

# L'ÉCONOMISTE LAITIER

APERÇU TRIMESTRIEL  
DES PLC SUR LE COMMERCE  
ET LES MARCHÉS

2022  
3<sup>E</sup> TRIMESTRE



MD/©

**Dans cette lettre d'information, la cinquième édition de *L'Économiste laitier*, nous examinons l'évolution des ventes de produits laitiers alors que la pandémie de Covid-19 continue d'affecter les habitudes de consommation. Bien que la production de fromage ait quelque peu diminué, les données sur la production globale sont restées relativement stables. Nous examinons également les effets des accords commerciaux (AECG, ACEUM et PTPGP) sur le fromage, le beurre et le lait, pour lesquels les volumes restent stables, malgré quelques différences dans les taux de couverture comparativement à l'année dernière.**

## p3

**TENDANCES DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS AU CANADA**

## p7

**COMMERCE : DES CONFLITS PERPÉTUELS CRÉENT UNE PRESSION CONSTANTE**

## p8

**LES IMPORTATIONS DE FROMAGE AUGMENTENT DANS LE CADRE DE L'AECG ET DE L'ACCORD DE PTPGP**

## p9

**BEURRE : LES IMPORTATIONS RÉCLAMENT UNE PART PLUS IMPORTANTE D'UN « GÂTEAU EN PLEINE EXPANSION »**

## p10

**LES IMPORTATIONS DE LAIT DE CONSOMMATION AUGMENTENT DANS LE CADRE DE L'ACEUM**

## p11

**CRÈME : LES IMPORTATIONS DIMINUENT DANS LE CADRE DE L'ACCORD DE PTPGP**

# Tendances de la consommation de produits laitiers au Canada

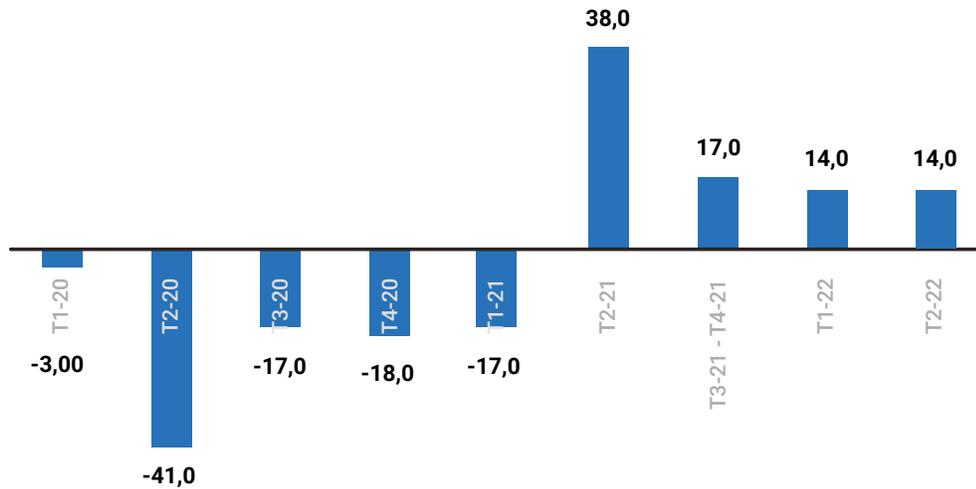


Les habitudes de consommation sur le marché intérieur sont très importantes pour les producteurs laitiers car, dans le cadre de la gestion de l'offre, la demande est utilisée pour orienter les niveaux de production. Alors que le secteur de la restauration a subi l'impact négatif de l'arrêt brutal de l'économie au début de la pandémie, l'activité de détail a progressé dans presque toutes les catégories de produits laitiers en raison de la tendance à la consommation à domicile.

Cependant, depuis le deuxième trimestre de 2021, alors que les restrictions dues au confinement s'atténaient et que les restaurants rouvraient leurs portes, la plupart des catégories de produits laitiers au détail ont connu une tendance à la baisse, les consommateurs dépendant moins exclusivement des repas préparés à la maison. À l'inverse, les données montrent un rebond des ventes dans le secteur de la restauration, avec une croissance à deux chiffres dans les hôtels, les restaurants et les services alimentaires en établissement.

