

CONTRACTION DE LA DEMANDE ALIMENTAIRE DES CONSOMMATEURS EN 2020

La demande des consommateurs (ménages, touristes, etc.) pour les produits alimentaires qui sont achetés dans la province s'est contractée sous les effets néfastes de la pandémie de COVID-19. Après quatre années de dynamisme où elle a crû en moyenne de 6 % annuellement, soit de 2016 à 2019, la valeur de la demande alimentaire au Québec a diminué de 4,2 % en 2020 par rapport à l'année 2019, pour s'établir à 49,9 milliards de dollars (G\$). Le confinement, la fermeture prolongée de lieux de socialisation et surtout la faible présence du tourisme dans la province ont joué un rôle non négligeable dans ce recul.

La demande alimentaire intérieure représente la valeur de la consommation de produits alimentaires des ménages et des visiteurs au Québec. L'estimation de cette valeur s'appuie sur les achats effectués par les consommateurs dans le commerce de détail, les services alimentaires et les autres circuits de distribution, tels que les marchés publics, les kiosques à la ferme, etc., comme le résume le tableau 1 ci-dessous.

En 2020, les ventes totales de produits alimentaires dans le commerce de détail et les autres circuits ont bondi de 10,2 %, tandis qu'elles ont chuté de 30,1 % dans les services alimentaires.

Tableau 1. Répartition de la valeur estimée de la demande alimentaire au Québec en 2020 et variation (en %) de la valeur par rapport à 2019

DEMANDE ALIMENTAIRE* : 49,9 G\$ (-4,2 %)			
Commerce de détail alimentaire et autres circuits** 36,9 G\$ (+10,2 %)		Services alimentaires (HRI)*** 13,0 G\$ (-30,1 %)	
Magasins d'alimentation 28,6 G\$ (+11,1 %)	Autres magasins et circuits de commercialisation 8,3 G\$ (+7,4 %)	Restauration commerciale 10,2 G\$ (-31,3 %)	Restauration non commerciale 2,7 G\$ (-25,3 %)

* Il s'agit d'une estimation de la valeur des ventes de produits alimentaires seulement.

** Il s'agit d'une estimation qui comprend les ventes dans les magasins d'alimentation traditionnels (ex. : supermarchés), les autres magasins (ex. : Walmart, Costco et pharmacies) et les autres circuits de commercialisation (ex. : marchés publics et ventes à la ferme).

*** Il s'agit des services alimentaires du réseau de l'hôtellerie, de la restauration et des établissements institutionnels privés et publics.

Sources : Statistique Canada, Restaurants Canada et fsSTRATEGY; compilation et estimations du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

Le télétravail, la chute du tourisme et la fermeture prolongée des commerces non essentiels et des salles à manger des services alimentaires, d'abord au printemps, puis à l'automne 2020, ont fait mal aux services de restauration.

CERTAINS FACTEURS CONJONCTURELS ONT AFFAIBLI LA DEMANDE ALIMENTAIRE EN 2020

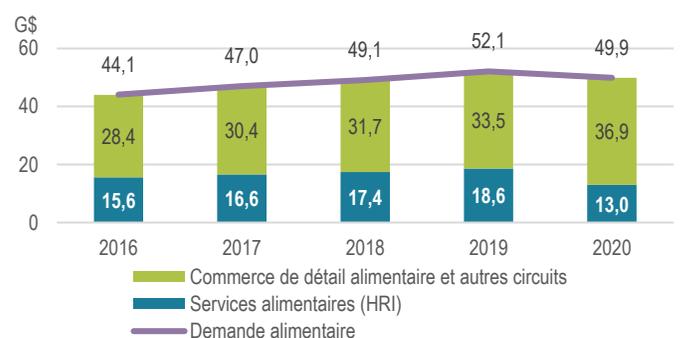
Un certain nombre de facteurs sont susceptibles de justifier l'évolution annuelle de la valeur de la demande alimentaire, notamment :

- L'accroissement de la population;
- La variation du prix des aliments et des boissons vendus aux consommateurs;

- La quantité de produits alimentaires consommés par ménage qui, généralement, dépend de la bonne tenue de l'économie et du marché du travail;
- La présence ou non de visiteurs (ex. : touristes, gens d'affaires, travailleurs) dans la province.

