

À QUOI RESSEMBLE L'OFFRE D'ALIMENTS DANS LES ALLÉES DES SUPERMARCHÉS AU QUÉBEC? TROISIÈME ARRÊT¹ : LE RAYON DES PRODUITS LAITIERS ET DES ŒUFS

Les achats réalisés dans ce rayon représentent environ 14 % des dépenses d'épicerie des ménages québécois. Au cours des dernières années, l'offre de produits laitiers dans ce rayon s'est diversifiée notamment avec l'ajout d'une variété de yogourts, de produits laitiers sans lactose et, dans une moindre mesure, d'aliments laitiers spécialisés comme le kéfir ou encore végétaliens. Toutefois, malgré une baisse de 11 % des volumes vendus dans les grands magasins de 2012 à 2019, le lait demeure le principal aliment acheté dans ce rayon en obtenant 63 % des parts en 2019, devant le yogourt (16 %) et le fromage (11 %).

Selon Statistique Canada, chaque ménage québécois a dépensé en moyenne 943 \$ dans le rayon des produits laitiers et des œufs en 2017². Ces dépenses représentent en moyenne 14 % du panier d'épicerie depuis 2012.

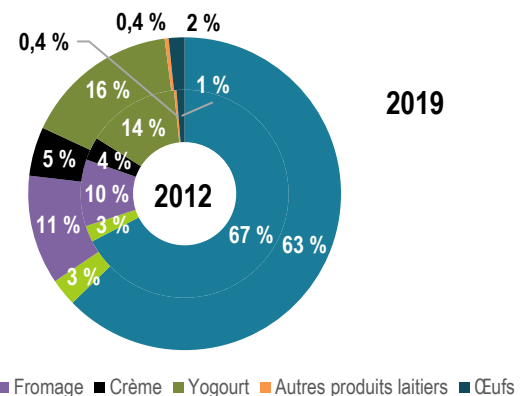
LES CANADIENS CONSOMMENT PLUS DE BEURRE ET D'ŒUFS MAIS MOINS DE LAIT

Toujours d'après Statistique Canada, à l'échelle canadienne, la consommation par habitant de l'ensemble des produits laitiers a diminué de 3 % de 2012 à 2019. C'est le cas, plus particulièrement, du lait (-15 %) et du yogourt (-9 %). En revanche, les consommations par personne du beurre et des œufs se sont accrues de manière notable de 32 % et de 23 % respectivement, tandis que celles de la crème (+10 %) et des fromages (+14 %) ont connu une bonne croissance.

COMPOSITION DU PANIER DE PRODUITS LAITIERS DES QUÉBÉCOIS EN 2012 ET EN 2019 : QUELQUES CHANGEMENTS NOTABLES

Les données de la firme Nielsen sur les ventes d'aliments dans les grands magasins permettent de dégager des constatations similaires sur les tendances d'achat des Québécois en matière de produits laitiers. En effet, la composition du panier s'est modifiée entre 2012 et 2019. Le lait, qui constituait 67 % des volumes de vente en 2012, en occupe désormais 63 % en 2019. Parallèlement, la plupart des autres catégories ont vu leurs parts augmenter (voir la figure 1). Les ménages québécois se sont ainsi procuré plus de fromage préemballé (+13 %), de crème (+22 %) et d'œufs (+20 %) durant cette période. Notons, dans cette catégorie, que les ventes d'œufs biologiques, bien qu'elles soient encore marginales, ont augmenté de 121 % sur sept ans.

Figure 1. Parts des ventes (selon le volume) des principales catégories de produits laitiers dans les grands magasins au Québec, en 2012 et en 2019



Source : Nielsen, données sur mesure; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

Tableau 1. Volume et valeur des ventes de l'ensemble des principaux produits du rayon des produits laitiers et des œufs au Québec, en 2012-2013 et en 2018-2019

	Moyenne 2012-2013		Moyenne 2018-2019		Variation 2018-2019/2012-2013	
	Volume ('000 kg)	Valeur (M\$)	Volume ('000 kg)	Valeur (M\$)	Volume	Valeur
Ensemble	581 412	2 282	551 848	2 377	-5,1 %	4,2 %
Lait	391 610	689	347 427	658	-11,3 %	-4,4 %
Yogourt	85 538	397	89 696	419	4,9 %	5,3 %
Fromage (préemballé, poids exact)	39 186	602	44 105	656	12,6 %	8,9 %
Crème	13 665	58	16 651	68	21,9 %	16,6 %
Beurre	14 779	125	15 346	133	3,8 %	6,8 %
Œufs	7 428	177	8 882	208	19,6 %	17,1 %
Non biologiques	7 344	173	8 696	198	18,4 %	14,4 %
Biologiques	84	4	186	10	120,8 %	122,6 %
Autres produits laitiers*	29 207	234	29 742	236	1,8 %	0,9 %
Population du Québec	8 061 101		8 484 965		5,3 %	

