison de la disponibilité des données, l'échantillonnage des magasins est constitué des chaînes d'alimentation, des pharmacies ainsi que de Walmart. Notons qu'environ la moitié des ventes de produits certifiés biologiques sont effectuées par ce réseau.

3.1 À QUOI RESSEMBLE LE PANIER D'ÉPICERIE BIO AU QUÉBEC ET AU CANADA?

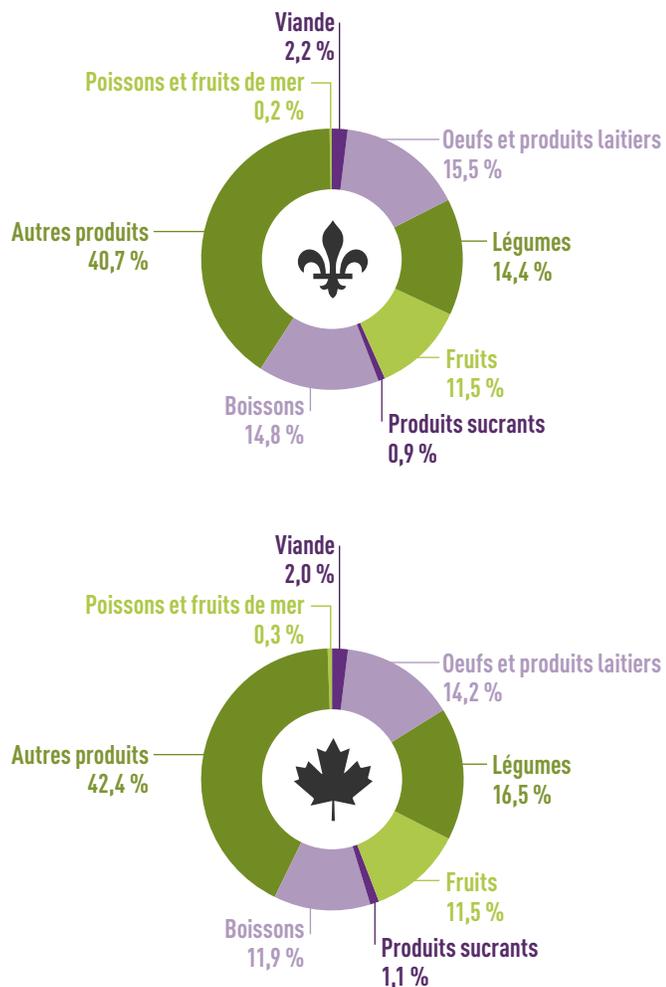
LES FRUITS ET LES LÉGUMES ACCAPARENT PLUS DU QUART DES VENTES

Le panier d'épicerie « bio » contient des produits assez variés, même si certains groupes de produits sont peu représentés. Parmi les achats de produits biologiques effectués dans les grands magasins au Québec, les fruits et les légumes ont la plus grande part avec 26 % de la valeur des ventes en 2017. Les œufs et les produits laitiers représentent un peu plus de 15 % des ventes, les boissons, un peu moins de 15 % et les viandes, seulement 2,2 %. À l'échelle canadienne, les fruits et les légumes dominent également avec 28 % des ventes.

¹¹ Dans ce numéro de *BioClips+*, le terme « grands magasins » comprend les chaînes d'alimentation (Metro, IGA-Sobeys et Provigo-Loblaws), les pharmacies et Walmart.



FIGURE 3 – PART RELATIVE DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC ET AU CANADA EN 2017



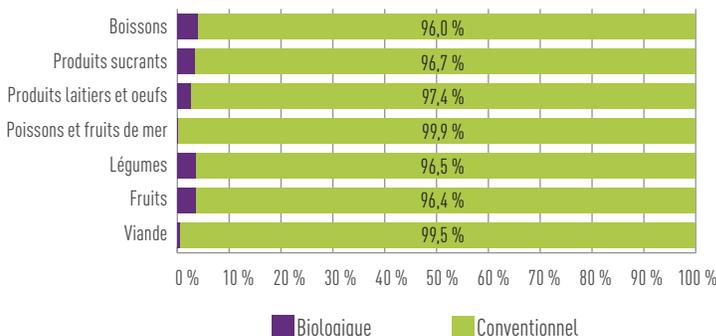
Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

GLOBALEMENT, LA PROPORTION DES VENTES DE PRODUITS BIO RESTE MODESTE

Dans les grands magasins au Québec, parmi les produits offerts en deux versions, soit les produits conventionnels ou biologiques, 3 % de la valeur des ventes était constituée, en 2017, de produits biologiques et le reste (97 %), de produits non biologiques. Au Canada, 4 % de la valeur des ventes était attribuable aux produits biologiques.

De manière agrégée, la figure suivante présente, pour le Québec, la part des produits bio par groupe de produits alimentaires. La valeur des ventes de produits bio est plus importante dans les boissons que dans les autres catégories alimentaires. Dans les boissons, 4 % des ventes sont constituées de produits bio et 96 %, de produits conventionnels.

