

LES PROTÉINES VÉGÉTALES : UN NOUVEAU DÉBOUCHÉ POUR L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE?

Selon une étude de la firme Léger menée en 2019, près de 9 % des Canadiens sont végétariens ou végétaliens, alors que 26 % sont flexitariens¹. Principalement pour des questions d'éthique et de santé, 35 % de la population canadienne déclarent consommer peu ou pas de viande. Formant un segment de marché désormais impossible à ignorer, au pays comme à l'échelle nord-américaine, ces consommateurs se tournent vers les protéines à base de plantes. Ce contexte ouvre la porte à de nouvelles occasions d'affaires pour lesquelles le secteur bioalimentaire au Québec dispose d'avantages concurrentiels.

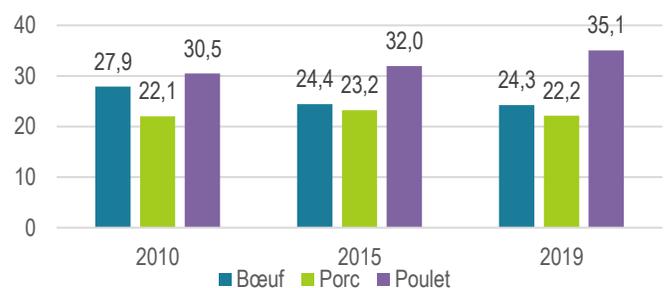
La population mondiale ne cesse de croître, et la demande pour les aliments est en perpétuelle augmentation. Puisque la classe moyenne devrait représenter 5,3 milliards de personnes dans le monde d'ici 10 ans, la demande alimentaire maintiendra une pression importante sur la production agricole et son écosystème. Ainsi, les nouvelles tendances alimentaires peuvent être une avenue à explorer pour réduire la pression sur le système agroalimentaire. Que ce soit pour des raisons éthiques ou pour leurs attributs liés à une saine alimentation, les protéines végétales offrent de belles perspectives d'avenir pour l'industrie alimentaire mondiale.

Au Québec, cette augmentation de la demande de protéines végétales peut créer de nouveaux débouchés à toute la chaîne agroalimentaire. Aux champs, ces protéines peuvent rapporter de meilleurs revenus et constituer une solution de remplacement dans les rotations des cultures. L'industrie de la transformation alimentaire offre également l'occasion d'ajouter de la valeur ici, au Québec, et de moins dépendre des aléas du commerce international. Le Québec est ainsi à même de miser sur ces atouts pour prendre part à ce marché en croissance. De nouvelles possibilités naîtront à l'échelle du Québec, mais également dans les chaînes de valeur mondiales.

LA CONSOMMATION DE VIANDE AU CANADA FAIT DU SURPLACE

La consommation de viandes rouges par personne est en constante diminution. En effet, chaque Canadien consommait en moyenne 27,9 kg de viande de bœuf en 2010, selon les données de Statistique Canada. Neuf années plus tard, cette consommation avait diminué de 13 %.

Figure 1. Consommation de viande par personne au Canada (en kilogrammes)



Source : *Consommation de viande et protéine animale*, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC); compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ).

Parallèlement, selon une étude de la firme Léger menée en 2019, on estime qu'environ 9 % des Canadiens seraient végétariens ou végétaliens. Les flexitariens, de leur côté, représenteraient 26 % de la population. Au total, près de 35 % de la population canadienne auraient donc adopté un régime alimentaire contenant moins de protéines animales. Il s'agit ici d'un important segment de marché, qui favorise la croissance des produits alimentaires d'origine végétale.

À cet égard, les protéines végétales sont souvent associées à une solution santé, des enjeux éthiques et environnementaux de notre époque. Le plus récent *Guide alimentaire canadien*, paru en 2019, recommande de diversifier les sources de protéines.

NOUVEAU MARCHÉ EN FORTE CROISSANCE

Présentement, les aliments à base de protéines végétales représentent l'équivalent de 6,3 % de la valeur du marché des viandes transformées au Canada. Il est prévu toutefois que les ventes augmenteront de 14,9 % annuellement d'ici 2024² dans le marché des protéines végétales. À terme, les aliments à base de ces protéines devraient donc constituer un marché de 609,6 M\$, soit l'équivalent de 12,7 % de la valeur du marché des viandes transformées au pays.

1. On qualifie généralement de *végétarienne* une personne qui, outre les produits d'origine végétale, peut consommer des produits d'origine animale ne nécessitant pas d'abattage, tels les œufs, le lait et le fromage. Le flexitarien a un régime alimentaire principalement végétarien, mais il peut consommer de la viande occasionnellement. Bien que plusieurs définitions puissent exister, on qualifie de *végétalienne* une personne dont le régime alimentaire est exclusivement composé de produits d'origine végétale.

2. Selon le rapport intitulé *Processed Meat and Seafood in Canada* d'Euromonitor International paru au mois de novembre 2019.

Dans les magasins d'alimentation québécois, cette tendance se fait de plus en plus sentir. Selon Nielsen, les ventes au détail de tofu, de produits alternatifs à base de viande ou de produits laitiers ont connu une croissance significative de 29,7 % au Québec durant la période allant de février 2019 à février 2020.