De 2016 à 2019, ces quatre facteurs avaient contribué à pousser vers le haut la valeur de la demande alimentaire, notamment la forte présence de touristes due à des saisons touristiques exceptionnelles au Québec.

Figure 1. Évolution de la valeur estimée de la demande alimentaire au Québec, de 2016 à 2020 (en G\$)



Note : Il s'agit d'estimations puisque très peu d'information existe concernant certains points de vente.

Sources : Statistique Canada, Restaurants Canada et fsSTRATEGY; compilation et estimations du MAPAQ.

En 2020, sous les effets néfastes de la pandémie, le comportement des consommateurs québécois s'est modifié et le tourisme n'a pas été au rendez-vous pour stimuler la demande alimentaire au Québec. En plus, les occasions (tentations, etc.) d'achats alimentaires ont été amplement réduites à la suite du confinement et des restrictions sanitaires.

LA POPULATION ET LES PRIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES ONT PROGRESSÉ

La croissance de la population et celle des prix alimentaires ont été favorables à la progression de la demande alimentaire estimée en dollars.

Cependant, bien que la population se soit accrue de 0,9 % par rapport à 2019, ce taux reste inférieur aux deux années précédentes, qui affichaient un taux de 1,2 %. Quant aux prix des produits alimentaires, leur hausse a eu une légère incidence sur la valeur de la demande alimentaire. En effet, les prix des aliments

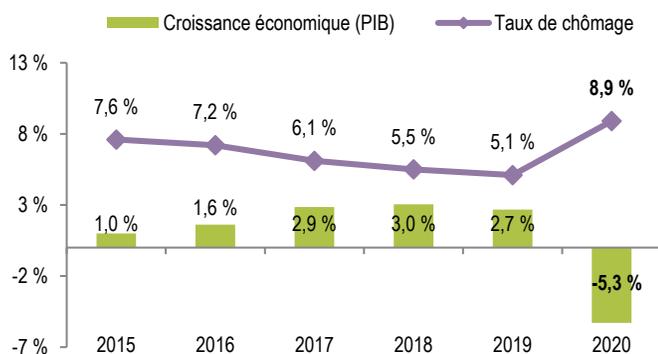
et des boissons alcoolisées se sont accrus respectivement de 2,5 % et de 1,1 % au Québec. Rappelons que la demande alimentaire est tributaire de la progression des prix des aliments et des boissons, puisqu'elle est évaluée en fonction des achats (en valeur monétaire) des consommateurs.

Sans l'effet des prix, exprimée en volume, la demande alimentaire en valeur réelle s'est plutôt contractée de 5,6 % en 2020.

LE RALENTISSEMENT DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES DÛ À LA PANDÉMIE A PROVOQUÉ UN RECU DU PRODUIT INTÉRIEUR BRUT (PIB) ET DE L'EMPLOI

La pandémie de COVID-19 a eu d'importantes conséquences sur l'économie, le marché du travail et le tourisme. Un pan important de l'activité économique québécoise a été mis sur pause. Au Québec, le taux de chômage a grimpé à 8,9 % et l'économie s'est contractée de 5,3 % par rapport à 2019. Rappelons que la croissance économique et le tourisme sont deux moteurs importants du dynamisme des ventes et des emplois dans le secteur de la restauration. De plus, en période d'incertitude économique, l'alimentation par la restauration n'est pas un poste de dépenses essentiel dans un ménage.

Figure 2. Taux de chômage et croissance du PIB réel au Québec



Note : Le PIB de l'année 2020 est une donnée préliminaire.

Source : Statistique Canada; compilation du MAPAQ.

LA FAIBLE PRÉSENCE DE VISITEURS AU QUÉBEC A JOUÉ UN RÔLE IMPORTANT DANS LA DEMANDE ALIMENTAIRE

Hormis les ménages québécois, les touristes et les autres visiteurs constituent une composante importante de la demande alimentaire intérieure, mais ces derniers n'ont pas été au rendez-vous en 2020.

