



Canadian
Council of
Grocery
Distributors
Conseil
canadien des
distributeurs en
alimentation



FCPC
Food & Consumer
Products of Canada

PACC
Produits alimentaires et de
consommation du Canada

Quel est l'avenir du secteur des services alimentaires au Canada?

TORONTO, le 30 janv. /CNW/ - Selon des experts en culture et en alimentation réunis aujourd'hui à Toronto, le repas le plus souvent pris à l'extérieur de la maison, au Canada, reste le déjeuner. En outre, les menus canadiens font de plus en plus de place à la fraîcheur, aux petites portions et aux aliments biologiques. Le 15e congrès annuel Foodservice Interchange réunit David Foot, démographe renommé; A. Elizabeth Sloan, conseillère internationale en nutrition et ancienne rédactrice en chef du magazine McCall's; Rosanna Caira, rédactrice en chef et éditrice du magazine Foodservice and Hospitality; NPD, experts en études de marché, et les entreprises en restauration Sir Corp. et Dairy Queen. Le congrès passe en revue ce que les Canadiens mangent à l'extérieur de la maison et offre un aperçu des tendances qui se dessineront avec le vieillissement de la population et avec l'intérêt pour les nouvelles cultures, les nouvelles saveurs et les nouveaux concepts de restauration.

"Ce congrès souligne comment le secteur de l'alimentation entend évoluer afin de répondre aux besoins actuels des Canadiens tout en anticipant l'avenir", a déclaré Gabby Nobrega, première vice-présidente, services aux membres et communications, Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC). "Offrir aux Canadiens des options alimentaires de qualité, sécuritaires et intéressantes et qui tiennent compte de l'évolution culturelle et du vieillissement de la population exige beaucoup de planification et d'ingéniosité. Le fait que nous voyons dans les étalages des épicereries les produits préférés de nos services alimentaires n'est qu'un exemple des changements qui se profilent à l'horizon", a-t-elle ajouté.

Ce que révèlent les chiffres

Dans sa présentation intitulée "How Changing Demographics are Redefining Consumer Foodservice Needs" (Comment l'évolution démographique redéfinit les besoins des consommateurs en alimentation), David Foot jette un regard sur les données démographiques à la base des tendances actuelles. "Nos besoins alimentaires évoluent à mesure que nous vieillissons, ce qui créera une nouvelle réalité à laquelle les restaurants et les institutions devront s'adapter. Nous verrons aussi apparaître des préférences différentes selon les groupes d'âge", a remarqué M. Foot, auteur de "Entre le boom et l'écho". "Par exemple, à mesure que nous vieillissons, le volume de la musique et la quantité d'épices pèsent pour beaucoup dans la décision d'aller ou non au restaurant et, si oui, à quel restaurant nous mangerons."

Goût et commodité

Il est clair que les Canadiens aiment manger au restaurant, mais on note aussi une augmentation du nombre de repas achetés au restaurant pour être mangés à la maison, selon Jane Graham, directrice générale, Services alimentaires, NPD Canada, et Harry Balzer, expert du secteur et vice-président, NPD Group, Inc., (US). Leurs présentations, intitulées "Eating Patterns in America et Only in Canada, eh? What Makes the Canadian Consumer Unique?" (Habitude alimentaires en Amérique et Seulement au Canada? Qu'est-ce qui rend les consommateurs canadiens uniques?), permettent de montrer qu'il n'existe pas beaucoup de différences importantes entre les Canadiens et les Américains pour ce qui est de leurs préférences alimentaires. Parmi les principales tendances observées, on doit noter la sécurité alimentaire, les options "santé" ainsi que les produits locaux frais et biologiques. Par ailleurs, la tendance véritable se trouve dans la façon dont les entreprises du secteur alimentaire font des repas préparés à l'extérieur de la maison une solution pratique pour les consommateurs qui manquent de temps.

Peut-on juger d'après la couverture?

Rosanna Caira, rédactrice en chef des magazines Foodservice and Hospitality et Hotelier Magazine, a présenté une rétrospective du secteur alimentaire au moyen d'une série d'articles-couverture et a parlé des dix aliments qui ont prédominé en 2006. Sa présentation a aussi abordé la façon dont la salubrité des aliments et l'environnement sont pris en compte dans les activités commerciales et les nouvelles du secteur. "Les articles en page couverture dressent le portrait de l'évolution du secteur et de la façon dont il relève des défis très complexes."