Pour ce qui est du fromage, par exemple, on observe un renversement notable de la croissance des ventes dans les hôtels, les restaurants et les services alimentaires en établissement depuis le 2<sup>e</sup> trimestre 2021 (Fig. 1), tandis qu'au niveau du commerce de détail, on constate une baisse de la consommation au cours de la même période (Fig. 2). Ce changement dans les tendances de consommation correspond à l'effet inverse de ce qui a été observé au début de la pandémie.

**(Figure 1) Fromage naturel fabriqué à partir du lait de vache : variation en pourcentage des ventes en kilogrammes pour les hôtels, les restaurants et les services alimentaires en établissement**



Source : Direct Link

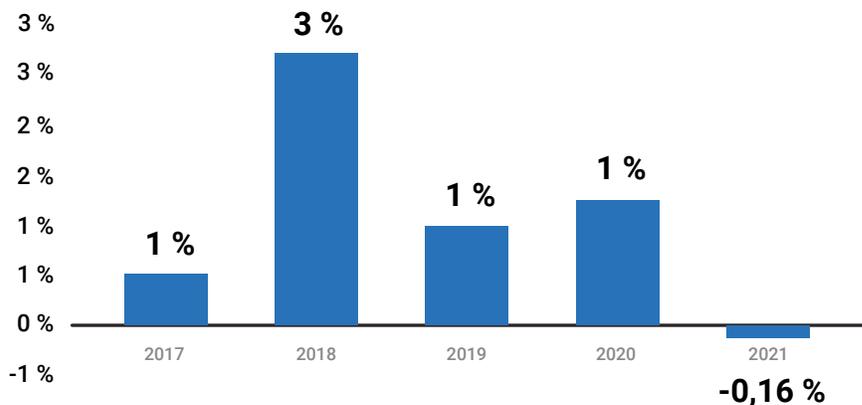
**(Figure 2) Fromage - Variation nationale en pourcentage du volume des ventes au détail (kg)**



Source : Nielsen

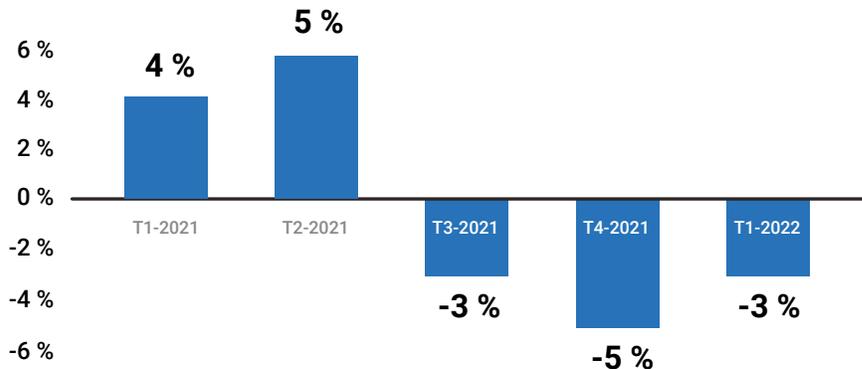
En 2020, la production de fromage a augmenté de 1 % au Canada, comparé à 2019 (Fig. 3). Cela illustre que la pandémie a été profitable pour le marché du fromage en matière de production et de consommation. En 2021, la croissance a ralenti au cours du second semestre (Fig. 4), bien que la production de fromage à travers le pays soit restée relativement stable dans l'ensemble.

