

RTVQ

Regroupement des transformateurs de viandes du Québec

Table des matières

- Le PDMB, c'est quoi?
- Données de marché d'intérêt
- Statistiques
- Exemples de développement de produits
- Constats
- À propos du RTVQ

Mise en contexte

Le PDMB, un programme qui connecte transformateurs alimentaires et acheteurs

Journée Dindon – 12 décembre 2023



Les Éleveurs de volailles
du Québec

Le PDMB, c'est quoi?



Le Programme de développement des marchés bioalimentaires (PDMB) est une initiative du MAPAQ

Volet 1 - Initiatives collectives d'accès au milieu institutionnel

Volet 2 - Initiatives collectives de commercialisation

C'est un projet qui veut soutenir les efforts de commercialisation des PME alimentaires du Québec dans une dynamique B2B2C.

Le projet géré par le CTAQ incluait 4 étapes :

- **collecte de données (sondages)**
- **définition des stratégies**
- **déploiement des outils**
- **promotion et diffusion**

Saviez-vous que, depuis 1960...

...la consommation mondiale de viande a été multipliée par cinq, passant de 71 millions de tonnes à plus de 339 millions de tonnes (2021).

La consommation mondiale de viande devrait augmenter de 15 % d'ici 2031 (+ 16 % pour le poulet, + 17 % pour le porc, + 4 % pour le bœuf).

La consommation de viande est passée de 20 à 43 kilos par personne. En Chine, elle a été multipliée par 20!

Ces augmentations s'expliquent en partie par l'explosion d'une nouvelle classe moyenne, particulièrement en Inde et en Chine depuis les années 1990.

Source : Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) (2022).

REGROUPEMENT DES TRANSFORMATEURS DE VIANDES DU QUÉBEC

Données de marché d'intérêt



96 % des Québécois mangent de la viande

73 % des Québécois se considèrent omnivores

et 23 % flexitariens

(c-à-d qui mangent principalement des aliments d'origine végétale, et occasionnellement de la viande, du poisson, des fruits de mer, etc.)

Achat local

80 % des Québécois considèrent important ou très important d'acheter des viandes, charcuteries et volailles d'ici

Top 3 motivations : l'économie locale, la qualité (ingrédients, fraîcheur et fabrication) et l'environnement

60 % perçoivent les aliments locaux en général comme étant plus frais que ceux d'ailleurs, et 51 % ont une meilleure perception quant à leur empreinte environnementale

Intérêt pour le prêt-à-manger

42 % des Québécois consomment au moins une fois par semaine un repas prêt à manger (c-à-d qui nécessite seulement de le réchauffer)

Motivation #1

La motivation #1 pour acheter des mets prêts à manger est son côté pratique (permet de sauver du temps et de se simplifier la vie).

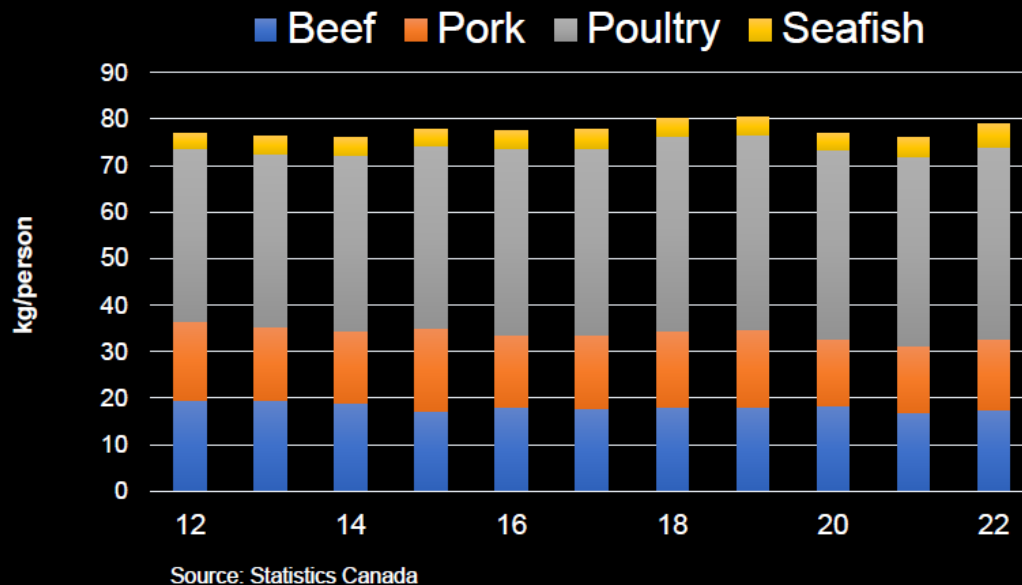
Source : Sondage Léger. (30 mai 2022). Rapport d'études de marché dans le cadre du programme de développement des marchés bioalimentaires présenté au RTVQ.

