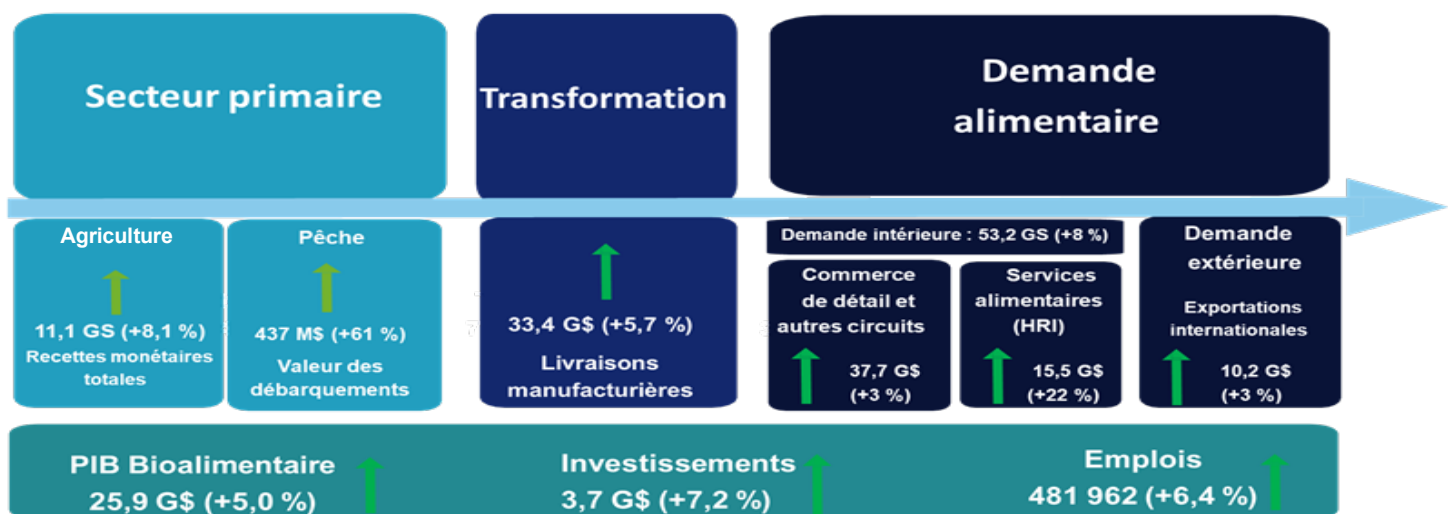


REGAIN DE LA DEMANDE ALIMENTAIRE DES CONSOMMATEURS AU QUÉBEC

La valeur de la demande des consommateurs au Québec (résidents, touristes, etc.) pour les produits alimentaires achetés dans la province a été estimée à 53,2 milliards de dollars (G\$) en 2021. Il s'agit d'un rebond de 8 % par rapport à l'année 2020 alors que la valeur de la demande alimentaire s'était contractée sous l'effet des restrictions dues à la pandémie de COVID-19. Cette hausse s'explique surtout par l'assouplissement des mesures sanitaires et la reprise de l'activité économique. Des facteurs tels que la réouverture des salles à manger des restaurants et des lieux de socialisation, un été chaud et sec favorable aux festivités, un plus grand nombre de touristes et l'accroissement de la population ont aussi contribué à la vigueur de la demande alimentaire au Québec.

SCHEMA DES PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES DE L'INDUSTRIE BIOALIMENTAIRE EN 2021



L'année 2021 a été marquée au Québec par le retour de la croissance économique et le dynamisme du marché du travail, notamment grâce aux campagnes de vaccination, à l'ouverture des secteurs économiques et aux mesures de soutien des gouvernements. Bien que le contexte pandémique n'ait pas changé en 2021, l'industrie bioalimentaire, quant à elle, a été résiliente une fois de plus. Comme le montre le schéma ci-dessus, les principaux indicateurs affichent une croissance par rapport à l'année 2020¹.

C'est le cas de la demande alimentaire intérieure, qui est une composante importante de l'économie. En effet, celle-ci 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 des 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.

