

LES PRODUCTEURS
LAITIERS DU CANADA

PRINTEMPS
2026

L'ÉCONOMISTE LAITIER



MD



Bienvenue à la dernière édition de l'Économiste laitier des Producteurs laitiers du Canada, qui nous permet de jeter un coup d'œil sur ce qui se passe dans le marché et de donner un aperçu de ce à quoi il faut s'attendre dans les mois à venir. Notre objectif ? Vous aider à suivre l'évolution du marché des produits laitiers.

Dans cette édition du premier trimestre 2026, nous faisons le point sur les prix mondiaux des produits laitiers, passons en revue les récentes évolutions commerciales et examinons les tendances du marché pour l'ensemble de l'année 2025. Nous étudions également le rôle croissant des protéines dans l'évolution de la demande, analysons les tendances de consommation sur le marché canadien et concluons par un résumé des perspectives de la Fédération internationale du lait (FIL) pour la période 2023-2028.

TABLE DES MATIÈRES

**MISE À JOUR SUR LES PRIX MONDIAUX
DES PRODUITS LAITIERS** 03

COMMERCE 05

ZOOM SUR LES PROTÉINES 09

**TENDANCES DE CONSOMMATION
SUR LE MARCHÉ CANADIEN** 10

PERSPECTIVES DE LA FIL 14



MISE À JOUR SUR LES PRIX MONDIAUX DES PRODUITS LAITIERS

REPRISE DES PRIX MONDIAUX DU LAIT APRÈS UNE PRESSION À LA BAISSÉ À LA FIN DE 2025

L'indicateur du prix mondial du lait du Réseau international de recherche sur les aspects économiques de la production laitière (IFCN) sert de référence permettant de suivre les tendances du marché mondial des produits laitiers. Il correspond au prix théorique qu'un transformateur pourrait payer aux producteurs si les produits laitiers étaient vendus sur le marché mondial au comptant¹, en supposant des coûts de production standardisés.

L'indicateur du prix mondial du lait de l'IFCN a montré que les prix mondiaux du lait ont augmenté régulièrement jusqu'au début de l'année 2025, passant de 68,21 \$ CA par 100 kg de solides du lait corrigé (SLC)² en janvier à 73,87 \$ CA par 100 kg de SLC en mai. Les prix se sont ensuite adoucis au cours du second semestre de l'année, à mesure que la production reprenait et que l'offre mondiale augmentait, tombant à 59,93 \$ CA par 100 kg de SLC en janvier 2026, soit une baisse de 18,9 % par rapport à mai.

L'évolution des prix à l'échelle régionale permet d'expliquer les fluctuations de l'indicateur mondial des prix du lait de l'IFCN. Les prix du beurre demeurent les plus élevés en Océanie, suivis par l'UE et les États-Unis, tandis que ceux du lait écrémé en poudre (LEP) sont les plus élevés aux États-Unis. Le secteur laitier de l'UE reste confronté à des réglementations environnementales et à des marges serrées, qui freinent la croissance de la production : les prévisions pour 2026 indiquent en effet une légère baisse des livraisons de lait et des effectifs de troupeaux (European Dairy Association, 2025). Aux États-Unis, après une forte baisse à la fin de 2025, les marchés ont commencé à se redresser au début de 2026, soutenus par une demande intérieure et à l'exportation stable. L'augmentation des achats de beurre et de lait en poudre en prévision du Festival du printemps chinois a également soutenu la demande au début de l'année 2026, tandis que les données sur le stockage

frigorifique indiquent que les stocks demeurent relativement limités malgré une production croissante de matière grasse du lait (IFCN, 2026; Daily Dairy Report, 2026)³. En Nouvelle-Zélande, la production laitière devrait connaître une légère baisse en 2026, en raison de la diminution du nombre de vaches et d'un phénomène El Niño naissant qui pourrait entraîner des conditions plus chaudes et plus sèches en fin d'année (IFCN, 2026). Dans l'ensemble, les marchés restent sous la pression d'une offre excédentaire, mais les contrats à terme pour 2026 ont connu une hausse, soutenus par une forte demande saisonnière.

Les prix des solides non gras (SNG) de classe 4A, qui suivent généralement les tendances des marchés mondiaux du lait écrémé en poudre (LEP), ont baissé tout au long du second semestre de 2025, atteignant un plancher de 2,59 \$ CA/kg en décembre 2025 (Figure 2). La moyenne sur 12 mois pour la période se terminant en janvier 2026 s'est établie à 2,82 \$ CA/kg. Les contrats à terme laissent entrevoir une hausse des prix, ceux-ci devant atteindre environ 3,43 \$ CA/kg en mai 2026. Ces projections sont dérivées des contrats à terme américains sur la poudre de lait écrémé convertis en équivalents canadiens de classe 4A, et les fluctuations réelles dépendront des tendances mondiales du LEP, des fluctuations monétaires et des coûts de transport.

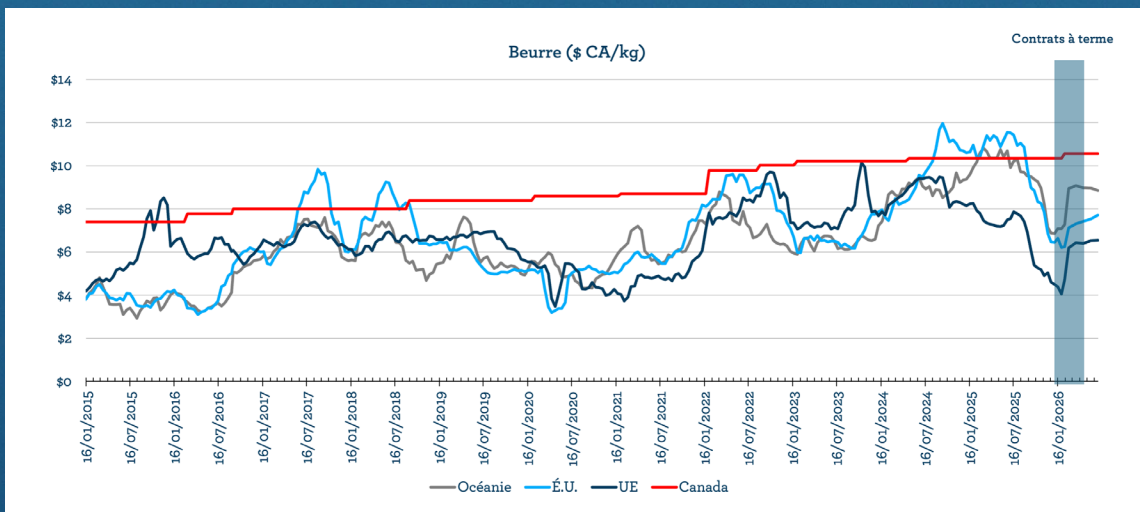


¹ Le marché au comptant mondial est le marché mondial sur lequel les matières premières sont vendues en vue d'une livraison immédiate aux prix courants du marché.