Saviez-vous que...

...les consommateurs, lors des achats en épicerie, prennent leurs décisions d'achats
en fonction de la protéine!

Statistiques - Consommateurs

Animal Protein Consumption in Canada 2012 - 2022



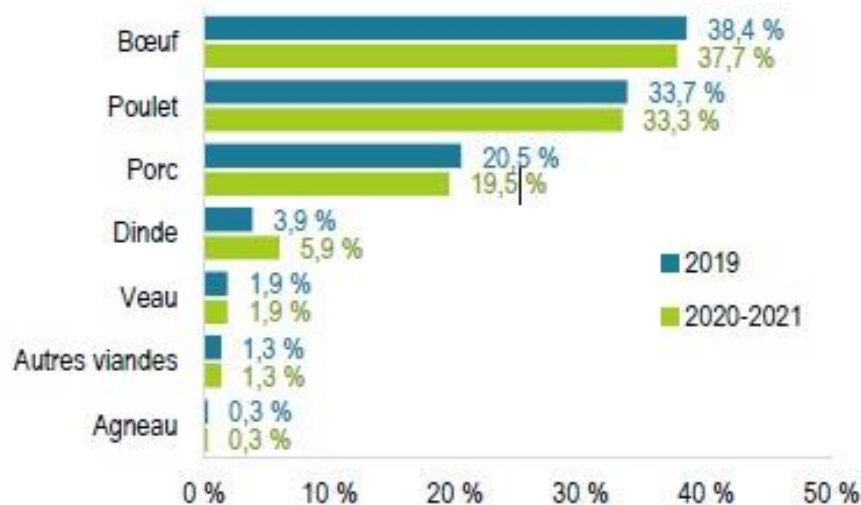
	2012	2022	+/- %
Beef	19.62	17.49	-10.8%
Pork	16.97	15.33	-9.6%
Poultry	37.07	41.26	+11%
Seafish	3.14	4.82	+53.5%
Total	76.8	78.9	+2.7%

CanFax is forecasting a "best case" decrease in per capita consumption of beef in Canada at -3% with potential of -6% based on population growth in 2023.

Source : Statistique Canada

Statistiques - Consommateurs

Figure 1. Parts de ventes des viandes au comptoir des viandes fraîches et surgelées (non transformées) à l'épicerie en 2019 et la moyenne des ventes en 2020-2021 (selon les volumes)



« Autres viandes » regroupe les viandes de spécialité (ex. : canard) et les combinaisons de viande.

Source : NielsenIQ, compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

Tableau 2. Préférences des Québécois en matière de coupes de viande de dinde et de veau au comptoir des viandes à l'épicerie, selon les ventes en 2019 et la moyenne des ventes en 2020-2021 (parts de ventes selon les volumes)

Viandes	Coupes	Parts 2019	Parts 2020-2021	Évolution des prix 2019 à 2020-2021
Dinde		100,0 %	100,0 %	
	Entière	74,5 %	84,5 %	↓
	Poitrines	10,8 %	7,7 %	↑
	Pilons et cuisses	1,4 %	0,8 %	↑
	Autres	13,3 %	7,0 %	↑
Veau		100,0 %	100,0 %	
	Haché	55,7 %	52,2 %	↑
	Côtelettes	16,4 %	20,6 %	↓
	Rôti	4,7 %	3,9 %	↑
	Autres	23,3 %	23,3 %	↑

Note : Les données pour les coupes de viande d'agneau n'étaient pas disponibles au moment de rédiger ce numéro de BioClips.

Source : NielsenIQ, compilation du MAPAQ.