FIGURE 4 – PROPORTION DES VENTES DE PRODUITS BIO PAR GROUPE DE PRODUITS ALIMENTAIRES AU QUÉBEC EN 2017



Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Parmi les nombreux produits offerts sur les étals des magasins, certains ont une proportion de ventes « bio » très élevée. Par exemple, le germe de blé et le chili (plat cuisiné) sont achetés davantage en version biologique qu'en version conventionnelle. Au Québec, la version biologique du germe de blé génère 84 % des ventes pour ce produit, alors que sa version conventionnelle s'approprie le reste, soit 16 %. L'ordre d'importance des ventes change quelque peu au Canada, mais les deux premières positions se réfèrent aux mêmes produits.



TABLEAU 4 – COMPARAISON QUÉBEC-CANADA EN MATIÈRE DE PROPORTION DU PRODUIT BIO PAR RAPPORT AU PRODUIT CONVENTIONNEL EN 2017

| PRINCIPAUX PRODUITS* | QUÉBEC | | CANADA | |
|---|---------------------|--------------------------------|---------------------|--------------------------------|
| | VENTES (EN DOLLARS) | PROPORTION DE PRODUITS BIO (%) | VENTES (EN DOLLARS) | PROPORTION DE PRODUITS BIO (%) |
| Germe de blé | 417 468 | 84,0 | 779 219 | 70,8 |
| Chili (plat cuisiné) | 306 881 | 55,3 | 10 017 098 | 60,7 |
| Boissons alternatives (ex. : boisson de soya, de riz ou d'amande) | 27 380 238 | 46,4 | 81 071 683 | 30,5 |
| Assaisonnements liquides | 343 268 | 32,4 | 2 378 606 | 40,6 |
| Galettes de riz soufflé | 4 028 668 | 28,6 | 29 448 435 | 39,7 |
| Poudings comme collations, portions individuelles prêtes à servir | 8 950 339 | 28,4 | 28 197 621 | 26,2 |
| Produits de tofu | 8 859 754 | 22,2 | 39 405 178 | 26,2 |
| Fish and chips surgelés | 18 788 | 21,9 | 83 427 | 3,3 |
| Thé | 5 976 137 | 17,8 | 35 411 007 | 16,0 |
| Eau de noix de coco | 330 655 | 15,4 | 4 617 596 | 12,8 |
| Légumes séchés | 2 123 544 | 15,2 | 13 577 022 | 20,1 |
| Légumes à grandes feuilles ensachés | 8 326 518 | 14,6 | 93 701 146 | 28,3 |
| Sauce aux pommes | 475 527 | 11,8 | 1 597 859 | 11,0 |
| Chou frisé | 294 206 | 11,0 | 4 695 854 | 16,6 |
| Soupes | 12 808 417 | 10,9 | 73 602 625 | 13,9 |
| Carottes | 8 803 199 | 10,5 | 45 790 596 | 14,8 |
| Ail | 1 212 127 | 10,4 | 5 317 714 | 8,5 |
| Produits de yogourt | 37 770 684 | 10,2 | 155 772 906 | 11,1 |
| Vinaigre | 1 860 673 | 10,2 | 13 591 530 | 16,8 |
| Bananes | 13 541 523 | 10,1 | 68 916 850 | 11,0 |

* Cette liste n'est pas exhaustive. Les produits présentés sont ceux pour lesquels la proportion de produits bio est supérieure à 10 %.

Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

3.2 LES PARTS DE MARCHÉ DES PRODUITS BIOLOGIQUES PAR CATÉGORIE

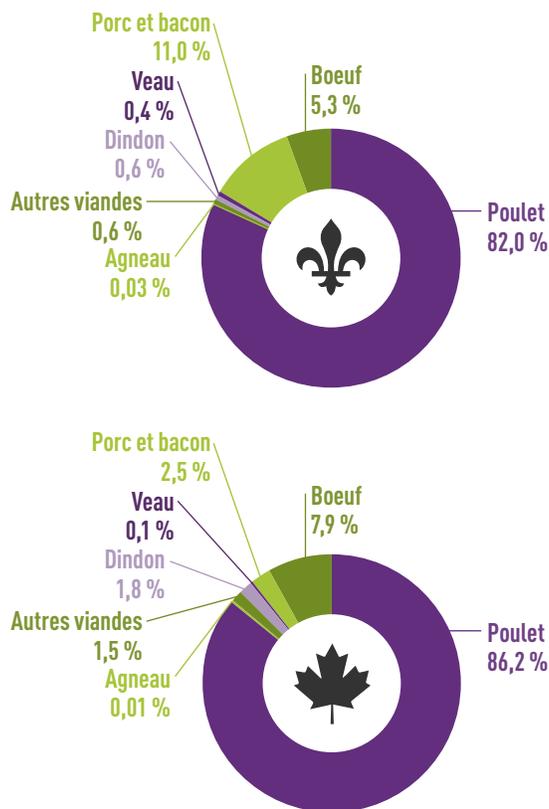
LE POULET DOMINE LES ACHATS DE VIANDE BIO AVEC PLUS DE 80 % DES VENTES

Bien que la viande soit peu présente dans le panier d'épicerie « bio », une variété s'offre au consommateur en ce qui la concerne. Parmi les viandes biologiques vendues dans les grands magasins au Québec, le poulet occupe la plus grande part de marché avec 82 % de la valeur des ventes. Le porc, y compris le bacon, suit avec 11 % de la valeur des ventes et se positionne comme deuxième choix dans les achats.

