

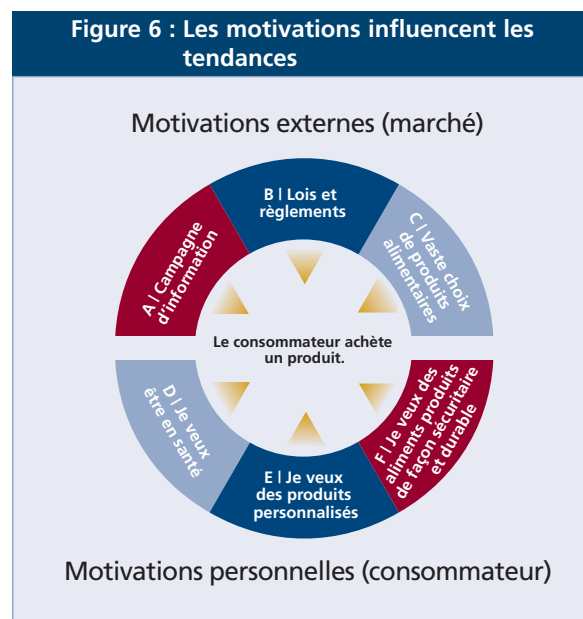
# Les motivations et les tendances en matière de consommation alimentaire



Les consommateurs sont influencés par leurs motivations personnelles et les motivations du marché chaque fois qu'ils achètent un produit. Comme nous l'avons mentionné précédemment, le revenu est le facteur qui influence le plus les achats alimentaires. Le prix devrait donc représenter un aspect important pour toutes les entreprises.

Outre le prix, les consommateurs effectuent leurs choix en fonction de facteurs externes, tels que les allégations santé ou la publicité entourant un produit. Leurs décisions sont également fondées sur des besoins individuels, tels que les préférences quant au goût, les habitudes alimentaires ou les préoccupations en matière de santé.

En examinant les motivations du marché et les motivations du consommateur présentées à la figure 6, réfléchissez à celles qui s'appliquent à vos produits et aux occasions dont vous pourriez tirer profit.



## Les motivations externes (marché)

### A. La diffusion massive d'information



Les consommateurs sont inondés d'information sur les aliments. Les médias, qu'ils présentent des reportages sur les maladies d'origine alimentaire ou qu'ils remettent en question la capacité de la planète à nourrir une population croissante, influencent les consommateurs. Dans les écoles et les autres lieux publics, des campagnes d'information recommandent aux gens de consommer ou d'éviter certains aliments. De quelle façon pouvez-vous aider les consommateurs à déchiffrer les messages concurrentiels, et parfois contradictoires, qu'ils reçoivent?

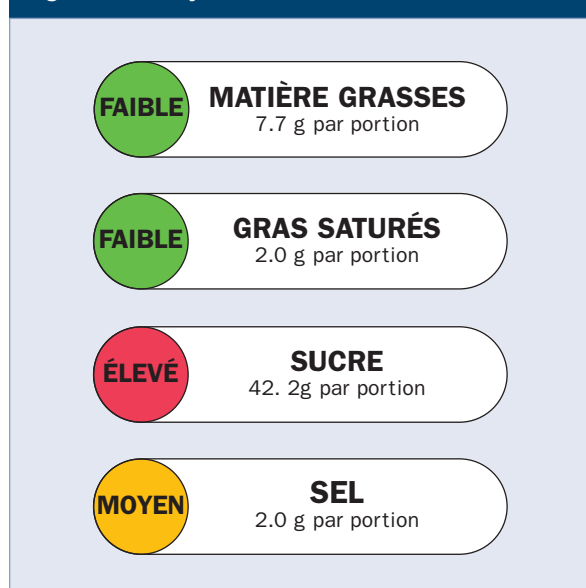
#### Saviez-vous que...

Parmi les aliments transformés lancés sur le marché en 2008, 45 p. 100 d'entre eux comportaient des messages sur la santé et la nutrition comparativement à 31 p. 100 en 2002.

### Aider les consommateurs à s'y retrouver

Certaines entreprises offrent de l'information détaillée sur leurs produits afin d'aider les consommateurs à les découvrir. L'entreprise québécoise Canneberges Atoka diffuse dans son site Web des fiches de renseignements pour chacun de ses produits. Ces fiches comprennent, entre autres, une description du produit, une liste des ingrédients, les attributs physiques, chimiques et microbiologiques ainsi que la durée de conservation prévue. Dans d'autres cas, les messages sont fort simples. L'auteur Michael Pollan a inventé

Figure 7 : Un système d'évaluation nutritionnelle



l'expression « Mangez de vrais aliments. Juste ce qu'il faut. Surtout des végétaux ». Le jus d'orange Simply Orange, de Minute Maid, connaît un énorme succès en n'étant rien d'autre que, comme son nom l'indique, du jus.

#### Saviez-vous que...

Aramark a lancé son programme « Just4You » qui permet de repérer dans les machines distributrices et les établissements d'enseignement plus de 150 produits jugés comme étant de meilleurs choix santé.

Selon Datamonitor, 17,6 p. 100 des supermarchés américains travaillent à l'élaboration d'un système de classement de l'étiquetage nutritionnel. D'ailleurs, aux États-Unis, le système de notation de la qualité nutritionnelle NuVal facilite la tâche des consommateurs qui veulent classer la valeur nutritionnelle d'un produit. Au Royaume-Uni, la Food Standards Agency utilise des étiquettes de couleurs différentes (vert, jaune et rouge), où le vert indique que l'aliment présente peu d'inquiétudes pour la santé, et le rouge, que l'aliment a une forte teneur en ingrédients malsains pour la santé. Des chercheurs de l'Université de Washington et de l'Université Yale travaillent à l'élaboration de systèmes de classement des aliments fondés sur la densité en éléments nutritifs ou la qualité nutritionnelle globale<sup>8</sup>.