En 2020, la demande alimentaire avait diminué sous les effets de la pandémie de COVID-19, essentiellement en raison de la chute des ventes dans les services alimentaires du réseau de l'hôtellerie, de

la restauration et des établissements institutionnels publics et privés (HRI). Les ventes de produits alimentaires avaient été affectées par les fermetures prolongées de plusieurs établissements privés (ex. : restaurants et cinémas) et publics (ex. : écoles et lieux de travail), par l'augmentation du taux de chômage chez les Québécois et par la chute de l'activité touristique limitant le nombre de touristes au Québec. De plus, les occasions de se réunir, de célébrer et de festoyer étaient rares tant dans le secteur des affaires que pour les particuliers.

REDRESSEMENT DE LA DEMANDE ALIMENTAIRE SOUTENU PAR LES VENTES DES SERVICES ALIMENTAIRES

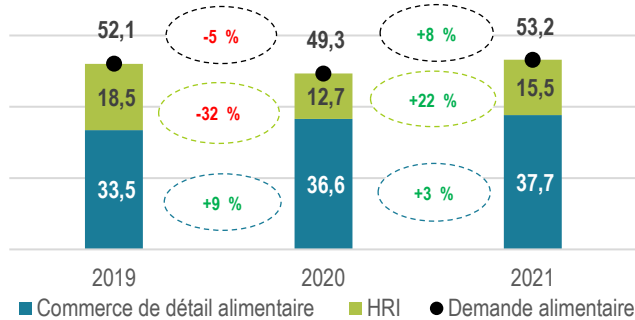
La valeur de la demande alimentaire intérieure s'est accrue de 8 % en 2021 par rapport à l'année 2020 en raison de l'assouplissement des mesures sanitaires et de la reprise de l'activité économique et touristique, qui ont stimulé les ventes des services alimentaires.

Après une année hors norme en 2020, au cours de laquelle les Québécois ont concentré leurs achats alimentaires chez les détaillants étant donné le confinement et les fermetures prolongées des salles à manger des restaurants et des lieux de socialisation,

¹ Pour plus d'informations sur la performance de l'industrie bioalimentaire et de ses secteurs en 2021, consultez [Le Bioalimentaire économique, bilan de l'année 2021](#) qui sera publié la semaine prochaine.

l'année 2021 a permis un certain retour à la normale. Les ventes pour l'ensemble des services alimentaires du réseau HRI ont rebondi et compensé en partie l'important recul causé par la pandémie en 2020.

Figure 1. Répartition de la valeur estimée de la demande alimentaire des consommateurs au Québec de 2019 à 2021 (en G\$)

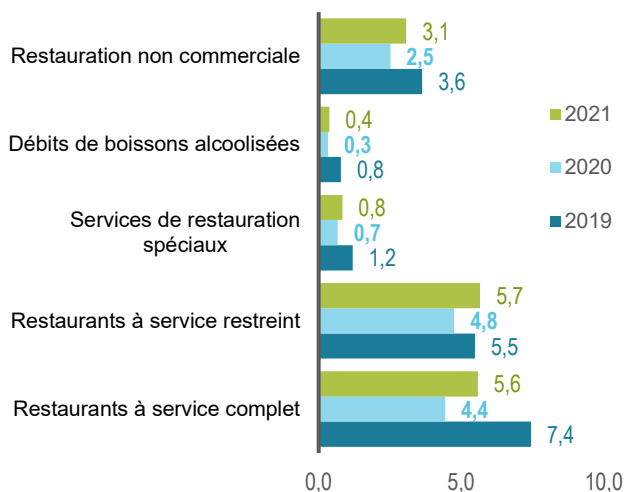


Sources : Statistique Canada et Restaurants Canada; compilation et estimations du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

CROISSANCE DE 22 % DES RECETTES PROVENANT DES SERVICES ALIMENTAIRES DU RÉSEAU HRI EN 2021

De 2020 à 2021, le chiffre d'affaires des services alimentaires du réseau HRI a augmenté de 2,8 G\$ pour atteindre une valeur estimée à 15,5 G\$. Le déconfinement et la reprise des activités économiques et touristiques ont profité à ce secteur. Toutefois, la valeur des ventes des entreprises n'a pas retrouvé son niveau de l'année 2019, sauf dans le sous-secteur de la restauration à service restreint². En raison de la nature de ses services, ce dernier a été moins touché par la fermeture des salles à manger.