À l'échelle canadienne, ce n'est pas le porc, mais le bœuf biologique qui occupe la deuxième position, après le poulet, avec 8 % des parts de marché.



FIGURE 5 – PART RELATIVE DES VIANDES BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017



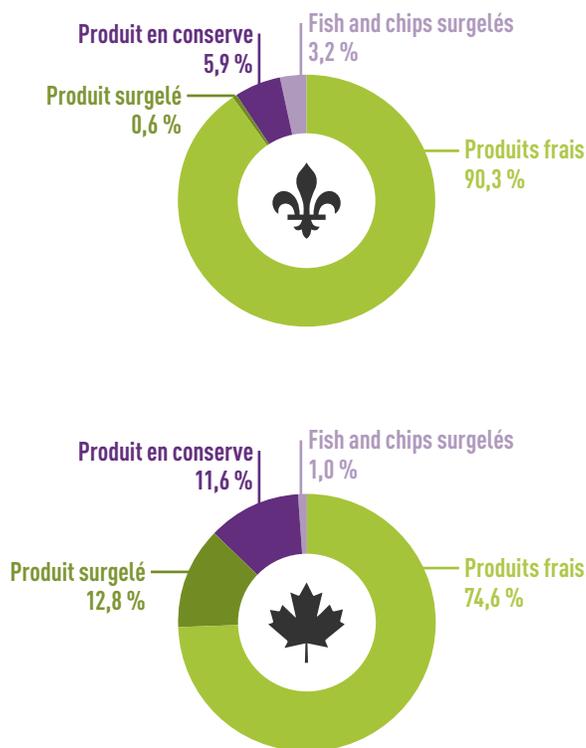
Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Notons qu'au Québec, le poulet biologique représente à peine 1,5 % des ventes de poulet. Les proportions de produits biologiques sont de 0,3 % pour le porc et de 0,1 % pour le bœuf. Le restant est vendu dans la version conventionnelle, c'est-à-dire non biologique. Au Canada, le poulet biologique s'approprie plutôt 2 % des ventes de poulet.

Parmi les achats de poissons et de fruits de mer bio, le produit frais est préféré

Au Québec, le produit frais accapare 90,3 % des ventes de poissons et de fruits de mer bio. Le produit en conserve suit avec 5,9 % de la valeur des ventes. À l'échelle canadienne, les poissons et les fruits de mer transformés (conserve et surgelé) ravissent une plus grande part des ventes qu'au Québec, soit le quart. En outre, au Canada, le produit surgelé obtient 13,8 % de la valeur des ventes, tandis qu'au Québec, la proportion n'est que de 3,8 %.

FIGURE 6 – PART RELATIVE DES POISSONS ET DES FRUITS DE MER BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017



Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

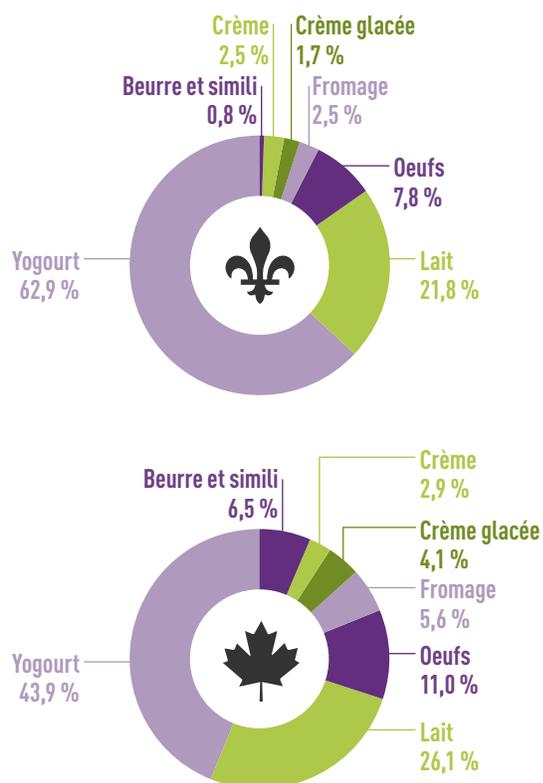
À peine 0,2 % des poissons et des fruits de mer frais sont vendus en version biologique, alors qu'au Canada, la proportion est quatre fois plus grande (0,9 %).

LE YOGOURT S'APPROPRIE PRESQUE LES DEUX TIERS DE LA VALEUR DES VENTES DE PRODUITS LAITIERS BIO

Parmi les produits laitiers bio offerts dans les grands magasins au Québec, le yogourt accapare 63 % des ventes. Le lait de consommation suit avec 22 % des parts de marché, puis les œufs (8 %), le fromage (2,5 %) et la crème (2,5 %). À l'échelle canadienne, les parts de marché du yogourt dans les produits laitiers bio sont moindres, car celles du lait, des œufs et du fromage sont beaucoup plus importantes qu'au Québec.