* Fromage cottage, fromage à la crème, crèmes à café, crème sure, crème et garnitures fouettées, lait frappé. La crème glacée n'est pas comprise dans cette liste, car elle fait partie des produits surgelés.

Source : Nielsen, données sur mesure; compilation du MAPAQ.

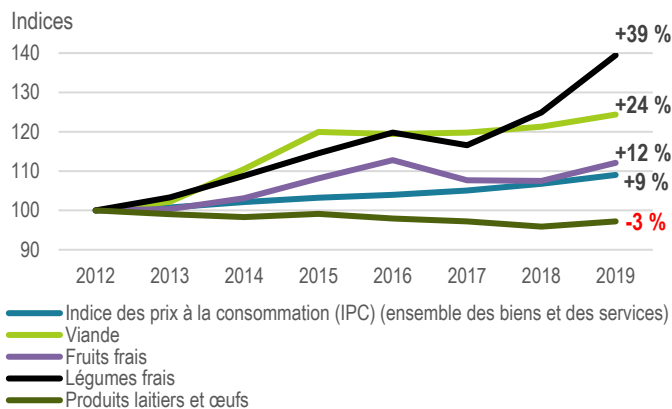
1. Les deux premiers volets de cette série sur les rayons des supermarchés ont paru l'automne dernier.

2. Les données de l'année 2017 sont les plus récentes.

DE 2012 À 2019, LE PRIX DES PRODUITS LAITIERS ET DES ŒUFS A DIMINUÉ, CONTRAIREMENT AUX PRIX DES VIANDES, DES FRUITS ET DES LÉGUMES

Alors que l'indice des prix à la consommation (IPC) pour l'ensemble des biens et services a augmenté de 9 % de 2012 à 2019, le prix des produits laitiers et des œufs a diminué de 3 % dans la même période. À titre de comparaison avec d'autres catégories d'aliments en magasin, les prix de la viande (fraîche et transformée), des fruits et des légumes ont connu des hausses soutenues, soit respectivement de 24 %, de 12 % et de 39 %.

Figure 2. Évolution de l'IPC et des prix en magasin de certaines catégories d'aliments au Québec, de 2012 à 2019 (indice de 2012 = 100)



Source : Statistique Canada, tableau 18-10-0005-01, « Indices des prix à la consommation »; compilation du MAPAQ.

PROVENANCE DES PRODUITS LAITIERS EN ÉPICERIE : MAJORITAIREMENT QUÉBÉCOISE

Le secteur laitier, soumis à la gestion de l'offre au Canada, est important au Québec. En 2019, la province, qui compte pour près du quart de la population canadienne, a généré 36 % des recettes monétaires issues du lait non transformé et 34 % des livraisons manufacturières de la fabrication de produits laitiers du Canada. Plus précisément, au chapitre de la transformation alimentaire, le Québec dominait au pays avec 78,8 % des parts de la fabrication de yogourt et 50,5 % de celles de la fabrication du fromage. Les parts de la province quant à la fabrication de beurre, de crème et de crème glacée représentaient dans l'ordre 35,9 %, 16,3 % et 14,8 %.

Selon l'Institut de la statistique du Québec et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, le potentiel d'autoapprovisionnement³ du Québec en produits laitiers, c'est-à-dire le volume produit par rapport à la quantité consommée, représente 144 % des besoins de la population québécoise. Le yogourt se distingue en vertu d'un taux estimé à 319 %. Suivent le fromage cheddar (202 %), les autres fromages (162 %), le beurre (153 %) et le lait de consommation (105 %). Cependant, en matière de consommation finale, la part des achats du commerce de détail et du secteur HRI⁴ provenant directement des fournisseurs du Québec est estimée à 63 %. Le reste vient des autres provinces canadiennes (31 %) et du marché international (6 %).

En ce qui concerne les œufs en coquille, le Québec comble 93 % de la demande intérieure et trouve le reste sur le marché interprovincial dans une proportion de 5 % et à l'international dans une proportion de 2 %.