Certaines entreprises misent sur les couleurs pour simplifier les choses. Par exemple, la campagne d'Unilever « Mangez en couleurs » fait la promotion des soupes Knorr en les présentant par couleur (orange, verte ou jaune). Chaque couleur correspond à des allégations santé spécifiques, transmettant ainsi le message simple que les aliments très colorés sont bons pour vous. En Italie, l'entreprise Parmalat offre une gamme de produits aux cinq couleurs santé. Au Japon, les jus fabriqués par l'entreprise Kagome sont assortis d'une roue des couleurs pour mettre en évidence leurs avantages fonctionnels. L'entreprise canadienne Colarôme Inc., située au Québec, fabrique des colorants et des arômes alimentaires naturels à partir de la betterave et du chou

#### Saviez-vous que...

Certains produits offerts par Beech Nut portent une « promesse antimabouffe » qui permet aux consommateurs d'avoir la certitude que les ingrédients sont bons pour la santé.

rouge. Ces ingrédients entrent dans la fabrication de nutraceutiques ou d'enrobage. Smarties a recommencé à fabriquer ses friandises bleues qui renferment des propriétés fonctionnelles en raison du colorant obtenu à partir d'algues bleues.

## B. Les lois et les règlements



La plupart des consommateurs ignorent les lois et les règlements qui régissent le système alimentaire jusqu'au jour où des lacunes ou des inquiétudes font les manchettes. Les

récents cas de maladies d'origine alimentaire ont amené le public à s'interroger davantage sur les règlements concernant la salubrité des aliments. Certaines entreprises ont décidé de prendre les devants et de resserrer leurs normes avant même que les modifications réglementaires prévues n'entrent en vigueur.

Par exemple, pour parer au problème des gras trans, Cargill et Dow AgroSciences ont mis au point de l'huile de canola à stabilité élevée, riche en acides oméga ou sans gras trans, et ce, des dizaines d'années avant que des modifications législatives ne soient apportées. Que pourriez-vous faire pour avoir un pas d'avance?

### Exemple de réussite – Global Egg Solutions

En tant que président de Global Egg Corporation et d'EggSolutions, Aaron Kwinter a vu l'industrie ovicole traverser les hauts et les bas qu'avaient engendrés les inquiétudes concernant le cholestérol et en sortir triomphante. En tant qu'acteur important dans l'industrie de la transformation des œufs, Global Egg Corporation surveille les tendances de la consommation depuis de nombreuses années. La salubrité des aliments était une valeur fondamentale de l'entreprise bien avant que des inquiétudes ne soient soulevées au sein de la population. Global a fait preuve d'avant-gardisme en devenant la première installation de transformation des œufs à recevoir la certification HACCP au Canada. M. Kwinter croit que cette certification leur a procuré un avantage concurrentiel auprès des clients industriels et des clients du secteur de la restauration qui en sont venus à faire confiance aux profondes valeurs d'entreprise de Global et à son approche en matière de salubrité des aliments.

[www.eggsolutions.com](http://www.eggsolutions.com) (en anglais seulement)

## C. Le vaste choix de produits alimentaires



Les innovations dans le domaine de l'emballage et du conditionnement et les percées dans le domaine des sciences de l'alimentation ont donné lieu à une filière où

les frontières semblent sans limites. La gamme de produits offerts ne cesse de s'élargir; on n'a qu'à penser aux nouvelles variétés de tomates telles que la cocktail italienne Bella, créée par Les Productions Horticoles Demers, au Québec, ou

### Exemple de réussite – Woolwich Dairy Inc.

Tony Dutra croit que l'alimentation saine est passée d'une tendance à une façon d'être. En tant que président-directeur général de Woolwich Dairy Inc., la plus importante entreprise de fabrication de fromage de chèvre au Canada, M. Dutra accroît ses marchés au Canada et aux États-Unis. Il s'inspire des tendances de la consommation pour faire passer ses produits des marchés de créneaux au marché grand public. Il lit des magazines consacrés à l'alimentation, participe à des foires alimentaires partout en Amérique du Nord et se rend à Paris pour visiter le Salon international de l'agroalimentaire. Le site Web de l'entreprise renferme de l'information sur sa certification en matière de salubrité des aliments et son programme d'assurance de la qualité puisque M. Dutra est conscient que les consommateurs veulent des marques auxquelles ils peuvent faire confiance. La stratégie de l'entreprise consiste à fabriquer des produits qui ont bon goût, qui ont une belle apparence et qui respectent des normes de production très élevées.

[www.woolwichdairy.com](http://www.woolwichdairy.com) (en anglais seulement)

encore aux nouveaux produits de tomate comme la tartinade aux tomates Gouash présentée dans un tube pratique et fabriquée par l'entreprise québécoise La Tomate. Selon la base de données mondiale des nouveaux produits de Mintel, environ 15 fois plus de produits de grains entiers ont été lancés dans le monde en 2007 comparativement à 2000, ce qui représente une augmentation de 1344 p. 100. Au moment où vous vous apprêtez à concevoir de nouveaux produits ou à modifier l'image de marque de produits existants, que pouvez-vous faire pour vous démarquer des autres?