FIGURE 7 – PART RELATIVE DES PRODUITS LAITIERS BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017



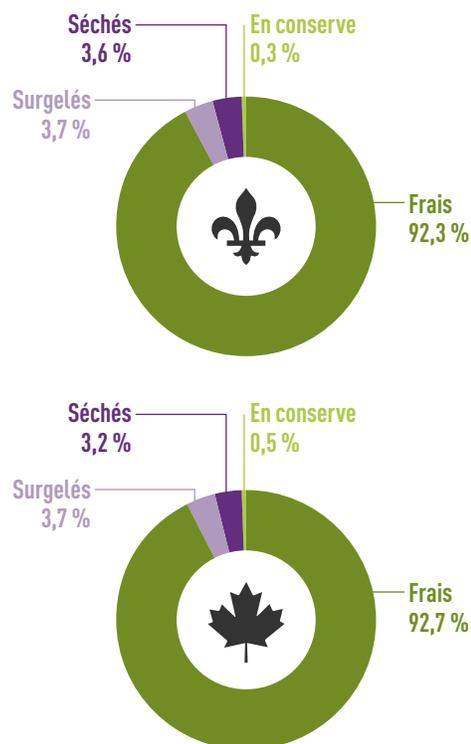
Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Notons qu'au Québec, 10 % des ventes de yogourt réfrigéré sont en version biologique. Cette proportion est semblable à celle du Canada, qui est de 11 %.

LE PRODUIT FRAIS REPRÉSENTE PLUS DE 92 % DES VENTES DE LÉGUMES BIO

Au Québec comme pour la moyenne canadienne, le produit frais s'approprie la majorité des ventes de légumes bio. Le produit surgelé, séché ou en conserve suit de loin avec moins de 4 % de la valeur des ventes.

FIGURE 8 – PART RELATIVE DES DIFFÉRENTS TYPES DE LÉGUMES BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017



Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Selon l'ordre décroissant, les carottes, les légumes à grandes feuilles ensachés, la salade ensachée, les champignons, les tomates et le céleri engendrent la plus grande valeur des ventes parmi les légumes frais bio.

LE PRODUIT FRAIS S'APPROPRIE PRESQUE LA TOTALITÉ DES VENTES DE FRUITS BIO

Comme pour les légumes bio, le produit frais domine les ventes de fruits bio à l'échelle canadienne avec plus de 95 % des parts de marché. Toutefois, la part des ventes pour les fruits surgelés est moins grande au Québec. Les baies bio génèrent la plus grande valeur des ventes dans les fruits frais, suivies de loin par les citrons et les pommes.



TABLEAU 5 – PART RELATIVE DES DIFFÉRENTS TYPES DE FRUITS BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017

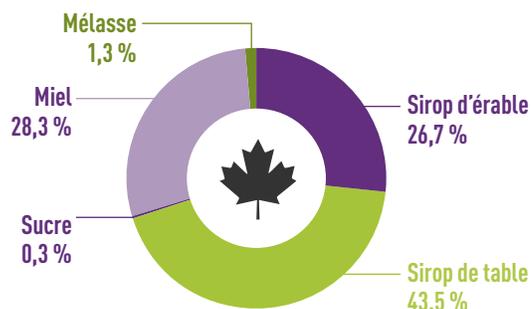
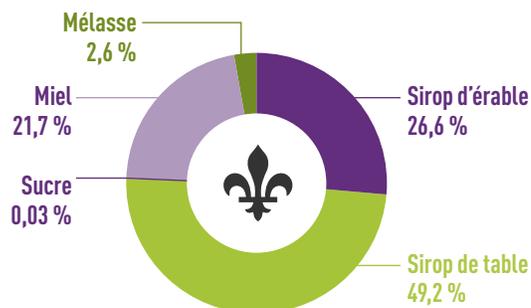
| | QUÉBEC | CANADA |
|--------------------------|----------------|----------------|
| Fruits frais | 96,8 % | 95,6 % |
| Fruits surgelés | 2,9 % | 4,3 % |
| Fruits en conserve | 0,3 % | 0,1 % |
| Total, fruits bio | 100,0 % | 100,0 % |

Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

PARMI LES ACHATS DE PRODUITS SUCRANTS BIOLOGIQUES, LE SIROP DE TABLE A LA COTE

Pour les produits sucrants, bien que le Québec soit un leader mondial dans la production de sirop d'érable biologique, le sirop de table accapare la plus grande part de marché avec presque la moitié de la valeur des ventes. Le sirop d'érable représente un peu plus du quart (26,6 %) de la valeur des ventes, suivi par le miel (21,7 %) et, loin derrière, par la mélasse et le sucre. Au Canada, le miel prend un peu plus de parts de marché, soit 28,3 %.

FIGURE 9 – PART RELATIVE DES PRODUITS SUCRANTS BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017



Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Par ailleurs, le sirop d'érable biologique représente à peine 3 % des ventes de sirop d'érable réalisées dans les grands magasins au Québec.

LES BOISSONS ALTERNATIVES, DE SOYA ET DE RIZ ACCAPARENT PRESQUE LA MOITIÉ DES VENTES DE BOISSONS BIO

Les boissons de soya et de riz ainsi que les boissons alternatives bio génèrent une part des ventes de 47,8 %. Mentionnons que c'est également le cas pour les boissons conventionnelles, car ce sont des boissons très tendance. Au Canada, les boissons alternatives, de soya et de riz bio occupent une part moindre (27,3 %) et partagent plutôt la moitié de la valeur des ventes avec le café bio (24,1 %). Au Québec, l'eau, le jus de légumes et les boissons énergisantes bio ravissent des parts de marché deux fois plus grandes qu'au Canada. Par contre, la part de marché du café bio est trois fois plus petite.