**(Figure 3) Évolution de la production de fromage au Canada (annuelle)**



Source : Statistique Canada

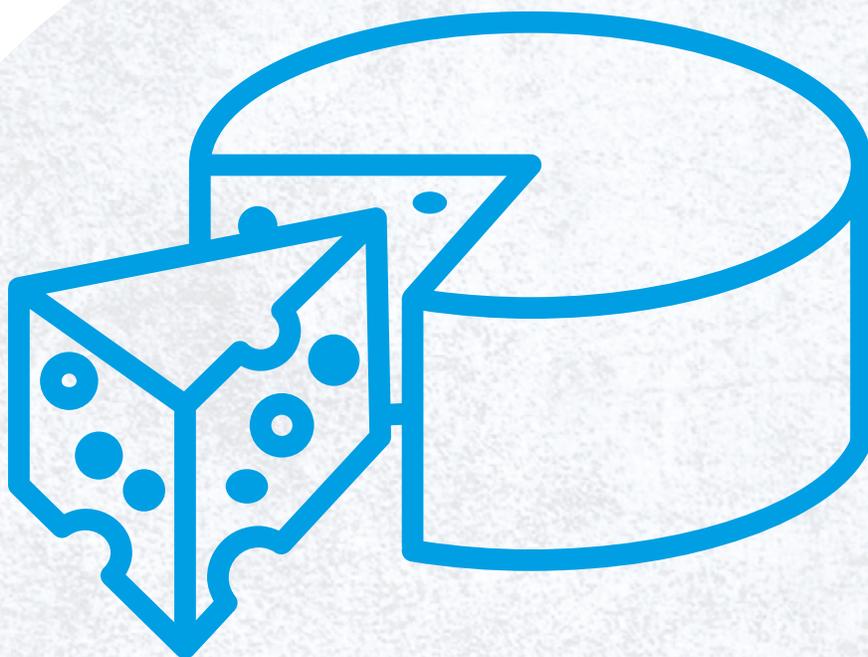
**(Figure 4) Évolution de la production de fromage au Canada en 2021 (trimestrielle)**



Source : Statistique Canada

Pour ce qui est du secteur des services alimentaires, la croissance est revenue, mais du côté du détail, la baisse de la demande de produits laitiers est préoccupante car elle est supérieure à l'augmentation des services alimentaires, et le niveau de production n'a pas encore retrouvé ses niveaux d'avant la pandémie. Même avec une croissance en 2021, la production reste inférieure aux niveaux de 2019. De plus, les données de Direct Link sur les services alimentaires montrent que les ventes de fromage du premier trimestre 2022 au niveau des services alimentaires sont encore inférieures de 8 % comparativement à la même période en 2019.

Selon une étude récente de Mintel sur la consommation de fromage au Canada, les quatre principaux facteurs qui influencent les consommateurs lors de l'achat de fromage sont le prix, la saveur, le format et le fait que le produit soit fabriqué au Canada. Ces considérations présentent des possibilités de croissance pour la consommation de fromage sur le marché national, car, bien que les tendances inflationnistes affectent tous les secteurs alimentaires, on s'attend à ce que de nombreux consommateurs modifient leurs habitudes d'achat dans ces conditions. Également, de nouveaux formats pourraient stimuler la croissance de la catégorie des fromages. Par exemple, l'étude de Mintel indique que la moitié des consommateurs sont prêts à payer le prix fort pour du fromage présenté en format pratique. Dans l'ensemble, l'enquête confirme à nouveau que les consommateurs canadiens ont une préférence marquée pour les fromages locaux et souhaitent en voir davantage dans les épiceries. Selon cette étude, 84 % des consommateurs de fromage souhaitent qu'une plus grande gamme de fromages provenant de producteurs canadiens soit disponible dans les épiceries - pour la Vache bleue, c'est une occasion rêvée de continuer à se développer et à exceller.





# Commerce

Les producteurs laitiers et les acteurs du secteur continuent de subir une pression croissante en raison des différends commerciaux actuels avec les États-Unis et la Nouvelle-Zélande concernant les importations. Dans cette édition de *L'Économiste laitier*, nous examinerons les taux de couverture dans le cadre des accords de commerce extérieur du Canada, à savoir l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne, l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) et l'Accord de partenariat transpacifique global et progressif (PTPGP), à mi-parcours de 2022. Toutes les données utilisées dans cette analyse proviennent d'Affaires mondiales Canada.



## Quelques éléments à noter

---

### Année civile et année laitière :

Dans cette publication, nous faisons référence à la fois à « l'année civile », qui va du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre, et à « l'année laitière », qui va du 1<sup>er</sup> août au 31 juillet. Certains produits et accords commerciaux suivent l'année civile et d'autres, l'année laitière.