Photo offerte par Woolwich Dairy

## Les motivations personnelles (consommateur)

### D. Je veux être en santé



La santé est un important facteur de motivation sur les marchés alimentaires mondiaux et un sujet de débat et de dialogue quotidien. De nombreux consommateurs s'attendent, plus que jamais, à ce que les produits alimentaires leur procurent des bienfaits accrus pour la santé. Les allergies alimentaires sont courantes; l'obésité et les maladies cardiovasculaires sont répandues. Au cours des dix dernières années, à l'échelle de la planète, le nombre de personnes présentant un excès de poids a souvent été égal au nombre de personnes sous-alimentées. On prévoit que, d'ici 2030, l'Inde comptera 80 millions de personnes atteintes de

#### Saviez-vous que...

Les villes de New York et de Philadelphie ainsi que l'État de la Californie ont adopté des règlements obligeant certaines chaînes de restaurant à indiquer le nombre de calories des plats figurant à leur menu. Ces mesures visent à informer les consommateurs et à combattre l'obésité.

diabète de type 2. De nombreux consommateurs recherchent une solution magique qui leur assurera une bonne santé.

Lors d'une étude réalisée par ACNielsen en 2007, les deux tiers des répondants ont indiqué que les pressions exercées pour avoir une belle apparence étaient beaucoup plus fortes qu'à l'époque de leurs parents. Cette même étude a montré que, à l'échelle mondiale, 1,6 milliard d'adultes présentaient un excès de poids et 400 millions d'adultes étaient atteints d'obésité<sup>9</sup>. Les systèmes de soins de santé sont utilisés au maximum. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) établit un lien entre l'obésité, l'hypertension artérielle et le diabète de type 2, et soutient que 80 p. 100 des décès prématurés auraient pu être évités grâce, entre autres, à une

saine alimentation. Elle prévoit d'ailleurs que, en 2015, 700 millions d'adultes dans le monde seront atteints d'obésité<sup>10</sup>.

#### Saviez-vous que...

Depuis 2000, l'industrie mondiale des produits naturels a enregistré une hausse de plus de 50 milliards de dollars américains.

### Les tendances que nous surveillons

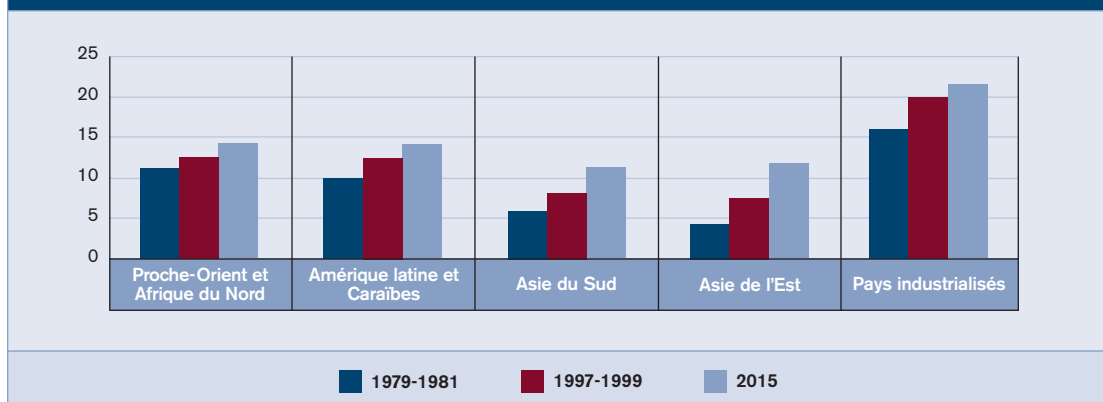
#### Les huiles santé

On en sait de plus en plus sur les bienfaits des huiles pour la santé, et il semblerait que la dose quotidienne d'huile de foie de morue que prenait votre grand-mère était en fait un geste sensé. Au moment où les gras trans font l'objet d'interdictions, la consommation mondiale d'huile est en hausse.


Au Canada, la valeur des exportations d'huiles et de corps gras a enregistré une hausse de 52 p. 100 en 2007<sup>11</sup>. Les tendances actuelles indiquent une demande pour les huiles santé qui renferment des acides gras essentiels.

Des chercheurs mènent des expériences afin de trouver des produits sains pour remplacer les huiles couramment utilisées. L'industrie canadienne du canola et du soja est en train de mettre au point des huiles qui respecteraient les spécifications sur les biens de consommation courante auxquelles doivent se soumettre les entreprises de transformation des aliments et les restaurants. Des chercheurs sud-coréens et américains ont trouvé une façon d'utiliser les ingrédients fonctionnels extraits de l'avoine pour remplacer certains gras traditionnellement utilisés dans la fabrication des produits de boulangerie. Les produits de chanvre suscitent de plus en plus d'intérêt, en partie à cause de leur teneur élevée en acide gamma-linoléique.

Figure 8 : Consommation d'huile végétale par habitant



Source: Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

A glass carafe filled with golden olive oil sits on a wooden surface. In the background, a white bowl contains more olive oil, and a piece of bread with white cheese and herbs is visible. The scene is brightly lit, highlighting the texture of the oil and the wood.

Les acides gras essentiels sont des acides gras (linoléique, linoléique et oléique) qui sont nécessaires à la nutrition humaine et qui ne peuvent être puisés que dans l'alimentation pour favoriser le fonctionnement des systèmes immunitaire, cardiovasculaire, reproducteur et nerveux. Le corps peut fabriquer des oméga-9 à partir de l'acide oléique à condition que les deux autres acides gras essentiels (les oméga-3 fabriqués à partir de l'acide alpha-linolénique et les acides oméga-6 fabriqués à partir de l'acide linoléique) soient aussi présents. Le poulet, la graine de lin et l'huile de poisson ne sont que quelques-uns des aliments riches en acides gras essentiels.