TABLEAU 6 – PART RELATIVE DES BOISSONS BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017

| | QUÉBEC | CANADA |
|--|----------------|----------------|
| Boissons de soya, de riz et alternatives | 47,8 % | 27,3 % |
| Autres différents types de boissons | 23,2 % | 30,4 % |
| Thé (y compris le thé glacé) | 10,5 % | 12,5 % |
| Café | 7,8 % | 24,1 % |
| Jus de légumes | 7,0 % | 3,8 % |
| Boissons énergisantes | 2,2 % | 0,5 % |
| Bouillons | 0,9 % | 0,8 % |
| Eau | 0,4 % | 0,2 % |
| Chocolat chaud | 0,3 % | 0,3 % |
| Boissons à faible taux d'alcool | 0,01 % | 0,1 % |
| Total, boissons bio | 100,0 % | 100,0 % |

Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

Il est à noter que, parmi les boissons de soya et de riz et les boissons alternatives biologiques et conventionnelles qui sont vendues dans les grands magasins au Québec, 46 % des ventes sont en version biologique, tandis qu'au Canada, la proportion est de 30 % des ventes.

**BIEN D'AUTRES PRODUITS REMPLISSENT
LE PANIER D'ÉPICERIE « BIO »**

Parmi les autres produits qui se trouvent dans le panier d'épicerie « bio », le beurre d'arachides obtient une part de marché deux fois plus grande au Québec qu'au Canada (tableau 7).

TABLEAU 7 – PART RELATIVE D'AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO EN MATIÈRE DE VENTES (\$) DANS LES GRANDS MAGASINS EN 2017

| | QUÉBEC | CANADA |
|--|----------------|----------------|
| Divers produits | 72,9 % | 77,7 % |
| Céréales prêtes à manger | 8,1 % | 5,7 % |
| Pâtes alimentaires sèches | 3,3 % | 2,4 % |
| Beurre d'arachides | 3,1 % | 1,6 % |
| Pain | 2,9 % | 4,1 % |
| Huiles à cuisiner | 2,7 % | 2,4 % |
| Chocolat | 2,0 % | 1,6 % |
| Farine | 2,0 % | 1,5 % |
| Céréales chaudes | 1,6 % | 2,2 % |
| Confitures et marmelades | 1,4 % | 0,6 % |
| Total, autres produits alimentaires bio | 100,0 % | 100,0 % |

Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.

3.3 LA CROISSANCE DES VENTES AU DÉTAIL DE 2007 À 2017

**ENTRE 2007 ET 2017, LES VENTES DE NOMBREUX
PRODUITS BIOLOGIQUES ONT EXPLODÉ**

En observant les ventes de nombreux produits biologiques recensés en 2007, on constate une progression remarquable. Le tableau 8 présente les produits pour lesquels les ventes ont plus que doublé au cours de la dernière décennie. Ces croissances renforcent les affirmations selon lesquelles la demande connaît une progression constante au Québec et au pays. Qui plus est, les données relatives à ces ventes proviennent seulement d'une partie des circuits de distribution (ex. : ne comprend pas les restaurants ni les ventes à la ferme).



TABEAU 8 – CROISSANCE DES VENTES DE CERTAINS PRODUITS BIOLOGIQUES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC ET AU CANADA EN 2007 ET EN 2017 (EN DOLLARS), SELON L'ORDRE DÉCROISSANT