² L'indice du prix mondial du lait de l'IFCN est une moyenne pondérée de trois composants : LEP et beurre (32 %), fromage et lactosérum (51 %) et PLE (17 %), les pondérations étant ajustées trimestriellement sur la base des parts du commerce mondial de ces produits. Il ne tient pas compte de la marge des transformateurs.

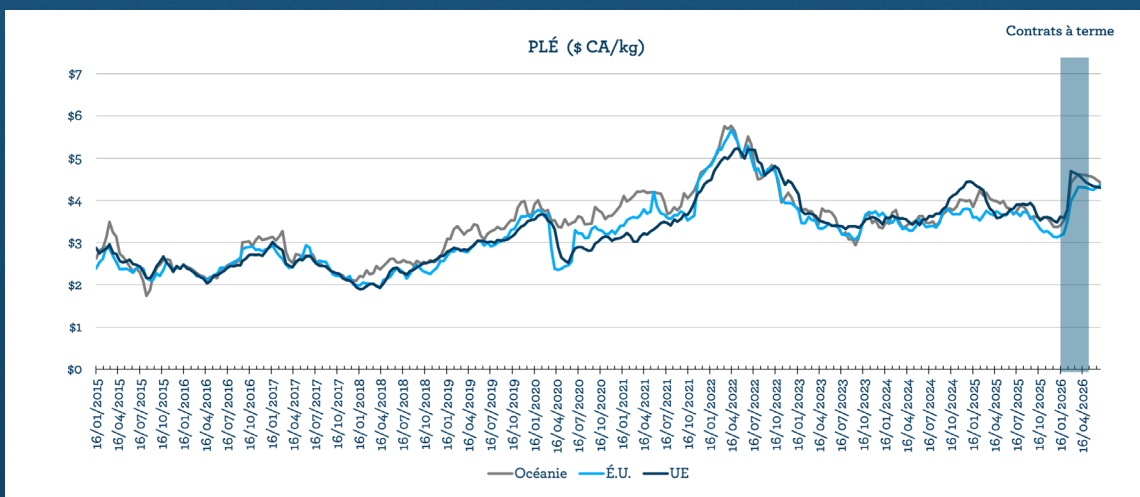
³ Daily Dairy Report: Vol. 14, No. 212 / 24 février 2026

FIGURES IA ET IB : ÉVOLUTION DES PRIX MONDIAUX DU BEURRE ET DU LAIT ÉCRÉMÉ EN POUDRE (LEP)



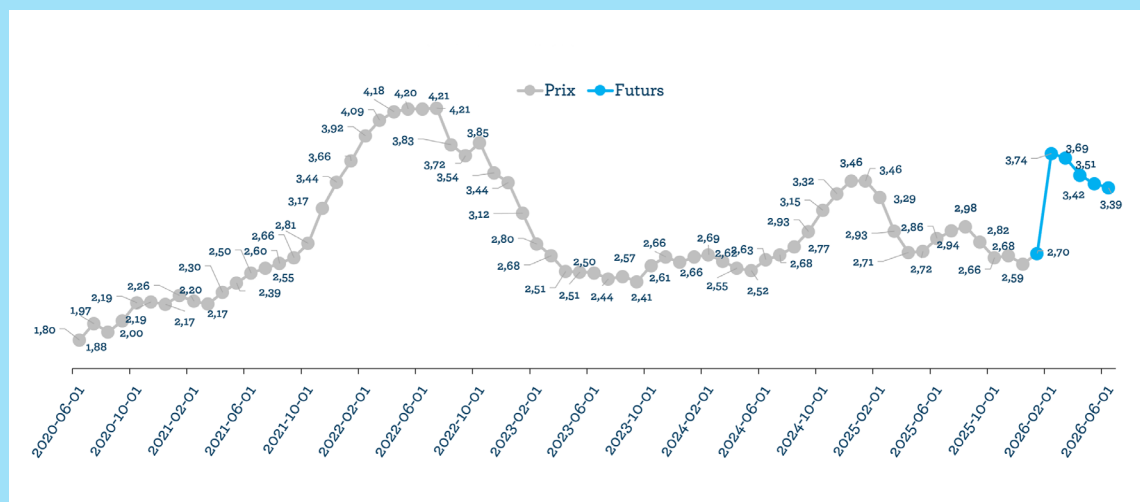
Sources : l'USDA, le CME, le NZX, la EEX et les calculs effectués par les PLC au 24 février 2026.

Note : Le prix de soutien du beurre indiqué pour le Canada est un prix de référence théorique et ne doit pas être interprété comme le prix réel du marché du beurre.



Sources : l'USDA, le CME, le NZX, la EEX et les calculs effectués par les PLC au 24 février 2026.

FIGURE 2 : PRIX DES SNG DE LA CLASSE 4A



Sources : CCL (prix), CME (contrats à terme) et les calculs effectués par les PLC en date du 24 février 2026

Note : Les données relatives aux contrats à terme sont basées sur les prix des contrats à terme réglés le jour de bourse précédent.

COMMERCE

Dans cette section, sont examinés les contingents tarifaires (CT) et les taux de remplissage prévus dans les accords de commerce international du Canada jusqu'en décembre 2025. Les CT permettent d'importer une quantité prédéterminée pour chaque produit laitier. Les données utilisées dans cette analyse proviennent d'Affaires mondiales Canada (AMC) et du Centre canadien d'information laitière (CCIL).