### Exemple de réussite – Manitoba Harvest

Mike Fata ne pèse plus 300 livres. Il attribue son changement de mode de vie réussi et sa perte de poids aux produits de chanvre. Son histoire est d'ailleurs l'une des pierres angulaires de la campagne de marketing de Manitoba Harvest. Lorsqu'on lui demande de quelle façon l'entreprise surveille les tendances de la consommation, il répond : « Nous sommes nous-mêmes à l'origine de certaines tendances! » Bien que l'entreprise ait pris de l'expansion, M. Fata continue de faire personnellement la promotion des bienfaits du chanvre pour la santé en participant à des foires commerciales, à des événements organisés à l'intention des consommateurs et à des démonstrations en magasin. Il découvre ce que veulent les consommateurs en les rencontrant dans la rue. L'entreprise présente de nombreux témoignages de clients dans son site Web et est aussi très active sur YouTube et Myspace. Elle expédie un bulletin mensuel à plus de 5 000 lecteurs et elle lancera bientôt un blogue à l'intention des clients. Pour Manitoba Harvest, éveiller l'intérêt des consommateurs et les informer constituent la clé de la réussite.

[www.manitobaharvest.com](http://www.manitobaharvest.com) (en anglais seulement)

### Les aliments biologiques, les aliments entiers et les superaliments

La tendance favorisant l'achat d'aliments faibles en sucre, en sel et en gras ou autres ingrédients s'est affirmée au cours des dernières années. Les aliments entiers et les superaliments sont au cœur d'une tendance récente, alimentée par la popularité de la chaîne Whole Foods Market. Les aliments entiers subissent peu ou pas de transformation. Certains aliments, comme le brocoli, les amandes et l'avoine, sont

souvent considérés comme des superaliments en raison de leurs nombreux bienfaits pour la santé. Aux États-Unis, on estime que la valeur des ventes d'aliments de grains entiers atteindra 7,5 milliards de dollars en 2009<sup>12</sup>.

On s'interroge sur l'avenir des aliments biologiques. Certains analystes ne prévoient pas une hausse rapide des ventes d'aliments biologiques en raison de la sensibilité des consommateurs aux prix. D'autres soulignent une croissance. Dans un numéro du magazine *Canadian Grocer*, on pouvait lire que les ventes d'aliments biologiques avaient augmenté de 28 p. 100 de 2005 à 2006 et de nombreux grands détaillants offrent maintenant une gamme de produits biologiques.

### Exemple de réussite – ShaSha Bakeries

En tant que propriétaire d'entreprise, ShaSha fait plus que cuisiner du pain et des biscuits pour ses clients. Il met ceux-ci à contribution. Les clients participent à des tests de produits et à des séminaires, et ils ont accès à de l'information nutritionnelle sur le site Web de l'entreprise. Ancien chef dans une chaîne d'hôtels de luxe, ShaSha a quitté son emploi pour démarrer une entreprise spécialisée dans la production de produits de boulangerie fabriqués à partir de levain en provenance d'Égypte plutôt qu'à partir de levure. ShaSha croit que certains clients ont reçu un signal d'alarme concernant leur santé. Il attribue la croissance de son entreprise à ses nombreux clients, dont une grande partie avaient des problèmes de santé, des allergies alimentaires ou une vision éclairée de la nutrition. Il sait que les clients aiment aussi ses produits parce qu'ils sont savoureux.

[www.shashabread.com](http://www.shashabread.com) (en anglais seulement)



Photo offerte par Manitoba Harvest

### Les aliments fonctionnels et les nutraceutiques

Une visite à l'épicerie permet de constater que les aliments fonctionnels et les nutraceutiques sont de plus en plus répandus. Au Canada, une récente étude de consommation a d'ailleurs montré que la population est de plus en plus informée sur les aliments fonctionnels et les nutraceutiques et qu'elle apprécie les bienfaits pour la santé qu'apportent leurs ingrédients. Aux États-Unis, plus de 75 p. 100 de la population croit présenter une carence quelconque<sup>13</sup>. Les aliments fonctionnels et les nutraceutiques constituent une façon naturelle et pratique de fournir des éléments nutritifs.

Santé Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada ont élaboré les définitions suivantes.

Les aliments fonctionnels ressemblent à des aliments classiques ou sont des aliments classiques qui ont montré qu'ils pouvaient procurer des bienfaits physiologiques ou réduire le risque de maladies chroniques en plus de leurs fonctions nutritionnelles de base. On peut obtenir des aliments fonctionnels en ajoutant des ingrédients actifs à des produits alimentaires de base (p. ex., du bêta-glucane à des muffins, des fibres solubles à certains aliments) ou en recourant à des techniques de production particulières, telles que l'amélioration des plantes, la modification génétique et des régimes d'alimentation spécialisés (p. ex., des tomates à teneur élevée en lycopène, des œufs enrichis d'oméga-3).

Les nutraceutiques sont des produits purifiés à partir d'aliments. Ils sont généralement vendus sous formes médicinales, telles que des poudres, des comprimés ou des gélules, et ont démontré procurer des bienfaits physiologiques ou offrir une protection contre les maladies chroniques. Les nutraceutiques peuvent être extraits de plantes (p. ex., les antioxydants, l'échinacée, le fenugrec), d'animaux (p. ex., le velours de wapiti), de microorganismes (p. ex., les acides gras essentiels, les enzymes, etc.) et de sources marines (p. ex., la glucosamine, le chitosane, les huiles de poisson).

Les aliments fonctionnels sont populaires au Japon, dans l'Union européenne, aux États-Unis et en Chine depuis plusieurs années. Une étude a dévoilé que 66 p. 100 des consommateurs américains ont utilisé des aliments fonctionnels en 2008 et que les baby-boomers féminins instruits en étaient les plus grands consommateurs<sup>14</sup>. De nombreux transformateurs d'aliments ajoutent des ingrédients fonctionnels dans des produits tels que le pain, le lait, le yogourt et le fromage. La plupart des 2 000 membres du groupe d'experts en aliments de consommation de l'Université de Guelph préfèrent que les aliments santé leur soient présentés sous une forme de produit qu'ils consomment déjà. Les producteurs agricoles canadiens cultivent, entre autres, la bourrache, l'onagre, le chanvre et les bleuets pour les ingrédients fonctionnels qu'ils renferment. Que pourriez-vous cultiver, produire ou transformer pour pénétrer ce marché?