| PRODUITS | QUÉBEC | QUÉBEC | CROISSANCE | CANADA | CANADA | CROISSANCE |
|--|---------|-----------|------------|-----------|------------|------------|
| | 2007 | 2017 | 2007-2017 | 2007 | 2017 | 2007-2017 |
| Lait en conserve | 535 | 650 085 | 121 411 % | 198 764 | 5 662 687 | 2 749 % |
| Pommes de terre surgelées | 170 | 129 783 | 76 243 % | 82 117 | 1 622 057 | 1 875 % |
| Bonbons | 20 111 | 1 508 769 | 7 402 % | 70 298 | 14 080 394 | 19 930 % |
| Pâte de tomates | 1 537 | 76 802 | 4 897 % | 1 816 | 275 908 | 15 093 % |
| Crème sure | 12 934 | 576 704 | 4 359 % | 629 350 | 2 613 057 | 315 % |
| Noix de coco | 5 249 | 121 095 | 2 207 % | 23 278 | 1 095 289 | 4 605 % |
| Nouilles asiatiques | 14 693 | 318 820 | 2 070 % | 16 896 | 1 167 270 | 6 809 % |
| Riz de spécialité | 10 913 | 212 995 | 1 852 % | 235 857 | 2 074 692 | 780 % |
| Jus de légumes | 234 218 | 3 998 668 | 1 607 % | 441 983 | 11 329 154 | 2 463 % |
| Chili con carne végété | 19 640 | 306 881 | 1 463 % | 390 889 | 10 017 098 | 2 463 % |
| Légumes surgelés | 178 828 | 2 023 259 | 1 031 % | 2 584 427 | 14 073 951 | 445 % |
| Craquelins | 277 182 | 2 976 003 | 974 % | 1 857 910 | 26 364 951 | 1 319 % |
| Mayonnaises et vinaigrettes à salade | 29 447 | 293 032 | 895 % | 212 792 | 2 077 313 | 876 % |
| Légumes séchés | 226 914 | 2 123 544 | 836 % | 661 867 | 13 577 022 | 1 951 % |
| Pur sirop d'érable | 104 785 | 899 191 | 758 % | 3 075 772 | 7 665 339 | 149 % |
| Fruits surgelés | 152 738 | 1 299 211 | 751 % | 4 269 936 | 12 525 693 | 193 % |
| Poudre de cacao | 15 864 | 129 202 | 714 % | 143 560 | 1 664 487 | 1 059 % |
| Vinaigre | 244 789 | 1 860 673 | 660 % | 1 244 293 | 13 591 530 | 992 % |
| Thé (ex. : en feuille, de spécialité, en vrac) | 845 269 | 5 976 137 | 607 % | 6 719 366 | 35 411 007 | 427 % |
| Beurre d'arachides | 792 829 | 4 803 962 | 506 % | 4 408 779 | 17 399 247 | 295 % |
| Semoule de maïs | 1 850 | 10 805 | 484 % | 76 468 | 229 500 | 200 % |
| Haricots cuits | 373 | 1 989 | 433 % | 68 720 | 280 482 | 308 % |
| Fromage cottage | 4 249 | 21 845 | 414 % | 269 441 | 980 837 | 264 % |
| Mélasses | 17 967 | 86 338 | 381 % | 80 319 | 374 237 | 366 % |
| Légumes en conserve | 39 717 | 180 845 | 355 % | 241 219 | 2 211 193 | 817 % |
| Fruits séchés | 152 312 | 692 324 | 355 % | 336 278 | 4 556 162 | 1 255 % |
| Poivre | 45 157 | 198 835 | 340 % | 87 381 | 922 721 | 956 % |
| Moutarde préparée | 42 909 | 186 213 | 334 % | 220 543 | 557 861 | 153 % |
| Épices | 601 182 | 2 498 742 | 316 % | 2 301 215 | 13 361 567 | 481 % |
| Confitures et marmelades | 542 694 | 2 232 679 | 311 % | 2 373 355 | 6 674 759 | 181 % |



| PRODUITS | QUÉBEC | QUÉBEC | CROISSANCE | CANADA | CANADA | CROISSANCE |
|---|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| | 2007 | 2017 | 2007-2017 | 2007 | 2017 | 2007-2017 |
| Chocolat chaud | 38 500 | 151 984 | 295 % | 264 097 | 935 938 | 254 % |
| Lait | 3 247 491 | 12 442 733 | 283 % | 32 444 167 | 86 893 879 | 168 % |
| Chocolat | 828 544 | 3 107 758 | 275 % | 3 450 496 | 16 885 291 | 389 % |
| Huiles à cuisson | 1 268 248 | 4 253 021 | 235 % | 6 015 673 | 25 710 854 | 327 % |
| Produits de yogourt réfrigérés | 11 582 061 | 37 770 684 | 226 % | 45 298 745 | 155 772 906 | 244 % |
| Café torréfié et moulu | 1 584 577 | 4 368 762 | 176 % | 21 437 807 | 71 082 430 | 232 % |
| Champignons en conserve | 10 712 | 27 743 | 159 % | 55 607 | 397 423 | 615 % |
| Farine | 1 267 284 | 3 068 741 | 142 % | 3 636 073 | 16 251 154 | 347 % |
| Miel | 304 463 | 733 422 | 141 % | 1 955 542 | 8 127 127 | 316 % |
| Céréales chaudes | 1 042 321 | 2 448 836 | 135 % | 5 898 975 | 23 485 560 | 298 % |
| Crème glacée et autres friandises glacées | 451 744 | 1 002 138 | 122 % | 2 338 965 | 14 658 172 | 527 % |
| Tomates en conserve ou en bouteille | 195 885 | 433 948 | 122 % | 1 478 907 | 2 213 229 | 50 % |
| Légumes à grandes feuilles ensachés | 3 912 695 | 8 326 518 | 113 % | 34 535 024 | 93 701 146 | 171 % |
| Riz ordinaire | 468 847 | 936 804 | 100 % | 4 102 837 | 9 718 406 | 137 % |

Source : Nielsen; compilation du MAPAQ.



4. LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR À L'ÉGARD DES PRODUITS BIO

Comme nous avons pu le constater précédemment, les ventes de produits alimentaires biologiques continuent leur progression amorcée il y a plusieurs années au Québec. Alors qu'il y a à peine dix ans, ces produits étaient le choix d'une clientèle restreinte, ils séduisent aujourd'hui une tranche beaucoup plus large de la population, plus soucieuse de sa santé et du développement durable. À partir de données obtenues de la firme Nielsen, tirées du *2017 Nielsen Health & Wellness Report*¹² et des tableaux de données formatées provenant de cette enquête, des constats ont été établis au sujet du comportement et de la perception des consommateurs à l'égard des produits biologiques.