### Contingents tarifaires :

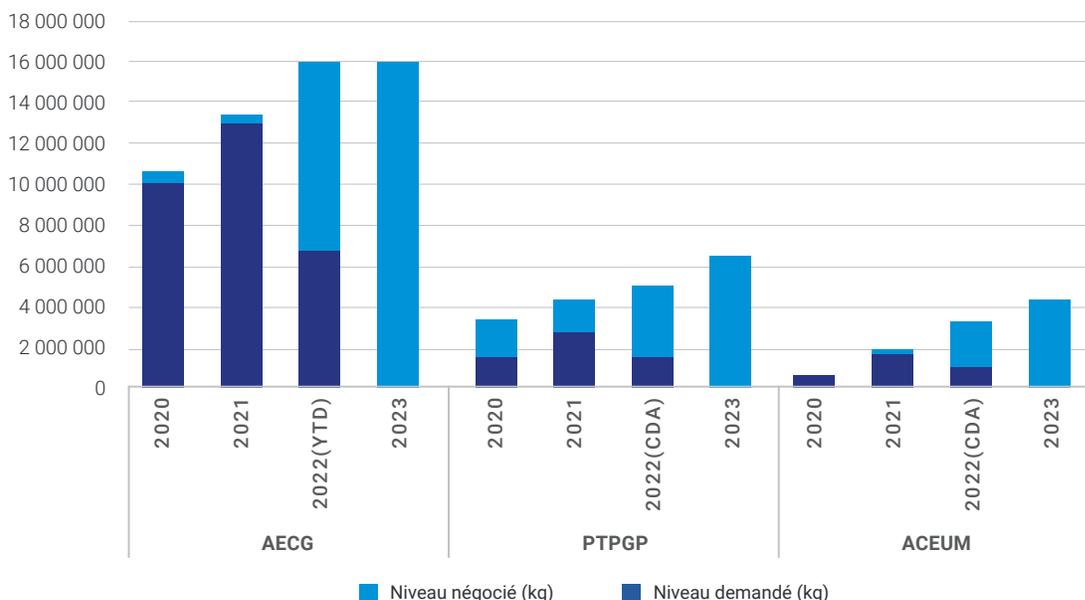
Les importations canadiennes de produits laitiers sont gérées à l'aide de contingents tarifaires (CT). Ceux-ci permettent d'importer une quantité prédéterminée de produits laitiers à des taux tarifaires préférentiels. Une façon d'évaluer l'impact des accords commerciaux internationaux est d'examiner les taux de couverture des contingents tarifaires. Un taux de couverture plus élevé indique un volume d'importations plus important que ce qui a été convenu dans l'accord commercial.

# Les importations de fromage augmentent dans le cadre de l'AECG et de l'Accord de PTPGP, mais ralentissent dans le cadre de l'ACEUM

Historiquement, les taux de couverture des fromages dans le cadre de l'AECG, de l'Accord de PTPGP et de l'ACEUM ont été très élevés. Les importations réalisées dans le cadre de l'AECG et de l'Accord de PTPGP sont en passe de dépasser les volumes de 2021, poursuivant ainsi une tendance à la croissance. En date du 31 juillet, le Canada a reçu 6 888 tonnes de fromage importé (taux de couverture de 43 %) dans le cadre de l'AECG, comparativement à 6 174 tonnes pour la même période l'an dernier. Dans le cadre de l'Accord de PTPGP, le Canada a reçu 1 776 tonnes de fromage importé (taux de couverture de 32,7 %), jusqu'à présent pour cette année civile. Ce chiffre est en passe de dépasser les niveaux de 2021, qui ont atteint 2 795 tonnes (taux de couverture de 64,3 %).

Toutefois, les volumes d'importation dans le cadre de l'ACEUM ont légèrement ralenti en 2022 par rapport à l'année précédente. À la même époque l'an dernier, le Canada avait reçu 1 035 tonnes de fromage importé en vertu de l'ACEUM (taux de couverture de 49,7 %), mais jusqu'à présent cette année, le Canada n'a reçu que 868 tonnes d'importations de fromage (taux de couverture de 27,8 %).