Dans ce marché, on note que 10 entreprises accaparent actuellement 90 % du marché de détail au Québec. La marque Yves Veggie Cuisine vient au premier rang avec des ventes de 14 M\$ et une part de marché de 13,6 % en 2019. Les marques maison et la marque Lightlife (Maple Leaf), malgré leurs faibles parts de marché, sont celles qui ont connu la plus forte progression entre février 2019 et février 2020, suivant des taux respectifs de 116 % et de 350 %.

La notoriété des marques de produits à base végétale et la perception du consommateur sont cohérentes avec ce que l'étude de Léger a mis en évidence en ce qui a trait aux ventes. Dans une proportion de 69 %, les consommateurs canadiens reconnaissent la marque Menu Bleu de PC. C'est 42 % pour la marque Yves. Suivent, aux troisième et quatrième rangs, les marques Tofurky et Fontaine Santé dans des proportions respectives de 27 % et de 26 %.

DES AVANTAGES CONCURRENTIELS POUR L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE

L'industrie de la protéine végétale peut trouver un terrain fertile au Québec. En effet, dans certains créneaux, la province bénéficie de plusieurs avantages concurrentiels. Ainsi, comme matière première, l'agriculture québécoise peut compter sur les cultures importantes de soya à haute teneur en protéines destiné à la consommation humaine. Dans une moindre mesure, la culture de haricots et de pois peut également constituer une nouvelle avenue d'intérêt dans les rotations des cultures et offrir de nouveaux débouchés pour l'industrie de la transformation alimentaire. Déjà, pour la période de 2010-2019, on observe une croissance dans plusieurs de ces productions. La production de soya a connu notamment une hausse annuelle de 3 % pendant cette période. Quant au haricot sec, il a affiché une hausse annuelle de 1 % durant la même période.

Tableau 1. Volume des récoltes en 2019 de certaines productions végétales au Québec (en tonnes métriques)

Productions végétales	2019	TCAM* 2010-2019
Maïs-grain	3 369 000	- 0,1 %
Soya	1 045 900	2,7 %
Blé (sauf le blé dur)	276 400	6,5 %
Avoine	189 600	- 3,6 %
Orge	156 600	- 5,9 %
Canola	25 700	0,3 %
Haricot sec	7 700	1,1 %

* TCAM : Taux de croissance annuel moyen.

Source : Données de Statistique Canada, tableau 32-10-0359-01; compilation du MAPAQ (2020).

En outre, le soya sans OGM (organisme génétiquement modifié) et le soya biologique sont bien présents dans l'agriculture québécoise. Ils peuvent constituer un avantage concurrentiel non négligeable dans le contexte où la Politique bioalimentaire du gouvernement du Québec vise à doubler les superficies consacrées à la culture biologique. Rappelons aussi que l'industrie du soya à consommation humaine au Québec bénéficie du système de traçabilité pancanadien de soya à identité préservée (IP), ce qui lui donne un autre avantage concurrentiel face aux poids lourds de cette industrie, tels la Chine, le Brésil, l'Argentine et le Paraguay. Le soya québécois est vendu partout dans le monde et il est reconnu pour sa qualité.

Dans ce contexte, le Québec compte sur d'importants acteurs pour générer de la valeur sur les marchés mondiaux du soya. Prograin et Ceresco, en collaboration avec Sevita International en Ontario, sont actuellement des chefs de file dans ce marché. Pour le secteur des haricots, on peut penser à Haribec et à la multinationale Bonduelle.

DE L'INTÉRÊT MANIFESTÉ PAR DES CHEFS DE FILE INTERNATIONAUX

Le Canada reste l'un des principaux producteurs de légumineuses dans le monde, alors que les provinces des Prairies s'établissent actuellement dans le marché des protéines végétales. On y trouve une supergrappe agro-industrielle autour du pois jaune. D'ailleurs, la société française Roquette Frères vient d'investir 400 M\$ dans une usine établie au Manitoba et de signer un contrat d'approvisionnement avec Beyond Meat pour la transformation de ce produit. Dans ce contexte, le Canada est en bonne position pour devenir le premier producteur mondial de protéines à base de pois jaunes.

Certains grands acteurs de l'industrie bioalimentaire ont déjà saisi les occasions d'affaires que présentent les protéines végétales en réalisant plusieurs investissements ou acquisitions. Parmi les entreprises canadiennes, Maple Leaf a engagé récemment des investissements dans le créneau des protéines végétales. Elle a acquis les américaines Field Roast Grain Meat Co. et Lightlife Foods et elle prévoit construire une usine de 310 M\$ consacrée à ces deux marques dans l'État de l'Indiana.

D'autres multinationales de l'alimentation en activité au Canada ont aussi entrepris de se positionner dans le secteur des protéines végétales en faisant des acquisitions importantes. C'est le cas de Nestlé (Sweet Earth), de Kellogg's (MorningStar Farms), de ConAgra Foods (Gardein) et de Danone (WhiteWave Foods). Ces entreprises tentent de capitaliser leurs ressources pour tirer parti de ce marché en croissance.