Source : NielsenIQ et MAPAQ

Statistiques – Évolution des prix

Tableau 1. Prix de vente au détail des principales viandes offertes en épicerie au Québec en 2019, en 2020 et en 2021 (en \$/kg)

	2019	2020	2021	Moyenne 2020-2021	Variation de 2019 à 2020-2021
Bœuf	12,68 \$	13,48 \$	13,80 \$	13,64 \$	7,5 %
Porc	7,89 \$	8,36 \$	8,84 \$	8,60 \$	9,0 %
Poulet	8,58 \$	8,74 \$	9,22 \$	8,98 \$	4,7 %
Dinde	5,83 \$	5,53 \$	4,01 \$	4,77 \$	-18,2 %
Veau	13,54 \$	13,64 \$	14,39 \$	14,02 \$	3,5 %
Agneau	22,41 \$	23,18 \$	25,27 \$	24,22 \$	8,1 %

Source : NielsenIQ; compilation du MAPAQ.

Attention: années de pandémie!

Source : NielsenIQ et MAPAQ

Développement de produits #1

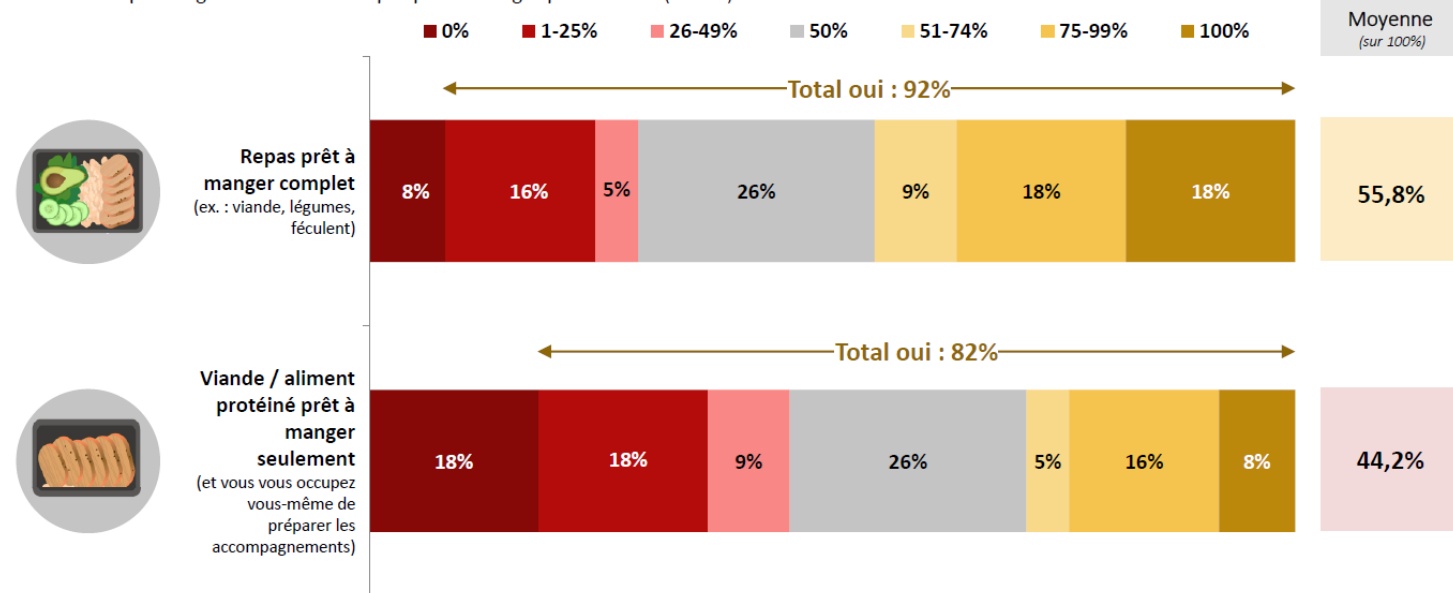
PROPORTION PRÊT À MANGER COMPLET VS PROTÉINE SEULEMENT

Leger

Q2_RTV. Vous dites manger, en moyenne, au moins un repas prêt à manger par semaine. En général, quelle proportion de ces achats consistent à un mets prêt à manger combinant l'ensemble complet du repas (ex. : viande, légumes, féculent) vs un mets contenant seulement la viande ou la protéine prête à manger (et vous vous occupez vous-même de préparer les accompagnements) ?