(Figure 5) Volume des importations selon chaque accord - Fromage

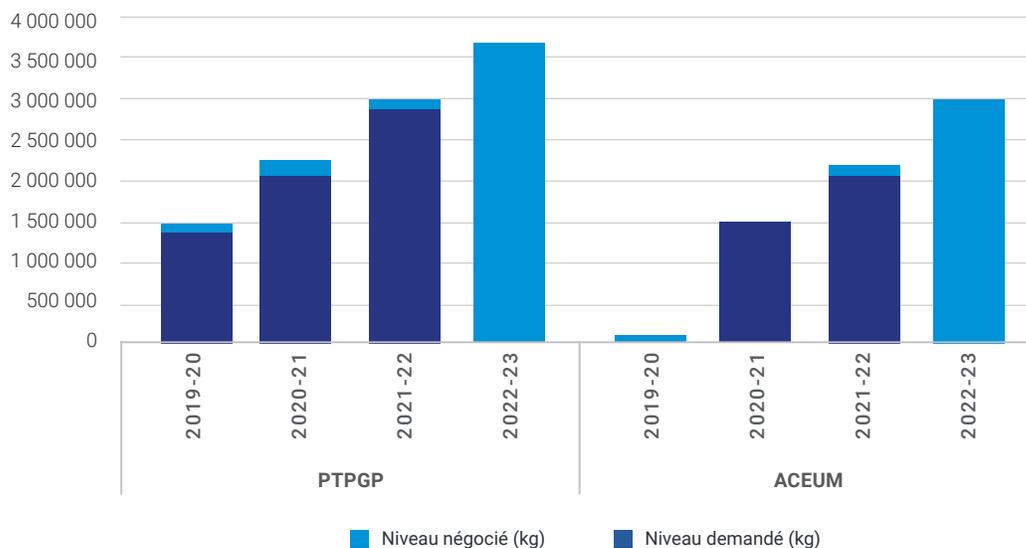


# Beurre

## Les importations réclament une part plus importante d'un « gâteau en pleine expansion »

Historiquement, les niveaux d'importation et les taux de couverture concernant le beurre ont été importants et pourtant, le volume des importations de beurre continue d'augmenter sur douze mois. Dans le cadre de l'Accord de PTPGP, le taux de couverture est passé à 95 % par rapport à la même période il y a un an, où il était de 91,5 %. Le volume réel de beurre importé a également augmenté, passant de 2 059 tonnes pour la campagne laitière 2020-21 à 2 849 tonnes pour la campagne laitière 2021-22. Dans le cadre de l'ACEUM, le volume de beurre importé a augmenté depuis le début de l'année par rapport à la même période l'an dernier (2 090 tonnes cette année comparativement à 1 487 tonnes l'an dernier), même si le taux de couverture a diminué de 99,1 % à 92,9 %. Cela peut être attribué à un changement du niveau négocié d'une année à l'autre.

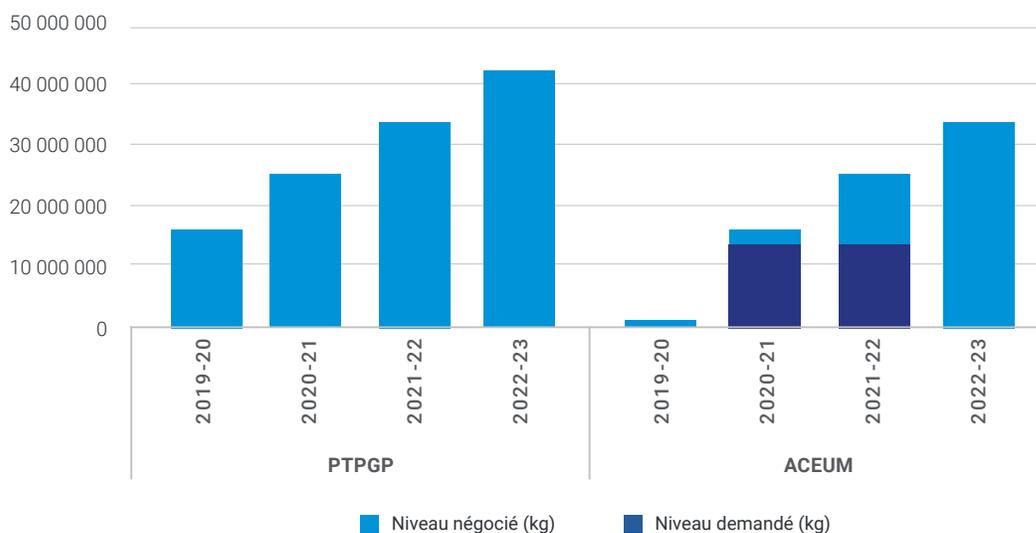
**(Figure 6) Volume des importations selon chaque accord – Beurre**  
Année laitière – du 1<sup>er</sup> août au 31 juillet