LA PRODUCTION DE LAIT DOMINE AU CHAPITRE DES RECETTES MONÉTAIRES AGRICOLES, TANDIS QUE LA FABRICATION DES PRODUITS LAITIERS REPRÉSENTE LE DEUXIÈME SECTEUR EN IMPORTANCE DE LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE AU QUÉBEC

En 2019, les recettes monétaires agricoles en provenance du marché (productions végétales et animales confondues) ont totalisé 9,1 G\$. Plus du quart de cette somme provenait de la production de lait de bovins (2,5 G\$), ce qui fait de celle-ci la première production au Québec devant l'élevage de porcs (1,4 G\$). Le nombre de producteurs de lait détenant un quota en 2019 s'établissait à 4 877. Soulignons que, de ce nombre, 135 produisaient du lait biologique, soit 30 % de plus qu'en 2012 où l'on en dénombrait 104.

Le secteur de la fabrication de produits laitiers assure des livraisons qui sont évaluées à 5,4 G\$. Il représente ainsi le deuxième secteur en importance de la transformation alimentaire au Québec, après celui de la fabrication de produits de viande (ventes de 7,0 G\$). Il a en outre procuré 15 % des emplois directs de la transformation alimentaire, à savoir 10 200 emplois en 2019.

TROIS ENTREPRISES, DANS UNE VINGTAIN D'EMPLACEMENTS, ONT TRANSFORMÉ PLUS DE 80 % DU LAIT AU QUÉBEC EN 2019

Parmi les quelque 180 emplacements de fabrication de produits laitiers – avec ou sans employés – répertoriés au Québec en 2019, 3 entreprises ont transformé au moins 80 % du lait produit au Québec. Il s'agit des québécoises Agropur coopérative (Natrel, Québon, Sealtest, Iögo, Oka, etc.) et Saputo produits laitiers Canada SENC (Saputo, Alexis de Portneuf, Armstrong, etc.) et de la française Lactalis Canada inc. Cette dernière commercialise ses produits sous diverses marques : Parmalat, Lactantia, Beatrice, Astro, Cracker Barrel, P'tit Québec, etc.

Citons également des entreprises comme Danone inc. (yogourts Oikos), Bio-K Plus International inc. (probiotiques issus de ferments lactiques), la Laiterie Lamontagne ltée, la Laiterie de l'Outaouais inc., Nutrinor coopérative, la Laiterie Chagnon ltée, ainsi que de nombreuses laiteries et fromageries artisanales qui fournissent les épicerie dans la plupart des régions du Québec.

LE RAYON DES PRODUITS LAITIERS OFFRE L'EMBARRAS DU CHOIX AUX CONSOMMATEURS

La demande des ménages pour les produits laitiers a globalement diminué depuis quelques années. Toutefois, certains produits voient leur popularité augmenter. C'est le cas des produits ayant plus de matière grasse (beurre, crème, fromage, etc.) ou spécialisés (sans lactose et biologique). Les transformateurs observent les tendances et adaptent leur offre à la demande. Ainsi, les consommateurs trouvent une vaste gamme d'aliments et de boissons dans le rayon des produits laitiers. Il n'y a qu'à penser aux produits laitiers avec probiotiques, fermentés, avec ou sans matière grasse, champêtres, sans oublier les boissons d'amandes ou d'avoine ou les yogourts à base de lait de coco, etc. La plupart de ces produits sont également offerts en de multiples saveurs ou formats pour répondre aux besoins des différents types de ménages.

Les données présentées dans cette série de *BioClips* sur les rayons du supermarché ne rendent pas compte des bouleversements qu'a pu entraîner la COVID-19, puisqu'elles portent sur l'année 2019. Néanmoins, elles fournissent un cadre de référence sur la composition de l'offre alimentaire en supermarché et sur la demande des ménages quant aux diverses catégories d'aliments. En 2020, les répercussions de la pandémie sur le secteur laitier se sont traduites par une contraction importante de la demande du secteur HRI, ce qui a généré des surplus de lait au Québec au printemps dernier. La chute de la demande du réseau HRI a en outre contribué à l'apparition en magasin de plus grands formats d'emballage pour les œufs.

3. Source : Institut de la statistique du Québec (ISQ), Modèle intersectoriel du Québec, données de 2018; compilation du MAPAQ.

4. Réseau de l'hôtellerie, de la restauration et des marchés institutionnels privés et publics.