Selon le portail Tourisme et loisirs du site Web Québec.ca¹, la province reçoit autour de 97 millions (M) de visiteurs annuellement, soit environ 61 M d'excursionnistes² et plus de 35 M de touristes. Environ 26 % des touristes, c'est-à-dire entre 8 et 9 M, viennent de l'étranger et des autres régions canadiennes, et le reste (environ 74 %) sont des Québécois qui voyagent au Québec.

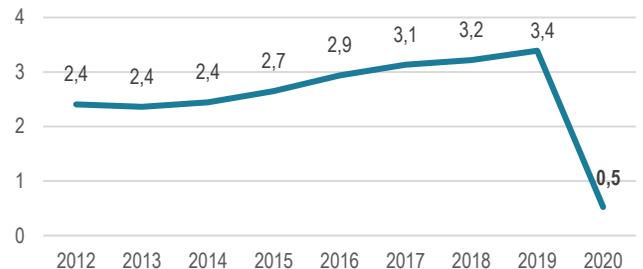
Globalement, en 2020, la baisse du nombre de visiteurs au Québec est estimée à 66 M :

- Plus de 8 M de touristes hors Québec;

- Environ 18 M de touristes québécois;
- Près de 40 M d'excursionnistes.

Comme le montre la figure 3, le nombre de touristes internationaux entrant au Canada via le Québec a chuté de façon notable.

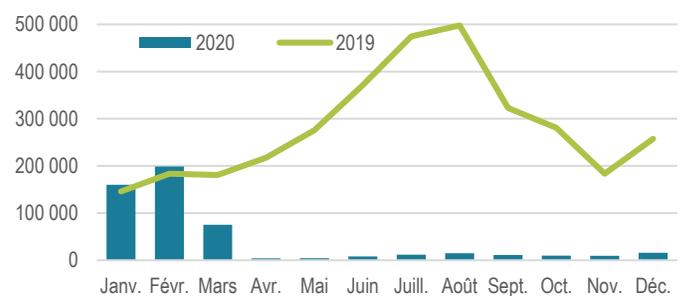
Figure 3. Évolution annuelle du nombre de touristes internationaux entrant au Canada via le Québec (en M de personnes), de 2012 à 2020



Source : Statistique Canada, tableau 24-10-0043-01; compilation du MAPAQ.

L'écllosion de COVID-19, déclarée comme étant une pandémie le 11 mars 2020, a joué un rôle certain dans ce phénomène, comme en rend compte la figure 4.

Figure 4. Évolution mensuelle du nombre de touristes internationaux entrant au Canada via le Québec



Source : Ministère du Tourisme, <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/intelligence-affaires/banque-donnees/frontiere.php>; compilation du MAPAQ.

... ET L'OFFRE ALIMENTAIRE

L'offre alimentaire était bien présente sur le plan de la disponibilité pour les consommateurs, mais pas sur le plan des occasions de se laisser tenter par un lunch ou un dessert proposé par un serveur ou par des amis ni par un buffet à volonté lors d'un événement. Les consommateurs n'avaient plus autant de choix d'endroits où s'alimenter étant donné la rareté des lieux de socialisation restés ouverts. Les salles à manger des restaurants et des autres lieux publics qui offrent des services alimentaires (ex. : écoles, lieux de travail, stades, cinémas, centres commerciaux) ont dû fermer pour de longues périodes, ce qui a limité le nombre d'endroits habituels d'alimentation à l'extérieur de la maison. Ainsi, les repas se prenaient essentiellement à domicile. Par conséquent, les tentations alimentaires s'en trouvaient restreintes pour les consommateurs.

Par ailleurs, les occasions de se réunir, de célébrer et de festoyer (ex. : événements, rassemblements, déplacements) se sont faites rares, tant pour les gens d'affaires que pour les particuliers. En définitive, la synchronie de ces principaux facteurs dans un contexte hors norme a contribué à une contraction de la demande alimentaire au Québec.

1. Données tirées de la page <https://www.quebec.ca/tourisme-et-loisirs/services-industrie-touristique/etudes-statistiques/portrait-industrie-touristique>.

2. Excursionnistes : personnes qui font un voyage aller-retour d'au moins 40 km dans la même journée. Touristes : personnes qui font un voyage d'une nuit ou plus. Visiteurs : touristes et excursionnistes.