FROMAGE

Depuis 2022, les niveaux des contingents tarifaires pour le fromage prévus par l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne ont été fixés à 17 700 tonnes. Les CT prévus par l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) ont augmenté de 1 %, passant de 14 645 tonnes en 2024 à 14 791 tonnes en 2025. Une nouvelle augmentation de 1 %, portant le total à 14 940 tonnes, est prévue en 2026. Dans le cadre de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACÉUM), les niveaux des contingents tarifaires pour le fromage ont augmenté de 20 %, passant de 10 416 tonnes en 2024 à 12 500 tonnes en 2025, la croissance ralentissant à 1 % en 2026.

Les importations totales de fromage dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont atteint un taux de remplissage de 99 % en 2025, en légère hausse par rapport aux 95,1 % enregistrés en 2024, ce qui correspond à une utilisation quasi totale du contingent tarifaire.

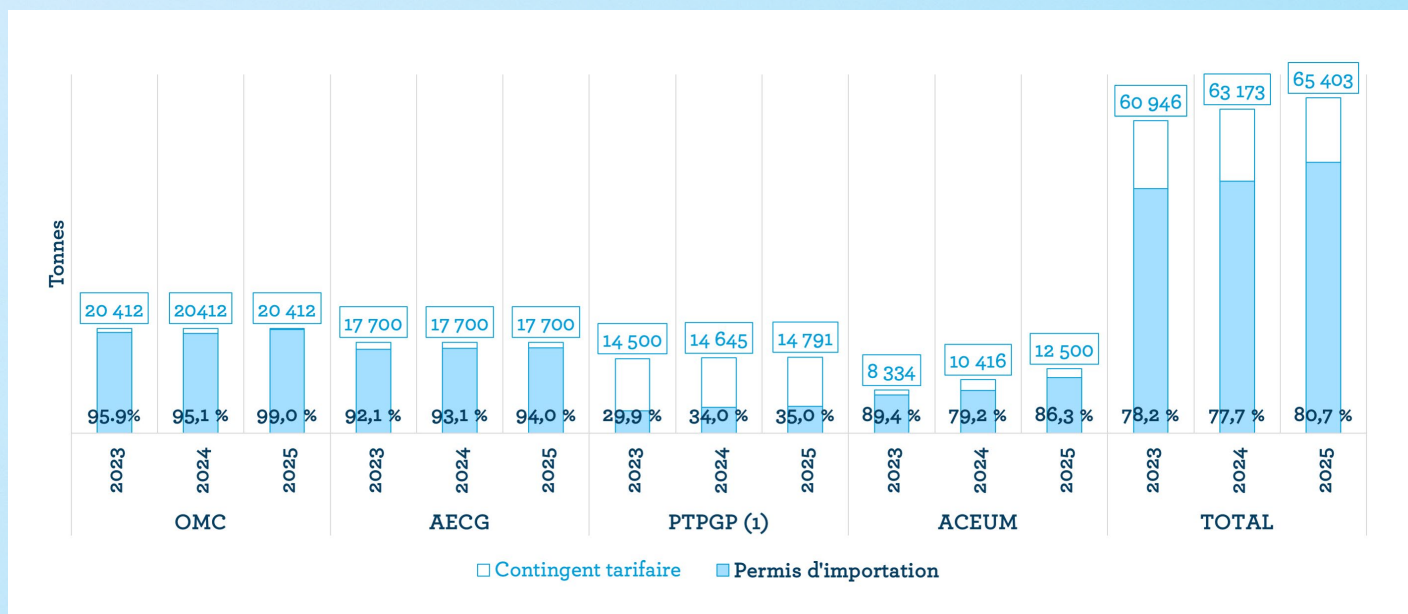
Dans le cadre de l'AECG, le taux de remplissage du contingent tarifaire pour le fromage a été élevé. Le taux de remplissage s'élevait à 94 % en 2025, un chiffre similaire à celui de 2024.

Les importations en provenance de la région Asie-Pacifique dans le cadre du PTPGP restent stables par rapport à 2024. Dans le cadre du PTPGP, le taux de remplissage total pour le fromage s'élevait à 35 % en 2025.

Dans le cadre de l'ACÉUM, le taux de remplissage pour le fromage est passé à 86,3 % en 2025, en hausse comparative à 79,2 % en 2024.

Tous les accords confondus, les importations de fromage ont enregistré une hausse de 7,5 % comparative à la même période de l'année précédente, passant de 49 106 tonnes en 2024 à 52 802 tonnes en 2025. Au cours de la même période, le contingent tarifaire total pour le fromage est passé de 63 173 tonnes à 65 403 tonnes, ce qui signifie que les importations de fromage ont représenté 77,7 % du contingent en 2024 et 80,7 % en 2025.