Les consommateurs utilisent des nutraceutiques, souvent sous forme de comprimés ou de poudre, pour personnaliser leur régime et combler leurs besoins nutritionnels. Le bêta-carotène (dérivé de la carotte pour contrer l'oxydation cellulaire), les flavonols (dérivés de l'oignon pour neutraliser les radicaux libres) et le lycopène (dérivé de la tomate pour assurer la santé de la prostate) ne sont que quelques exemples de nutraceutiques. Comme nos connaissances du code génomique personnel et la demande de régimes personnalisés augmentent, existe-t-il des débouchés pour vos produits dans l'industrie des nutraceutiques?

Des chercheurs canadiens travaillent à la mise au point de nouveaux produits alimentaires. Certains, comme à l'Université de Guelph, se penchent sur l'élaboration d'un lait enrichi d'oméga. D'autres trouvent de nouvelles façons d'optimiser l'alimentation à partir des grains entiers.

#### Saviez-vous que...

Environ 20 p. 100 des consommateurs japonais âgés de plus de 65 ans achètent régulièrement des aliments fonctionnels. Au Japon, les aliments qui ont des allégations santé prouvées sont considérés comme des aliments FOSHU, c'est-à-dire des aliments à usage médicinal spécifié. Êtes-vous prêt à faire votre entrée sur le marché des aliments FOSHU?

Notre appareil digestif abrite des milliards de bactéries. Les probiotiques sont de bonnes bactéries que l'on trouve dans des aliments fermentés comme la choucroute et le yogourt. Les prébiotiques sont des agents bactériens non assimilables qui traversent notre appareil digestif et favorisent la croissance des bonnes bactéries.



L'orge, rarement utilisée comme ingrédient alimentaire en Amérique du Nord, est transformée en farine pour entrer dans la fabrication de produits de boulangerie, de pâtes, de produits de grignotage, de barres nutritives et de nouilles. L'Institut international du Canada pour le grain et le Food Processing Development Centre à Leduc, en Alberta, travaillent à l'élaboration d'une farine d'orge ayant des propriétés nutritionnelles améliorées et effectuent des tests avec différents produits alimentaires. La farine d'orge à grains entiers est riche en bêta-glucane, reconnu pour réduire le cholestérol sérique et les risques de cardiopathie. En décembre 2005, le département de l'Agriculture des

### Saviez-vous que...

Nous profitons des bienfaits des aliments riches en attributs quand nous consommons ces aliments ou des produits provenant d'animaux nourris à ces aliments. Par exemple, les volailles qui ont une alimentation riche en lin pondent des œufs riches en oméga-3. Selon le Conseil canadien du canola, la production des vaches laitières augmente d'un litre par jour quand on les nourrit de tourteau de canola plutôt que de tourteau de soja ou de graine de coton.



Photo offerte par l'Institut international du Canada pour le grain

États-Unis a approuvé l'allégation santé selon laquelle l'orge peut contribuer à réduire les risques de coronaropathie.

Afin d'aider les consommateurs à atteindre les niveaux de consommation de légumineuses recommandés par Santé Canada et le département de l'Agriculture des États-Unis, des chercheurs canadiens intègrent des légumineuses dans des aliments courants tels les muffins, le pain, les pâtes, les

### Exemple de réussite – Bioriginal Food & Science Corp.

En 2000, après avoir conçu une nouvelle gamme de produits à base de lin destinés à des applications dans le secteur des aliments fonctionnels, Bioriginal a ouvert des bureaux aux Pays-Bas et en Chine ainsi qu'une usine de transformation des graines oléagineuses en Chine du Nord. Dernièrement, Bioriginal a travaillé de concert avec Agriculture et Agroalimentaire Canada en vue d'élaborer un nouveau procédé breveté de fabrication d'acide linoléique conjugué (un acide gras essentiel) et a été l'une des premières entreprises canadiennes à recevoir une licence d'exploitation de la Direction des produits de santé naturels. Bioriginal a su trouver des débouchés lucratifs pour ses produits novateurs développés en laboratoire.

[www.bioriginal.com](http://www.bioriginal.com) (en anglais seulement)

biscuits et les nouilles. Ils utilisent également des céréales cultivées dans les Prairies pour tenter de mettre au point des farines qui auraient des propriétés fonctionnelles et pourraient entrer dans la fabrication de produits de boulangerie. Le blé, le sarrasin, les légumineuses, l'orge et le lin offrent des bienfaits spécifiques pour la santé. L'entreprise italienne Barilla commercialise des pâtes à grains entiers fabriquées à partir d'un mélange de farines comprenant, entre autres, du blé, des lentilles, des pois chiches et de l'épeautre. Quelle autre culture les producteurs agricoles canadiens pourraient-ils cultiver pour offrir un nouvel ingrédient fonctionnel pour la fabrication d'aliments encore meilleurs pour la santé?

### Les probiotiques et les prébiotiques

De nombreux produits sont enrichis des avantages fonctionnels que procurent les probiotiques. L'entreprise suédoise BioGaia vend de la gomme et des pastilles qui renferment une souche particulière de probiotiques. Quant à Nestlé, cette bactérie est contenue dans la paille de sa boisson lactée Boost Kid Essentials, de sorte qu'un enfant ingère la bactérie tout en buvant. Vos produits alimentaires pourraient-ils être enrichis de probiotiques ou de prébiotiques? Quelle pourrait être la prochaine tendance en matière d'additifs ou d'ingrédients fonctionnels?