Figure 2. Comparaison des ventes annuelles des secteurs des services alimentaires du réseau HRI au Québec de 2019 à 2021 (en G\$)



Restauration non commerciale : regroupe les établissements où la préparation et le service d'aliments et de boissons tiennent lieu d'activité complémentaire (ex. : école).

Services de restauration spéciaux : désignent les traiteurs, les cantines et les comptoirs mobiles.

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

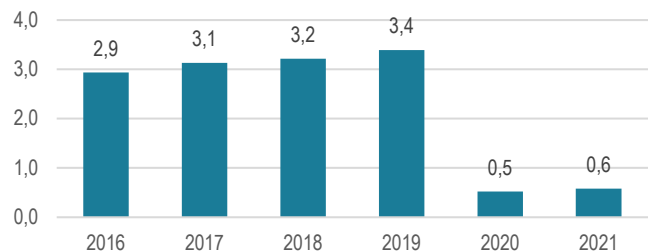
RÔLE IMPORTANT DU NOMBRE DE VISITEURS

Le tourisme n'est pas étranger à la bonne tenue des ventes alimentaires dans la restauration et les débits de boissons alcoolisées. La performance de ce secteur durant les années de fort achalandage touristique au Québec l'a démontré durant la période 2016-2019. En 2020 et en 2021, le nombre de touristes internationaux qui sont entrés au Canada par le Québec a fortement diminué par rapport aux

² Service restreint (rapide) : les clients commandent les produits à un comptoir de service ou de cafétéria ou par téléphone et paient avant de manger.

années précédentes, ce qui a contribué aux moins bons résultats de la restauration. Le retour graduel des touristes qui s'effectue depuis l'année 2021 devrait favoriser le redressement des ventes. Dans un tel contexte, l'écart par rapport aux ventes de l'année 2019 pourrait être très réduit, voire comblé, au Québec en 2022 et en 2023.

Figure 3. Nombre total de touristes internationaux entrés au Canada par le Québec de 2016 à 2021 (en millions de personnes)



Source : <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/fileadmin/banque-donnees/frontiere.html>; compilation du MAPAQ.

UN RYTHME DE CROISSANCE UN PEU PLUS NORMAL POUR LES VENTES ALIMENTAIRES DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL APRÈS UNE ANNÉE REMARQUABLE EN 2020

L'engouement des Québécois pour les salles à manger et terrasses des restaurants a quelque peu rééquilibré les ventes alimentaires chez les détaillants du Québec en 2021. Après une croissance des ventes qui a frôlé les 10 % en 2020 par rapport à 2019, les ventes totales de produits alimentaires dans le commerce de détail ont augmenté de 2,9 % en 2021 et sont estimées à 37,7 G\$. Les magasins d'alimentation traditionnels et les autres commerçants du secteur ont réalisé des ventes alimentaires de 29,3 G\$ et de 8,4 G\$ respectivement.

Tableau 1. Estimation des ventes de produits alimentaires dans le commerce de détail au Québec selon les types de magasins, en 2020 et en 2021 (en G\$)

Types de magasins	2020	2021	Variation 2021/2020
Commerce de détail alimentaire	36,6	37,7	2,9 %
Magasins d'alimentation (supermarchés, épicerie, boucheries, fruiteries, SAQ, etc.)	28,5	29,3	2,8 %
Autres magasins et circuits de commercialisation (Walmart, pharmacies, Costco, marchés publics, paniers bio, etc.)	8,2	8,4	3,3 %

Sources : Statistique Canada et estimations du MAPAQ.

LÉGÈRE INCIDENCE DE L'AUGMENTATION DES PRIX SUR LA VALEUR DE LA DEMANDE ALIMENTAIRE

La valeur de la demande alimentaire est tributaire de la progression des prix des aliments et des boissons vendus au Québec puisqu'elle est évaluée en fonction des achats des consommateurs. Or, les prix à la consommation pour les produits alimentaires ont progressé de 2,5 %³ dans la province en 2021 par rapport à l'année 2020.

Si l'on soustrait cet effet de prix, les résultats montrent quand même une augmentation de 4,9 % de la demande en 2021. Donc, on peut conclure que la hausse annuelle des prix des produits alimentaires a déterminé une partie seulement de la progression de la valeur de la demande alimentaire en 2021.

³ Il s'agit du rapport entre la moyenne des indices de prix mensuels en 2020 et la moyenne des indices de prix mensuels en 2021.