FIGURE 3 : FROMAGE



Source : Affaires mondiales Canada

CRÈME GLACÉE ET MÉLANGES

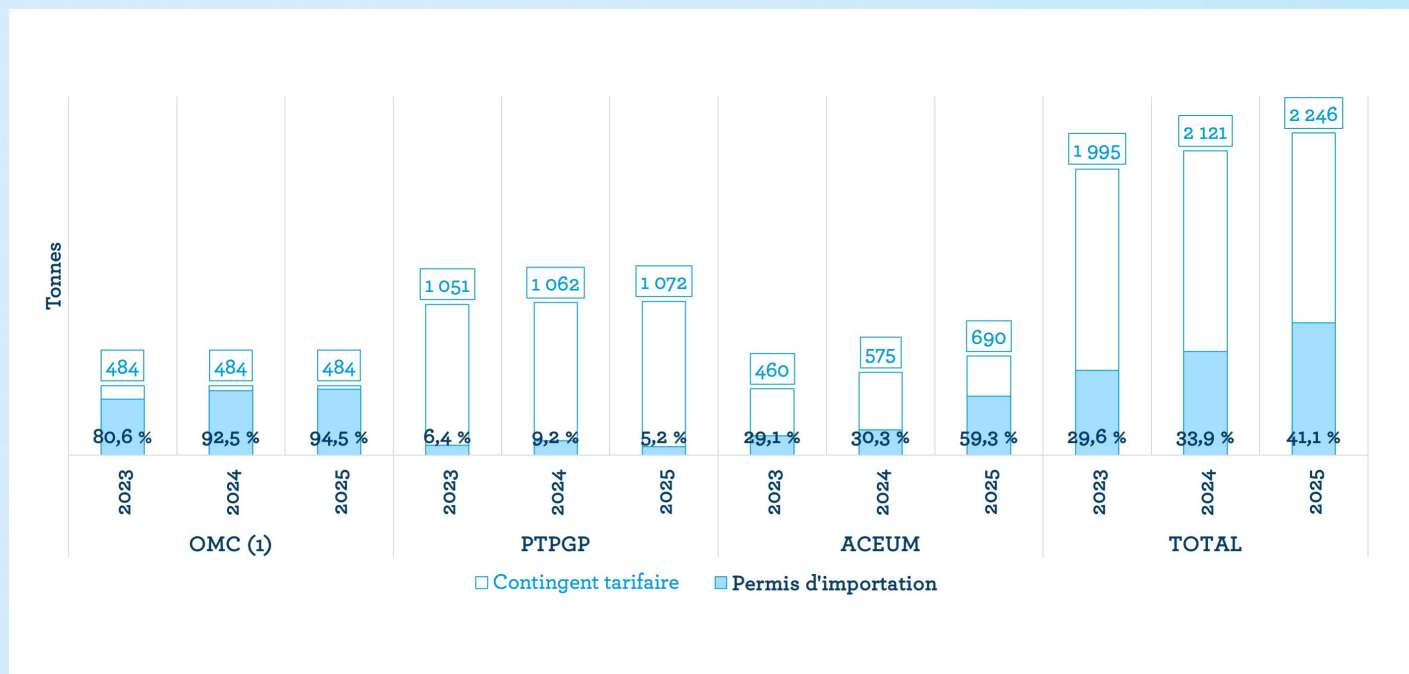
En 2025, les importations de crème glacée et de mélanges dans le cadre de l'OMC ont atteint un taux de remplissage de 94,5 %. Ce chiffre est conforme au taux de remplissage de l'année dernière.

Dans le cadre du PTPGP, les importations de crème glacée et de mélanges n'ont pas connu de changement notable en 2025.

Les importations en vertu de l'ACÉUM ont atteint un taux de remplissage de 59,3 % en 2025. Cela représente une augmentation par rapport au taux de remplissage de 30,3 % enregistré en 2024.

Dans l'ensemble, les importations totales de crème glacée sont passées de 720 tonnes en 2024 à 922 tonnes en 2025.

FIGURE 4 : CRÈME GLACÉE ET MÉLANGES



(1) Pour l'OMC, le contingent tarifaire de 484 tonnes et les licences d'importation ne s'appliquent qu'à la crème glacée. Il n'y a pas d'accès au marché pour les boissons contenant du lait, ni pour les mélanges pour crème glacée et les mélanges de lait glacé.

Source : Affaires mondiales Canada

COMPOSANTS NATURELS DU LAIT

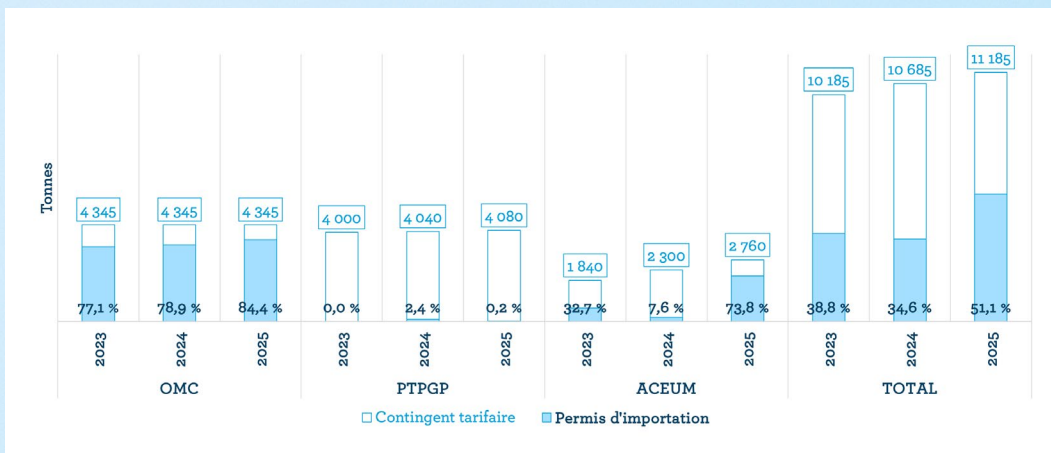
Dans le cadre de l'OMC, les importations de produits contenant des composants naturels du lait (CNL), communément appelés concentrés de protéines laitières (CPL), ont légèrement augmenté en 2025, avec un taux de remplissage de 84,4 %. En 2024, les taux de remplissage dans le cadre de l'OMC s'élevaient à 78,9 %.

Dans le cadre du PTPGP, les importations de produits contenant des CNL n'ont pas connu de changement significatif en 2025.

Les importations de CPL dans le cadre de l'ACÉUM ont atteint 73,8 % en 2025. Cela représente une hausse significative par rapport aux niveaux observés en 2023 et 2024, qui s'élevaient respectivement à 32,7 % et 7,6 %.

Pour l'ensemble des accords, les importations de CNL ont augmenté, passant de 3 697 tonnes en 2024 à 5 715 tonnes en 2025.