## E. Je veux des aliments personnalisés!



Certains consommateurs veulent que leurs achats les définissent. D'autres veulent que les produits qu'ils achètent leur offrent une expérience. Cette tendance est croissante.

D'ailleurs, de nombreux produits et services sont déjà taillés sur mesure pour répondre à la demande mondiale de personnalisation.

### Les tendances que nous surveillons

#### Les aliments ethniques

La croissance de la diversité raciale et ethnique au Canada, aux États-Unis et dans l'Union européenne présente des possibilités d'offrir des produits de créneaux. Le nombre de marchés d'aliments ethniques s'accroît dans de nombreuses villes (figure 9). Le George Morris Centre prévoit en effet que, d'ici 2017, plus de la moitié de la population de la région du Grand Toronto sera d'origine non européenne. Selon leur étude sur l'industrie canadienne du porc, la valeur du marché chinois s'élève à 4,7 millions de dollars et les consommateurs chinois (qu'ils parlent le mandarin ou le cantonais) recherchent une expérience sensorielle (goût, texture, tendreté et couleur) différente de celles des autres consommateurs canadiens<sup>45</sup>. De quelle façon pourriez-vous modifier vos produits actuels afin qu'ils puissent répondre aux besoins particuliers des segments du marché ethnique en Amérique du Nord ou à l'étranger?

#### Les aliments halal

Halal qualifie les aliments dont la consommation est permise par la loi islamique. Les directives concernant la production d'aliments halal sont nombreuses et s'appliquent à la viande, au poisson et aux fruits de mer, aux produits laitiers, aux céréales, aux graines oléagineuses, aux fruits, aux légumes,

aux boissons, aux compléments alimentaires et aux produits pharmaceutiques. Le monde compte 1,5 milliard de musulmans; il y aurait de neuf à dix millions de consommateurs de produits halal aux États-Unis et plus de 800 000 au Canada. On prévoit d'ailleurs que, d'ici 2011, il y aura plus de un million de consommateurs de produits halal au Canada et que 10 p. 100 de la population du Grand Toronto sera composée de consommateurs de produits halal.

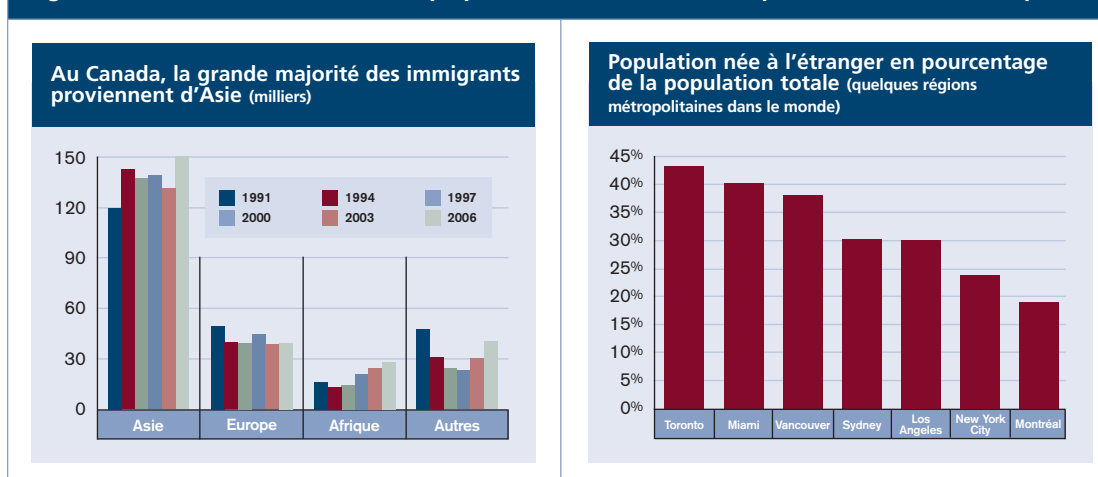
#### Les aliments casher

La certification casher est de plus en plus courante à diverses étapes de la chaîne de valeur des aliments. Les aliments casher respectent des règles diététiques juives strictes et précises. La production d'aliments casher ou l'étiquetage clair de ces aliments est une tendance croissante en Amérique du Nord et dans d'autres pays développés. La perception voulant que les aliments casher soient plus sécuritaires a alimenté cette tendance. Aux États-Unis, près des deux tiers des produits casher sont achetés par des consommateurs autres que juifs. De nombreux producteurs canadiens, petits et grands, affichent la certification casher sur leurs étiquettes, dans leur site Web et sur leur matériel publicitaire.

#### Les allergies alimentaires

Les consommateurs sont de plus en plus informés sur les allergies et les intolérances alimentaires et s'en préoccupent. Les répercussions des allergies alimentaires sont considérables : certains consommateurs recherchent des aliments personnalisés, alors que des écoles deviennent exemptes de noix et d'arachides. Dans le cadre du projet National Peanut Genomics du département de l'Agriculture des États-Unis, on effectue des recherches sur la génomique végétale afin d'atténuer les allergies aux arachides chez les consommateurs.

Figure 9 : Marchés nord-américains qui présentent des débouchés pour les aliments ethniques



Sources: Statistique Canada

**Saviez-vous que...**

Pomegranate est un supermarché casher situé à New York, semblable au magasin à grande surface Whole Foods Market. Sa devise « even BETTER » (encore MEILLEUR) reflète les normes élevées auxquelles est soumise la transformation des aliments. Des rabbins à temps plein supervisent les normes casher dans trois cuisines, dont l'une sert à la fabrication des produits laitiers, une autre à la préparation des viandes et la dernière à la préparation des aliments parèves (poisson, légumes, fruits et céréales).