# Les importations de lait de consommation augmentent dans le cadre de l'ACEUM

Au cours des trois dernières années, le Canada n'a reçu aucune importation de lait de consommation dans le cadre de l'Accord de PTPGP. La logistique et le coût du transport du lait de consommation sur une si longue distance constitueraient un obstacle majeur à l'augmentation des volumes. Cependant, les importations canadiennes de lait dans le cadre de l'ACEUM continuent d'augmenter avec un volume de 14 055 tonnes pour l'année laitière 2021-22, par rapport au volume de 13 720 tonnes de l'année dernière. Comme pour le beurre, la baisse du taux de couverture de 82,3 % à 56,2 % malgré une augmentation des volumes d'importation peut être attribuée à une hausse du plafond (le volume négocié).

**(Figure 7) Volume des importations selon chaque accord – Lait**  
**Année laitière – du 1<sup>er</sup> août au 31 juillet**

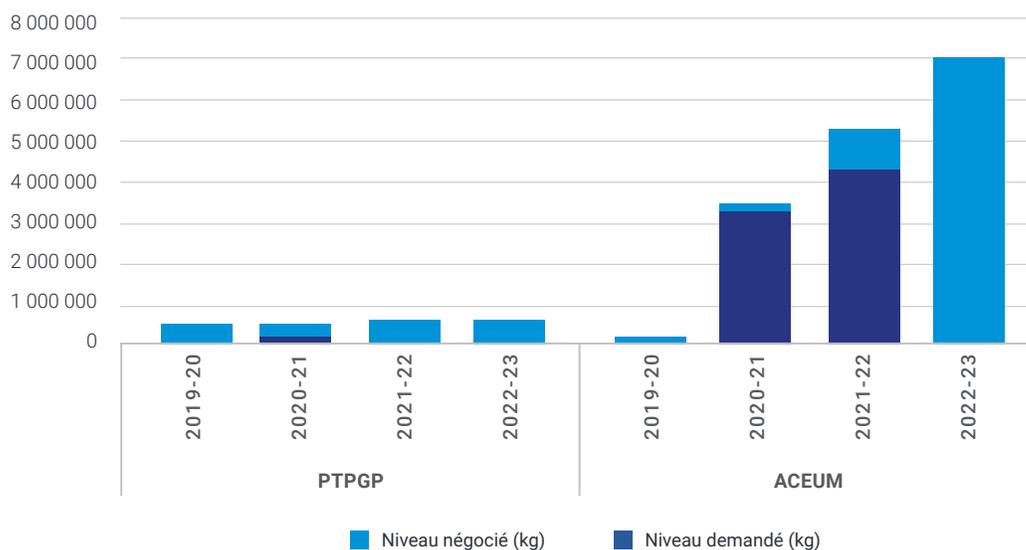


# Crème

## Les importations diminuent dans le cadre de l'Accord de PTPGP mais augmentent dans le cadre de l'ACEUM

Au cours de la campagne laitière 2020-21, le Canada a reçu 121 tonnes de crème (taux de couverture de 22,9 %) dans le cadre de l'Accord de PTPGP. Cette année, il n'y a pas eu d'importations de crème dans le cadre de l'Accord de PTPGP. En vertu de l'ACEUM, les importations de crème ont augmenté de 50 % au cours de la campagne laitière 2021-22 par rapport à la campagne laitière précédente. En 2020-21, le taux de couverture était de 96,8 %. Cette année, le taux de couverture n'est que de 79,8 %, mais la quantité de crème importée est passée de 3 388 tonnes à 4 190 tonnes. Bien que les taux de couverture des CT de crème soient plus faibles pour cette année laitière, en matière de quantité, un plus grand volume de crème est entré au Canada et a un impact sur notre marché intérieur.

(Figure 8) Volume des importations selon chaque accord – Crème  
Année laitière – du 1<sup>er</sup> août au 31 juillet



## À l'avenir

Si vous avez des suggestions de sujets pour l'Économiste laitier nous vous invitons à les envoyer à [communications@dfc-plc.ca](mailto:communications@dfc-plc.ca).