FIGURE 5 : PRODUITS FORMÉS DE COMPOSANTS NATURELS DU LAIT



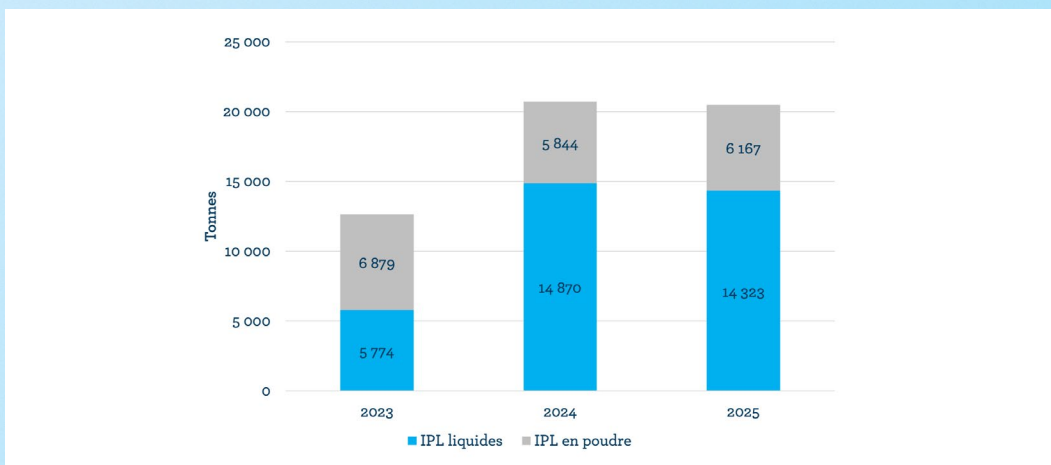
Source : Affaires mondiales Canada

ISOLATS DE PROTÉINES LAITIÈRES (IPL)

En 2025, le Canada a importé 20 490 tonnes d'isolats de protéines laitières (IPL), dont 14 323 tonnes sous forme liquide et 6 167 tonnes sous forme de poudre. Les IPL liquides représentaient 70 % du total des importations des IPL, en hausse comparativement à 45,6 % en 2023.

Alors que le volume global des importations d'IPL a légèrement diminué de 1,1 % par rapport à 2024, l'apport total en protéines a augmenté de 2,7 %, ce qui indique un niveau d'importation similaire, avec une légère tendance en faveur des IPL en poudre, dont la teneur en protéines est supérieure à celle des IPL liquides.

IMPORTATIONS D'IPL : LIQUIDES ET EN POUVRE



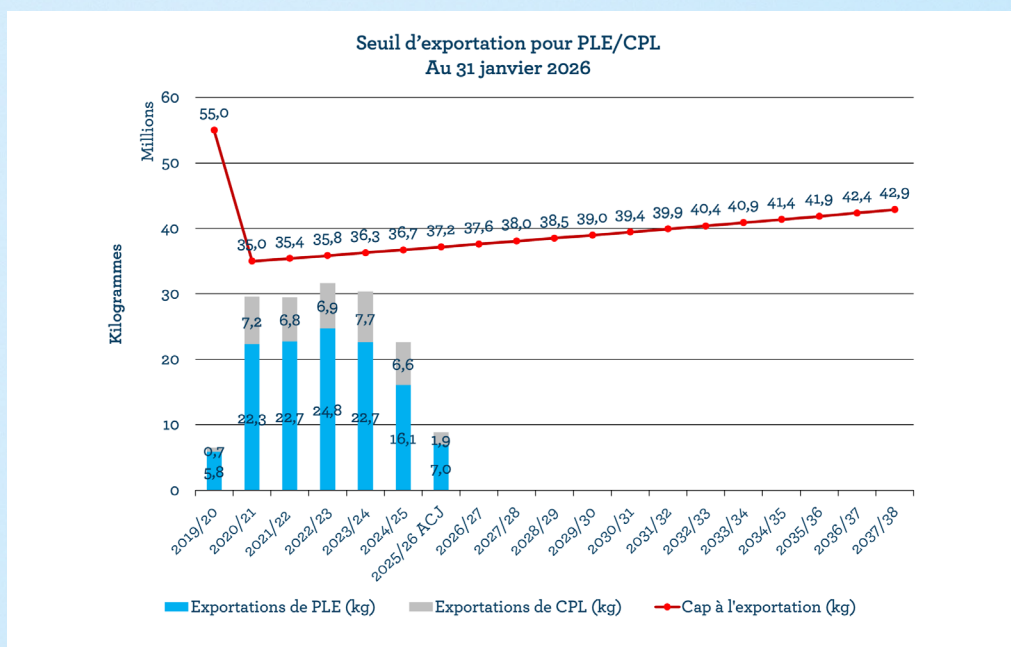
Source : Centre canadien d'information laitière

EXPORTATIONS DE LÉP ET DE CPL

Les exportations de LÉP et de concentrés de protéines laitières (CPL) ont atteint 22,6 millions de kg au cours de l'année laitière 2024/25, demeurant ainsi en deçà du seuil d'exportation fixé à 36,7 millions de kg. Ce chiffre comprenait 16,1 millions de kg de LÉP et 6,6 millions de kg de CPL.

Entre août 2025 et janvier 2026, les exportations de lait écrémé en poudre (LÉP) et de concentré de protéines de lait (CPL) ont atteint 8,8 millions de kg, dont 6,9 millions de kg de LÉP et 1,9 million de kg de CPL. À titre de comparaison, les exportations sur la même période l'année dernière s'élevaient à 12,2 millions de kg.

FIGURE 8 : EXPORTATIONS DE LÉP ET DE CPL



Source : Affaires mondiales Canada



ZOOM SUR LES PROTÉINES

Les Canadiens se tournent de plus en plus vers des aliments riches en protéines, motivés par un intérêt pour la nutrition et une alimentation saine. Les produits laitiers riches en protéines, tels que le lait ultrafiltré, le fromage cottage et le yogourt grec, profitent de cette tendance, les consommateurs recherchant des aliments qui favorisent la santé musculaire et osseuse. Les médicaments à base de GLP-1, qui réduisent l'appétit et l'apport calorique global, pourraient également influencer ces choix en rendant les protéines particulièrement importantes pour préserver la masse musculaire pendant la perte de poids (Mozaffarian, Dariush et al., 2025). En 2025, 15 % des ménages canadiens comptaient au moins un utilisateur de GLP-1 (NielsenIQ, 2025). Les jeunes générations utilisent principalement ces médicaments pour perdre du poids, tandis que les Canadiens plus âgés les utilisent plus souvent pour la gestion du diabète (NielsenIQ, 2025).

Une étude récente de l'Université Cornell a révélé que, si les ménages américains ont réduit leurs dépenses alimentaires de 5,3 % dans les six mois suivant le début d'un traitement au GLP-1, certaines catégories ont toutefois enregistré une hausse des dépenses, ce qui traduit une tendance vers des produits plus riches en protéines et plus pratiques (Hristakeva, Liaukonytė, & Feler, 2025).