**Des produits abordables**

Le revenu est le principal facteur de motivation de la consommation. Certains consommateurs sont prêts à payer une prime pour des aliments qui satisfont à leurs besoins ou à leurs préférences. Pour d'autres, le prix est le principal facteur dans leurs décisions d'achat. Les autres facteurs arrivent au second plan. Que devriez-vous savoir de plus au sujet de la sensibilité de vos clients aux prix?

**Que réserve l'avenir?**

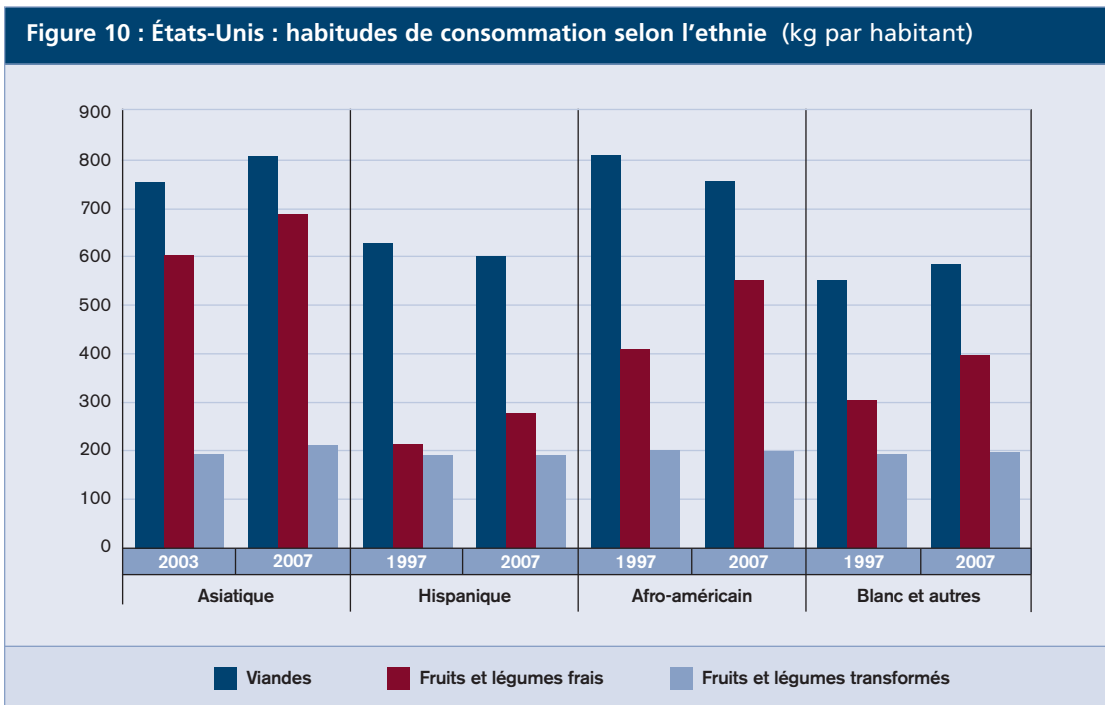
**La personnalisation de masse**

Par l'intermédiaire de son programme de carte de membre, le détaillant mondial Tesco offre des millions de produits,

tout légèrement différents les uns des autres. En recueillant des données sur les achats et en utilisant ces données pour influencer la conception des produits, Tesco jumelle la production de masse à la demande de personnalisation, ce qui lui permet de faire de la personnalisation de masse.

**Le codage génomique**

La nutrigenomique est la science qui étudie le lien entre les différences génétiques, les besoins nutritionnels individuels et les réactions aux éléments nutritifs. En 2000, soit au terme de dix ans de recherche, le projet Génome humain a présenté son rapport de recherche préliminaire qui permet aux scientifiques d'utiliser le profil d'ADN pour élaborer des régimes personnalisés. En Californie, l'entreprise Pacific BioSciences prétend pouvoir effectuer le séquençage du génome d'une personne en 30 minutes, et ce, pour moins de 1 000 \$. La nutrition personnalisée en fonction du génotype pourrait bien constituer l'avenir de l'alimentation<sup>16</sup>. Si oui, les systèmes alimentaires existants devront subir une importante réorganisation. Que pourriez-vous faire pour être prêt lorsque ce changement surviendra?



Source: Statistique Canada

## F. Je veux des aliments produits de façon sécuritaire et durable



Certains consommateurs exigent que les systèmes et les produits alimentaires soient écologiques et durables. La plupart veulent avoir la certitude que les aliments qu'ils consomment sont sécuritaires. Au moment où le monde recherche des solutions durables et établit des systèmes alimentaires plus sécuritaires, quelles possibilités pourriez-vous créer pour votre entreprise?

### Les tendances que nous surveillons

#### La salubrité des aliments

La mondialisation des approvisionnements alimentaires a repoussé les limites des systèmes d'assurance de la salubrité des aliments. Aucun système n'est parfait. La salubrité des aliments est nécessaire à toutes les étapes, y compris au moment de la préparation des aliments à la maison. Les

#### Saviez-vous que...

Le MAPAQ a créé une page Web d'information à propos des pratiques en matière de sécurité alimentaire à la maison. [www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Consommation/Qualitedesaliments/securitealiments/](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Consommation/Qualitedesaliments/securitealiments/)

technologies, telles que la mise en conserve, la congélation, la pasteurisation et le conditionnement sous vide, mises au point pour dissiper les inquiétudes en matière de salubrité des aliments, sont devenues monnaie courante. D'autres technologies, telles que l'irradiation et la modification génétique des aliments, peuvent mettre la confiance des consommateurs à l'épreuve. La demande croissante pour une salubrité des aliments accrue incite à effectuer des recherches plus poussées et à innover.