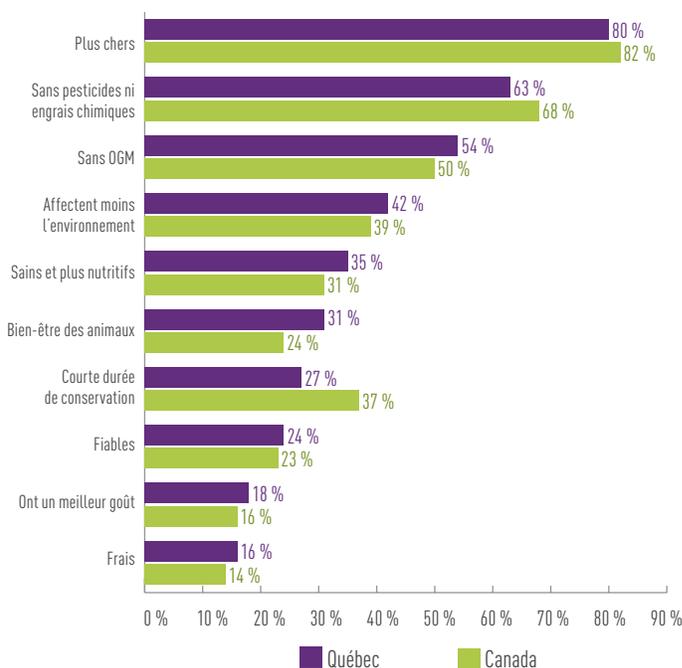
LES QUÉBÉCOIS SE DISENT TRÈS BIEN INFORMÉS CONCERNANT LES PRODUITS BIOLOGIQUES

Selon l'enquête, les consommateurs québécois ont une bonne connaissance des caractéristiques des produits biologiques. Une grande majorité de répondants (83 %) ont avoué avoir déjà vu des aliments biologiques, avoir lu sur le sujet ou en avoir entendu parler et plusieurs se disent intéressés par les informations inscrites sur les produits avant de les acheter. Chez ces répondants, les caractéristiques suivantes ressortent par rapport à leur perception des produits bio :

- 80 % considèrent que ces produits sont plus chers;
- 63 % croient qu'ils sont sans pesticides ni engrais chimiques;
- 54 % estiment qu'il s'agit de produits sans organismes génétiquement modifiés (OGM).

Le Québécois se différencie le plus du Canadien moyen par le fait qu'il associe davantage le respect du bien-être animal aux produits biologiques, tandis que le Canadien moyen relie davantage la durée de conservation à ce type de produits.

FIGURE 10 – CARACTÉRISTIQUES ASSOCIÉES AUX PRODUITS BIOLOGIQUES



Source : Sondage Nielsen, 2017; compilation du MAPAQ.

EN DEHORS DE LA PRÉOCCUPATION SANTÉ, D'AUTRES CONSIDÉRATIONS MILITENT EN FAVEUR DES PRODUITS BIO

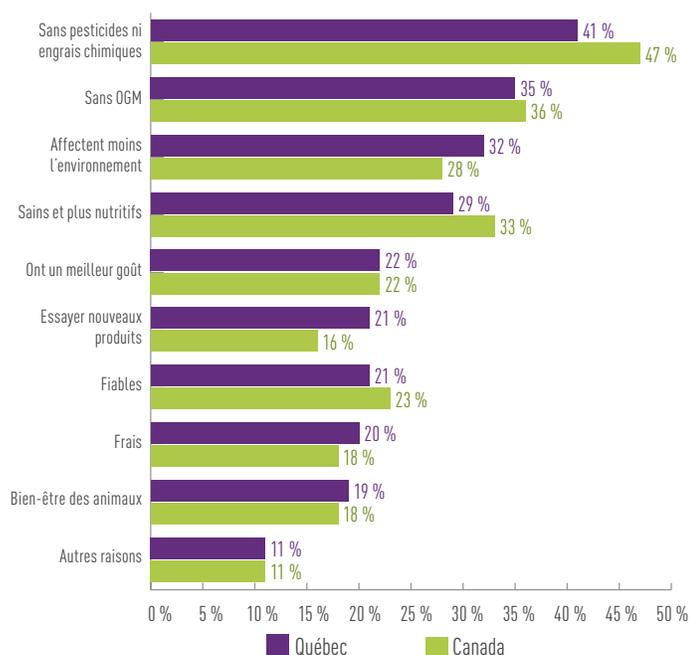
Parmi ceux qui ont avoué avoir déjà vu des aliments biologiques, avoir lu sur le sujet ou en avoir entendu parler, 49 % ont affirmé avoir acheté des produits biologiques durant les 12 derniers mois¹³. Les principales raisons qui les motivent à en acheter sont l'absence de pesticides ou d'engrais chimiques et celle d'OGM. La préoccupation pour l'environnement, le bien-être animal et le souhait d'essayer de nouveaux produits sont également des motifs d'achat, en particulier au Québec.

12 L'enquête a été effectuée avec un échantillon de 20 056 Canadiens, dont 73 % étaient des femmes, et un échantillon de 4 731 Québécois, avec une proportion de 66 % de femmes.