Au Canada, les ventes de produits laitiers riches en protéines sont en hausse tant dans le secteur de la restauration que dans le commerce de détail. Les données de Direct Link pour le troisième trimestre 2025, qui suivent les ventes dans la restauration, les restaurants, les hôtels et les centres d'hébergement et de soins de longue durée, montrent que les ventes en volume de lait ultrafiltré ont augmenté de 7,7 %, celles de fromage cottage de 10,7 % et celles de yogourt grec de 14,4 % par rapport à la même période de l'année précédente. Les ventes au détail pour l'ensemble de l'année 2025 affichent une tendance similaire, avec une hausse de 9,4 % pour le lait ultrafiltré, de 25,8 % pour le fromage cottage et de 18,8 % pour le yogourt grec par rapport à 2024.

Ces tendances ne se limitent pas à l'adoption des médicaments GLP-1. Un rapport Mintel de 2024 sur la consommation de yogourt au Canada a identifié la mention « riche en protéines » comme étant l'allégation relative à la santé la plus importante influençant les décisions d'achat. Ce même rapport a souligné que les consommateurs de la génération Z et les millénariaux privilégient de plus en plus les collations fréquentes plutôt que les repas structurés (Mintel, 2024)⁴. Dans l'ensemble, la prise de conscience croissante du rôle des protéines dans la santé, l'évolution des habitudes de consommation de collations (grignotage) et les tendances alimentaires en mutation semblent être les moteurs d'une croissance soutenue dans les catégories de produits laitiers riches en protéines au Canada.

⁴ Mintel: Yogurt and Yogurt Drinks – Canada – 2024 / 28 mai 2024



TENDANCES DE CONSOMMATION SUR LE MARCHÉ CANADIEN

En 2025, la consommation globale de tous les principaux produits laitiers a augmenté par rapport à 2024. Plusieurs facteurs démographiques et économiques ont pu contribuer à ces tendances. La croissance démographique demeure un moteur de la consommation sur l'ensemble du marché, car une population plus importante entraîne naturellement une hausse de la consommation totale. Cela dit, la croissance démographique a été plus modérée en 2025, s'établissant à 0,9 %, en baisse comparativement à 3 % en 2024.

Avec l'augmentation du revenu disponible et des dépenses alimentaires par habitant, la consommation à l'extérieur du domicile a montré des signes de croissance pour certains produits laitiers. Cependant, les consommateurs continuent de privilégier les bannières d'épicerie à bas prix, les grandes surfaces et les magasins-entrepôts pour leurs achats au détail, à la recherche de prix plus bas dans toutes les catégories alimentaires. Ces tendances apparemment contradictoires soulignent les choix complexes auxquels sont confrontés les consommateurs lorsqu'ils décident de répartir leur budget. Vous trouverez ci-dessous plus de détails sur ces tendances spécifiques.

FIGURE 10 : MARCHÉ CANADIEN
2025 VS. 2024

PÉRIODE	MARCHÉ	TOTAL	MARCHÉ DE DÉTAIL (NielsenIQ)			TOUS LES AUTRES MARCHÉS	
			Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Part en %)	Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Part en %)
2025	Lait (litres)	0,3 %	-0,5 %	76,5 %	3,1 %	23,5 %	
	Crème (litres)	0,1 %	0,1 %	39,8 %	0,2 %	60,2 %	
	Yogourt réfrigéré (kg)	6,4 %	6,3 %	94,8 %	7,3 %	5,2 %	
	Fromage naturel (kilograms)	3,0 %	1,7 %	55,2 %	4,7 %	44,8 %	
	Beurre (Kg)	7,4 %	4,1 %	57,1 %	12,1 %	42,9 %	

Note

1. Marché total pour le lait, la crème et le yogourt réfrigéré = production + importations pour le marché intérieur - exportations intérieures
2. Marché total pour le fromage naturel et le beurre = production + importations pour le marché intérieur +/- réduction des stocks - exportations intérieures
3. PIR, les importations au-dessus de l'engagement d'accès et les ré-exportations ne sont pas comprises dans le marché total.
4. Marché des HRI = Marché total - marché de détail - classe 5
5. Marché des HRI = les hôtels, les restaurants, les services alimentaires en établissement, les détaillants indépendants qui ne sont pas pris en compte par Nielsen, la transformation ultérieure de la classe 5 lorsque non disponible et toute autre transformation ultérieure non comprise dans la classe 5
6. Ne tient pas compte des achats transfrontaliers de produits laitiers. Ces résultats ont été estimés par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) à 64 500 tonnes par an pour le lait de consommation entre 1989 et 1991.

Sources : calculs effectués par Statistique Canada, AMC, CCL, NielsenQ, AAC et les PLC

FIGURE II : CONSOMMATION PAR HABITANT

2025 VS. 2024

PÉRIODE	MARCHÉ	TOTAL	MARCHÉ DE DÉTAIL (NielsenIQ)		TOUS LES AUTRES MARCHÉS	
	Produit laitier	Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Part en %)	Ventes en volume (Variation en %)	Ventes en volume (Part en %)
2025	Lait (litres)	-0,6 %	-1,5 %	76,5 %	2,1 %	23,5 %
	Crème (litres)	-0,8 %	-0,9 %	39,8 %	-0,7 %	60,2 %
	Yogourt réfrigéré (kg)	5,4 %	5,3 %	94,8 %	6,3 %	5,2 %
	Fromage naturel (kilogrammes)	2,0 %	0,7 %	55,2 %	3,7 %	44,8 %
	Beurre (Kg)	6,4 %	3,2 %	57,1 %	11,1 %	42,9 %

Note

1. Marché total pour le lait, la crème et le yogourt réfrigéré = production + importations pour le marché intérieur - exportations intérieures
2. Marché total pour le fromage naturel et le beurre = production + importations pour le marché intérieur +/- réduction des stocks - exportations intérieures
3. PIR, les importations au-dessus de l'engagement d'accès et les ré-exportations ne sont pas comprises dans le marché total.
4. Marché des HRI = Marché total - marché de détail - classe 5
5. Marché des HRI = les hôtels, les restaurants, les services alimentaires en établissement, les détaillants indépendants qui ne sont pas pris en compte par Nielsen, la transformation ultérieure de la classe 5 lorsque non disponible et toute autre transformation ultérieure non comprise dans la classe 5
6. Ne tient pas compte des achats transfrontaliers de produits laitiers. Ces résultats ont été estimés par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) à 64 500 tonnes par an pour le lait de consommation entre 1989 et 1991.