Veillez répartir vos achats entre les deux types de mets prêts à manger. Le total de vos réponses doit donner 100%.

Base : Ceux qui mangent au moins un repas prêt à manger par semaine (n=438)



La majorité des Québécois privilégient les **solutions complètes**, soit celles qui contiennent la protéine et les accompagnements, et les formats pour deux personnes.

92% de leurs achats consistent à un **mets prêts à manger complet** (ex.: viande, légumes, féculent)

82% de leurs achats consistent à un **mets contenant seulement de la viande ou la protéine prête à manger** (et ils s'occupent eux-mêmes de préparer les accompagnements)

Source : Sondage Léger. (30 mai 2022). Rapport d'études de marché dans le cadre du programme de développement des marchés bioalimentaires présenté au RTVQ.

REGROUPEMENT DES TRANSFORMATEURS DE VIANDES DU QUÉBEC

Développement de produits #2

Frozen Food Category Sales Leaders



	Dollar	Unit
Frozen Fruits & Vegetables	13.9%	-4.9%
Frozen Processed Meat	7.0%	3.5%
Frozen Baked Goods	6.7%	-3.0%



Source: Circana Integrated Fresh, 52 Weeks ending 11-19-23, Total US MULO

The Food Institute
FOODINSTITUTE.COM

Source : The Food Institute

REGROUPEMENT DES TRANSFORMATEURS DE VIANDES DU QUÉBEC

Axes stratégiques correspondant à des opportunités d'innovation et de communication

Décomplexer la viande

Stratégie assumée pour faire face à la concurrence

Cuisine réconfort

La corde sensible!

Multiculturalisme

Développer de nouveaux produits

Constats

L'offre de viande transformée au Québec permet de rejoindre et de plaire à tout le monde, à n'importe quel moment.

- De très simple à très *fancy*
- Recettes de tous les jours ou pour des occasions spéciales
- Grande variété de viandes (bœuf, porc, poulet, dindon, agneau, bison, canard, ...)

Multiculturalisme

L'offre de viande transformée au Québec nous fait voyager! Elle est aussi le reflet, comme aucune autre catégorie alimentaire, de la diversité culturelle du Québec.

Praticité

Un des freins à la consommation de viande en général est le manque de temps et d'aisance pour la cuisiner. Les transformateurs de viande l'ont compris depuis longtemps, si bien qu'une part significative de l'offre de viande dans nos épiceries est déjà cuite et prête à manger.

Expérience

La restauration s'invite de plus en plus dans les épiceries! L'offre de mets de viande cuisinée sous-vide et des recettes dignes d'un chef se multiplie, à un prix généralement moindre que si on mangeait le même plat au resto.

Source : Sondage Léger. (30 mai 2022). Rapport d'études de marché dans le cadre du programme de développement des marchés bioalimentaires présenté au RTVQ.

Constats

- Nous sommes dans une période (très!) stressante au niveau économique
- Les consommateurs doivent faire des choix
- Le consommateur est sensible à la praticité et à l'abordabilité
- Le PDMB, c'est rester connecté au consommateur grâce au meilleur ambassadeur de vos viandes: le comptoir des viandes et le boucher!

À PROPOS DU RTVQ

REGROUPEMENT DES TRANSFORMATEURS DE VIANDES DU QUÉBEC

Qui sommes-nous?

Le RTVQ : Le bien-être animal et la salubrité alimentaire comme priorités

Regroupant une quarantaine de transformateurs alimentaires du secteur des viandes (première, deuxième et troisième transformation), le Regroupement des transformateurs de viandes du Québec (RTVQ), chapeauté par le Conseil de la transformation alimentaire du Québec (CTAQ), s'est donné comme mandat d'analyser les enjeux réglementaires, présents et futurs, afin d'assurer une production alimentaire respectueuse de son environnement.

Nous contacter

Pour plus d'information, veuillez contacter Christian Bazinet, secrétaire général du RTVQ :
christianbazinet@conseiltaq.com

Tel : 450.349.1521, poste 214

Cell : 819.469.8294