13 Le sondage a été mené durant le mois d'octobre 2017.



FIGURE 11 – RAISONS DE LA DÉCISION D'ACHAT DE PRODUITS BIOLOGIQUES



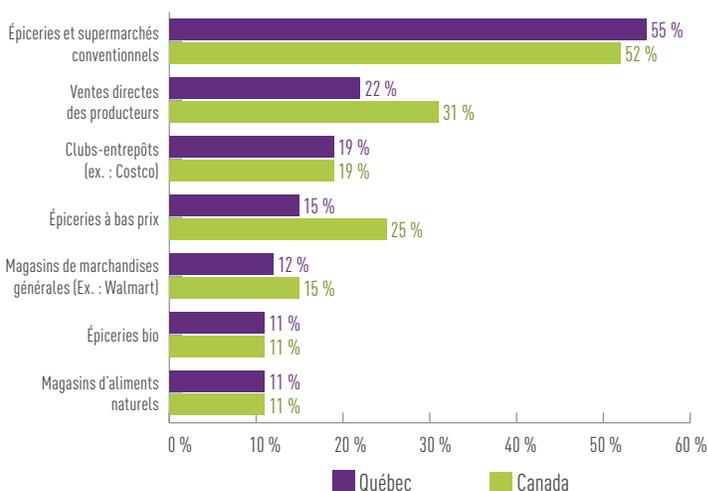
Source : Sondage Nielsen, 2017; compilation MAPAQ.

LA MAJORITÉ DES QUÉBÉCOIS CHOISISSENT D'ACHETER LES PRODUITS BIO DANS LES ÉPICERIES ET LES SUPERMARCHÉS

Parmi les répondants qui ont affirmé avoir acheté des produits bio au cours des 12 derniers mois :

- environ 28 % ont surtout choisi d'acheter des fruits, 21 %, des légumes et 15 %, des œufs;
- plus de la moitié, soit 55 %, choisissent d'acheter les produits bio dans les épiceries et les supermarchés traditionnels, 22 % indiquent en acheter directement auprès des producteurs et 11 % se rendent dans les magasins spécialisés dans la vente de ce type de produits. En revanche, le Canadien moyen favorise davantage la vente directe et les épiceries à bas prix, mais un peu moins les magasins conventionnels.

FIGURE 12 – MARCHÉS D'APPROVISIONNEMENT DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS POUR LES PRODUITS BIOLOGIQUES



Source : Sondage Nielsen, 2017; compilation MAPAQ.

LE PRIX CONSTITUE ENCORE LE PRINCIPAL FREIN À L'ACHAT DE PRODUITS BIO

Le principal facteur qui empêche la consommation de produits bio est le prix. Au Québec, 42 % des consommateurs basent en effet leur décision d'achat d'aliments biologiques sur le prix, alors qu'au Canada la proportion est d'environ 61 %. De plus, seulement 10 % des répondants québécois se disent prêts à payer plus cher pour obtenir des produits biologiques.



QUI CONSOMME DES PRODUITS BIOLOGIQUES À L'ÉCHELLE CANADIENNE ?

- **Sexe** : Les femmes sont les principales consommatrices de produits biologiques. Elles en achètent plus que les hommes, toutes catégories de produits confondus.
- **Âge** : L'âge moyen du consommateur de ce type de produits est de 35 ans. En effet, les personnes qui achètent le plus de produits biologiques ont de 25 à 44 ans.
- **Géographie** : Le consommateur réside majoritairement en zone urbaine et surtout dans les grandes villes canadiennes.
- **Niveau de revenu** : Selon le sondage de Nielsen, ni le statut social ni la situation financière ne sont des critères déterminants dans la consommation de produits biologiques au Canada.
- **Connaissance des produits biologiques** : Le consommateur a une bonne connaissance des produits biologiques.
- **Fréquence d'achat** : Près de 70 % des consommateurs canadiens ont acheté au moins une fois un produit biologique. Plus de la moitié des consommateurs en achètent régulièrement.

Selon l'Association canadienne pour le commerce des produits biologiques, 66 % des Canadiens qui achètent des produits biologiques s'en procuraient chaque semaine en 2017. Il s'agit d'une hausse de 10 % par rapport à 2016.

À la lumière des informations présentées dans ce numéro de BioClips+, on constate que le Québec est avant-gardiste dans le développement de son secteur biologique par rapport au reste du Canada. De plus, étant donné la demande croissante, l'offre de produits bio se développe rapidement depuis cinq ans. Bien que les importations internationales soient nécessaires pour combler les besoins du marché québécois, elles concernent davantage des produits pour lesquels la production locale est limitée ou inexistante en raison du climat. Sur le plan de la consommation, les achats du Canadien moyen ressemblent à ceux du Québécois, à quelques exceptions près. À l'échelle canadienne, l'analyse des ventes au détail confirme, entre autres, la croissance remarquable de la demande auprès des grands détaillants et la prédominance des produits frais dans les achats.

Bien que la hausse des ventes de produits biologiques soit plus importante que celle des autres aliments vendus en épicerie¹⁴, ces produits représentent toujours une très petite proportion des ventes alimentaires totales réalisées dans les grands magasins. Par conséquent, le secteur biologique québécois offre un grand potentiel de croissance, notamment en raison d'une reconnaissance accrue de sa pertinence environnementale et économique (ex. : développement de l'industrie bioalimentaire, vitalité régionale) par les consommateurs et les intervenants.

14 Source : Nielsen.