Sources : calculs effectués par Statistique Canada, AMC, CCL, NielsenQ, AAC et les PLC

LAIT

Sur l'ensemble du marché, les ventes de lait ont augmenté de 0,3 % en 2025 par rapport à la même période de l'année précédente. La consommation de lait par habitant a, quant à elle, diminué de 0,6 % sur cette même période.

Toute la croissance du marché total du lait provient du secteur de la restauration (hôtels, restaurants et collectivités) et des marchés de la transformation ultérieure, où les ventes ont augmenté de 3,1 % par rapport à l'année précédente. Ces marchés représentent désormais 23,5 % de la consommation totale de lait. La croissance du secteur de la restauration reflète probablement l'évolution des habitudes de consommation, notamment l'augmentation du nombre de jours de travail au bureau (par exemple, chez les fonctionnaires), ce qui a favorisé une hausse de la consommation à l'extérieur du domicile.

En contrepartie, les ventes de lait au détail ont reculé de 0,5 % par rapport à la période précédente, représentant désormais 76,5 % du marché total. La récente baisse de la consommation de lait au détail est liée à l'augmentation de la consommation hors domicile. La baisse de l'immigration et les changements démographiques,

tels que la part croissante des jeunes générations dans la population canadienne et l'arrivée de nouveaux immigrants aux cultures alimentaires différentes, ont probablement également contribué à l'affaiblissement des ventes de lait de consommation. Dans le commerce de détail, les ventes de lait entier ont continué de progresser, reflétant la demande pour un lait plus riche en matière grasse. Il convient de noter que les produits laitiers à valeur ajoutée, tels que les produits sans lactose et ultrafiltrés, continuent d'afficher de bons résultats.

Les ventes de boissons d'origine végétale ont reculé au cours de la période considérée et représentent désormais 8,4 % du total des ventes au détail dans la catégorie « lait et succédanés », comparativement à 8,5 % en 2024. Cette baisse s'est produite alors même que l'écart entre le prix du lait et celui des boissons d'origine végétale s'est réduit au niveau de la vente au détail. Dans le contexte économique actuel, les consommateurs semblent plus sensibles au prix relativement plus élevé des boissons d'origine végétale. De plus, les ventes de boissons d'origine végétale ont continué à subir les répercussions d'un rappel de boissons d'origine végétale survenu en juillet 2024.

CRÈME

La consommation totale de crème est restée stable à 0,1 % en 2025 par rapport à la même période de l'année précédente. Par habitant, la consommation a diminué de 0,8 %.

Sur le marché de détail, qui représente 39,8 % de la consommation totale de crème, les ventes sont restées relativement stables, avec une hausse de 0,1 % sur la même période. À l'instar de la consommation de lait liquide dans le commerce de détail, les ventes de crème sont portées par la demande des consommateurs pour de la crème plus riche en matières grasses.

En ce qui concerne la crème consommée sur d'autres marchés, les ventes sont restées relativement stables à 0,2 % et représentent 60,2 % du marché total de la crème. Les ventes sur le marché de la transformation ultérieure ont diminué par rapport à l'année précédente; les données de Direct Link indiquent que deux tendances opposées se dessinent sur le marché de la restauration. Les pressions économiques sur le budget des ménages ont conduit les consommateurs à réduire leurs repas dans les restaurants gastronomiques, ce qui a entraîné une baisse de la consommation de crème. Cette tendance a été partiellement compensée par la consommation hors domicile liée au retour d'un plus grand nombre d'employés au bureau, à l'instar de la consommation de lait.



YOGOURT RÉFRIGÉRÉ

Les ventes de yogourts réfrigérés ont augmenté de 6,4 % par rapport à 2024. La consommation par habitant a également été soutenue, avec une hausse de 5,4 %, ce qui laisse supposer que des facteurs tels que l'intérêt pour les produits plus riches en protéines influencent les habitudes de consommation.

Les ventes au détail ont continué de représenter la majeure partie du marché total du yogourt, soit 94,8 %. Dans le commerce de détail, la consommation de yogourt a augmenté de 6,3 % par rapport à l'année précédente. Cette croissance reflète plusieurs tendances. Tout d'abord, on observe une évolution vers des formats de yogourt plus grands, qui offrent des options plus économiques et favorisent une consommation plus importante, car ils ne se limitent pas à une seule portion. De plus, les consommateurs optent de plus en plus pour des variétés à plus forte teneur en protéines, comme les yogourts grecs et le skyr.

La consommation sur tous les autres marchés a augmenté de 7,3 % par rapport à l'année précédente, représentant désormais 5,2 % du marché total. Le marché de la restauration a été le principal moteur de cette croissance en dehors du commerce de détail. Le yogourt utilisé dans la catégorie 5 pour le marché de la transformation ultérieure continue de représenter une petite part du marché.



FROMAGE NATUREL

En 2025, la consommation de fromage naturel a augmenté de 3 % par rapport à 2024. La consommation de fromage naturel par habitant a augmenté de 2 % par rapport à l'année précédente.

La consommation de fromage naturel par habitant a été soutenue par la croissance observée tant dans le commerce de détail que dans les circuits de restauration hors domicile. Le secteur de la restauration, qui représente 44,8 % du marché total du fromage naturel, a commencé à se redresser. Les données de Statistique Canada indiquent une hausse des recettes des ventes dans les établissements de restauration rapide, à service complet et spécialisés en 2025, même après ajustement pour tenir compte de l'inflation. Cette reprise s'inscrit dans le cadre des tendances économiques générales : la hausse des prix des denrées alimentaires a ralenti, tandis que le revenu disponible réel et les dépenses alimentaires par habitant ont augmenté, ce qui laisse entrevoir un début de relâchement des pressions budgétaires. De plus, dans son rapport trimestriel, Restaurants Canada a souligné l'impact de la suspension temporaire de la TPS/TVH par

le gouvernement canadien et de l'augmentation du tourisme intérieur, qui ont contribué à stimuler la fréquentation des établissements de restauration.