#### La traçabilité

Vous ne faites pas de vente au détail? Vous vous demandez de quelle façon les tendances de la consommation s'appliquent aux entreprises qui ne vendent pas directement aux consommateurs finals? Voici quelques éléments de réflexion. Comme la traçabilité fait de plus en plus partie intégrante des systèmes alimentaires, tous les acteurs des chaînes de valeur feront l'objet d'une attention accrue en matière de salubrité des aliments, de viabilité et autres tendances de la consommation. L'agence fédérale canadienne Can-Trace prône la traçabilité ascendante et descendante au sein des chaînes d'approvisionnement alimentaire. Que ferez-vous pour être fin prêt?

#### La durabilité

L'industrie alimentaire peut aider les consommateurs à avoir bonne conscience quant aux répercussions de leurs achats sur l'environnement. Au Royaume-Uni, on recourt au kilomètre-aliment pour mesurer l'empreinte écologique de l'industrie agricole et agroalimentaire. La brasserie japonaise Sapporo, quant à elle, est la première brasserie à mentionner son bilan carbone sur ses canettes. Les tendances observées dans l'Union européenne en matière d'environnement, de traitement sans cruauté et de production naturelle et biologique ont souvent une longueur d'avance sur le reste du monde. Lorsque vos chaînes de valeur se mettront à calculer les émissions de CO<sub>2</sub>, serez-vous prêt? Que pourriez-vous apprendre des systèmes alimentaires étrangers?

#### Qui sont les adeptes précoces ou les faiseurs de tendance?

Dole Organic est un chef de file de l'industrie en matière de traçabilité. Le programme « Planète Dole » permet aux consommateurs d'effectuer, à partir du code de produit, une visite virtuelle de la ferme où le fruit a été cultivé.

Au Royaume-Uni, le programme de la Carbon Trust mesure le carbone qu'a nécessité la fabrication d'un produit et l'inscrit sur l'étiquette de celui-ci. Le fabricant de jus Odwalla participe à la conservation des terres agricoles et garde 99 p. 100 de ses déchets de fruits et légumes hors des sites d'enfouissement. Récemment, le fabricant de crème glacée Häagen Dazs a démarré un programme de conservation de l'abeille domestique<sup>77</sup>.

Selon le magazine Food Safety & Quality et d'autres publications, la réaction des Aliments Maple Leaf à la suite de l'écllosion de listériose en 2008 est un modèle de confiance, de transparence et de responsabilité d'entreprise. Pour guider les décisions rapides, Les Aliments Maple Leaf a élaboré un code de comportement fondé sur deux valeurs d'entreprise : agir de façon professionnelle et oser la transparence.





Photo offerte par Flanagan Foodservice, Inc.

## Conclusions

Les systèmes alimentaires modernes ont progressé considérablement. Les innovations dans le domaine de la logistique et de la manutention des aliments ont accru notre

capacité de transporter des aliments frais partout dans le monde, alors que les percées scientifiques ont permis d'accroître le rendement des cultures. Notre connaissance croissante de la santé humaine et des propriétés nutritionnelles des aliments fait progresser la mise au point d'aliments et d'ingrédients fonctionnels. Les consommateurs des pays développés et en développement s'attendent à des aliments abondants et nutritifs et les récents progrès dans le domaine du conditionnement et de la nutriginomique fournissent des indices sur l'avenir de l'alimentation. De quelle façon pourriez-vous vous préparer à répondre aux besoins des consommateurs en cette nouvelle ère de la consommation alimentaire?

Surveiller les tendances de la consommation à long terme et connaître les demandes des consommateurs vous aideront à faire la distinction entre les tendances qui ont une valeur réelle et les engouements passagers. Vous savez ce que veulent les consommateurs aujourd'hui, mais savez-vous ce qu'ils voudront demain? Qu'ils recherchent un repas pratique et rapide ou des aliments produits de manière durable, le fait de connaître ce qui compte pour eux peut vous aider à satisfaire leurs besoins. La viabilité écologique et la santé sont deux facteurs qui motivent les achats des consommateurs. Qu'y a-t-il d'autre à l'horizon?

Pour assurer leur viabilité, les entreprises devront trouver des façons de satisfaire aux besoins des consommateurs et de l'environnement tout en demeurant rentables. Chercher à découvrir ce que veulent les consommateurs constitue un bon point de départ.

### Exemple de réussite - Sunworks Farm

En 1995, Ron et Sheila Hamilton ont commencé à élever des poulets biologiques pour leur consommation personnelle. Aux prises avec divers problèmes de santé, des allergies à la maladie cœliaque, le choix fut d'abord d'ordre personnel. À l'heure actuelle, Sunworks Farm est le plus important producteur de poulet biologique en Alberta, avec plus de 100 000 poulets à griller par année. Leur exploitation prend de l'expansion afin de pouvoir suffire à la demande. Selon Mme Hamilton, ils ont augmenté la production de 20 à 30 p. 100 par année sans modifier leurs façons de faire. Aujourd'hui, Sunworks Farm vend du poulet, du dindon, du canard, de l'oie, du porc, du bœuf et des œufs biologiques, provenant d'animaux qui ont été élevés en liberté, dans des marchés de producteurs à Edmonton et à Calgary ou encore directement à la ferme. Bien que l'entreprise ait pris de l'expansion, elle n'a pas oublié ses racines. Mme Hamilton dialogue régulièrement avec ses clients afin de découvrir ce qu'ils veulent et rencontre des groupes pour leur expliquer de quelle façon sa famille a recouvré la santé. Elle sait que les consommateurs veulent se procurer des aliments sains et de qualité et connaître leur provenance. Elle les convie d'ailleurs annuellement à une journée familiale qu'elle organise à la fête du Travail. Les invités apportent un mets d'accompagnement et Sunworks fournit la viande.

[www.sunworksfarm.com](http://www.sunworksfarm.com) (en anglais seulement)