Les achats de fromage naturel par les consommateurs dans le commerce de détail ont continué de progresser, soutenus par une hausse minime des prix moyens de vente au détail. Les ventes au détail ont augmenté de 1,7 % au cours de cette période, représentant 55,2 % du marché total. Par habitant, les ventes de fromage naturel ont augmenté de 0,7 % par rapport à l'année dernière.

Par ailleurs, les ventes de fromage cottage ont connu une forte progression dans le commerce de détail, avec une hausse de 25,8 % par rapport à la même période l'année dernière. À l'instar de certains yogourts riches en protéines, le fromage cottage a gagné en popularité grâce à sa polyvalence et à sa teneur élevée en protéines.

La seule exception à cette tendance à la hausse concerne le fromage naturel utilisé dans la catégorie 5 pour la transformation ultérieure, dont la production a diminué au cours de la période considérée.

BEURRE

En 2025, la consommation de beurre a augmenté de 7,4 % par rapport à l'année précédente, tandis que les ventes par habitant ont progressé de 6,4 %.

Une croissance a été observée dans tous les segments du marché, les gains les plus importants provenant du beurre consommé hors commerce de détail, qui représente désormais 42,9 % de la consommation totale. Sur tous les autres marchés, le beurre continue de gagner du terrain. Cette croissance pourrait être liée à la baisse des prix du beurre. Selon les données de restauration, le chiffre d'affaires total en dollars a augmenté de 6 % par rapport à la même période l'année précédente, tandis que les ventes de margarine ont baissé de 5 % (Direct Link, 2025). Cela indique un abandon progressif de la margarine au profit du beurre dans les établissements de restauration.

Le commerce de détail continue de représenter la plus grande part du marché, avec 57,1 % de la consommation totale de beurre. Les ventes de beurre au détail ont

augmenté de 4,1 % par rapport à l'année précédente, grâce à la baisse des prix de détail qui a contribué à stimuler la demande des consommateurs. L'évolution des préférences des consommateurs vers des produits moins transformés a renforcé davantage la position du beurre et contribué à la baisse en continu des ventes de margarine, malgré la baisse des prix de cette dernière.

En conséquence, la part du beurre dans la catégorie « beurre et succédanés » a atteint 55,7 % des ventes totales en kilogrammes, comparativement à 53 % il y a un an. Une autre tendance notable est la présence croissante des produits à base de beurre clarifié ou de ghee, qui ont une teneur en matière grasse plus élevée que celle du beurre ordinaire. Les ventes de ces produits ont continué d'augmenter au cours de l'année écoulée, sous l'effet de l'afflux de nouveaux immigrants au Canada. Ces produits représentent désormais 2,2 % de la catégorie « beurre et succédanés ».

PERSPECTIVES DE LA FIL SUR LES TENDANCES DE CONSOMMATION MONDIALES

Les prévisions de la FIL pour la période 2023-2028 indiquent que la consommation au Canada s'aligne sur celle des autres marchés de produits laitiers développés.

La consommation de lait devrait connaître une légère baisse chaque année, à l'instar des tendances observées aux États-Unis, en Australie et en Europe occidentale. Cette évolution s'explique par les changements démographiques en cours, tels que la part croissante des jeunes générations, ainsi que par l'évolution des habitudes alimentaires sur les marchés développés.

En revanche, d'autres catégories font preuve d'une plus grande résilience. Le marché du yogourt devrait connaître une croissance annuelle d'environ 1 à 2 %, portée par une demande soutenue pour les produits riches en protéines, une tendance également observée en Amérique du Nord et en Europe. Le beurre devrait lui aussi connaître une croissance, reflétant l'intérêt constant pour les aliments moins transformés. Quant à la crème glacée, on prévoit une augmentation de 1 à 2 % par an, à l'instar d'autres marchés développés où les étés plus chauds et le segment des produits de gourmandise continuent de soutenir la croissance.

La consommation de fromage devrait augmenter légèrement, jusqu'à 1 % par an, à l'instar des tendances observées aux États-Unis et dans plusieurs pays européens. Le resserrement des budgets des ménages pour l'alimentation pourrait toutefois limiter une croissance plus importante. La crème devrait également connaître une croissance régulière, mais modérée.

Dans l'ensemble, les perspectives pour le Canada laissent entrevoir une croissance modérée dans certaines catégories, tandis que le marché du lait de consommation continue de subir une pression à la baisse progressive.



CONCLUSION

Après avoir atteint des sommets au début de l'année 2025, les marchés mondiaux des produits laitiers se sont calmés, l'offre excédentaire exerçant une pression à la baisse sur les prix. Si les prévisions indiquent que les prix pourraient remonter légèrement, la situation reste instable, les marchés s'adaptant aux conditions de l'offre et de la demande.

Sur le plan commercial, les contingents tarifaires pour le fromage sont presque entièrement utilisés. Les importations d'isolats de protéines lactiques et de composants naturels du lait ont également augmenté ces dernières années. Les volumes d'exportation de lait écrémé en poudre et de concentrés de protéines lactiques restent bien en deçà des seuils.

Si vous avez des suggestions de sujets pour les prochaines éditions de l'Économiste laitier, nous vous invitons à les envoyer à communications@dfc-plc.ca.

Sur le marché intérieur, les tendances de consommation continuent d'évoluer. Si la consommation de lait diminue, d'autres produits tels que le yogourt, le fromage naturel et le beurre soutiennent la croissance. L'intérêt marqué pour les protéines et la multiplication des repas pris à l'extérieur contribuent à soutenir la demande. Dans l'ensemble, les perspectives pour le Canada restent similaires à celles des autres marchés de produits laitiers développés, avec une croissance modérée pour les catégories de produits à valeur ajoutée.

Auteurs

Julia Trottier est analyste affectée à l'équipe « Politique et commerce » des PLC.

Christopher Kimmerer est analyste affecté à l'équipe « Politique et commerce » des PLC.

Yves Ngorbo est responsable du département « Politiques domestiques et commerce international » des PLC.