Un avant-goût de l'avenir

Une fusion de diverses tendances et cultures façonne l'évolution des goûts, affirme A. Elizabeth Sloan, dans le cadre de l'allocution "Putting the Trends to Work for You" (Savoir tirer profit des tendances). "D'autres tendances, dont le sexe de la personne, les aliments réconfortants, la découverte de nouvelles saveurs et l'exposition croissante du grand public aux aliments fins, créent un contexte de restauration très dynamique", a affirmé Mme Sloan. "La tendance la plus importante que les exploitants devraient mettre à profit est la forte demande des consommateurs pour des options "santé" au menu; il s'agit en effet d'un facteur clé pour tous les âges, groupes démographiques et ethnies. Créant une toile de fond qui aidera le secteur à faire preuve d'une réelle créativité, la recherche prouve qu'il existe des différences nettes entre

les hommes et les femmes, en matière de tendances liées à la restauration. Il s'agit d'une possibilité très intéressante à exploiter pour le secteur."

A la croisée des classiques et des concepts

Corey Dalton, chef de l'exploitation, et George Kakalettris, vice-président à la commercialisation et à la stratégie de marque de SIR Corp. (Service Inspired Restaurants(MD)), de même que Jean Champagne, chef de l'exploitation, Groupes internationaux, Dairy Queen Canada, Inc., ont partagé des anecdotes sur la façon dont le secteur crée et recrée des expériences pour les clients des services alimentaires, un détail à la fois. Leurs exemples illustrent comment tant la création de nouveaux établissements que la renaissance d'une légende du secteur de l'alimentation soulignent l'innovation et la résilience du secteur.

"La clé du succès dans le secteur de la restauration est la connaissance du client, la compréhension de ses besoins et la qualité de l'expérience qui lui est offerte", a affirmé M. Champagne dans sa présentation "Dairy Queen Canada, Inc. - A Smile and a Story" (Dairy Queen Canada, Inc. - Un sourire et une histoire). Dans le même ordre d'idées, M. Dalton de SIR Corp. croit que le facteur le plus important pour la réussite des restaurants de type décontracté est l'adaptation à l'évolution des demandes du consommateur, ce qui revient à offrir une excellente qualité et une excellente valeur tout en mettant constamment à jour les menus pour satisfaire un intérêt croissant pour les aliments santé et ethniques.

A propos de FSI

Foodservice Interchange (FSI) est le plus prestigieux événement canadien du secteur des services alimentaires. Les participants comprennent des fabricants de produits alimentaires, des exploitants et des établissements incluant des exploitants indépendants, ainsi que des chaînes de restaurants nationales et internationales. FSI est présenté par PACC et par le Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA). Cette année marque la 15e édition de ce congrès annuel.

A propos de PACC

Les Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC) sont la plus grande association représentant des entreprises canadiennes qui exploitent et commercialisent une gamme de marques nationales et de détaillants de produits alimentaires et de consommation vendus par des épiceries, des pharmacies, des clubs-entrepôts, des dépanneurs, des distributeurs et des exploitants de services alimentaires.

En 2005, le secteur employait quelque 291 000 Canadiens dans l'ensemble du pays, ce qui en fait le plus important employeur du secteur de la fabrication au Canada. Il a contribué pour 24 G\$ annuellement au PIB (soit 13 % du produit national brut provenant du secteur de la fabrication). Sur une base annuelle, le secteur donne environ 100 M\$ en espèces à des causes charitables ainsi que plus de 5 millions de sacs d'épicerie aux banques alimentaires du pays. Le secteur est reconnu pour son respect de norms réglementaires élevées et est régi par 442 lois fédérales et provinciales, par des milliers de règles ainsi que par des normes qu'il s'est lui-même fixées.

A propos du CCDA

Le Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA) est une organisme sans but lucratif voué à l'essor de l'industrie de l'alimentation au detail et des services alimentaires au Canada, tant à l'échelle régionale qu'à l'échelle nationale, ainsi qu'à la promotion des meilleures pratiques au sein de l'industrie dans l'intérêt de nos members et des consommateurs canadiens. L'industrie de la distribution alimentaire constitue le deuxième secteur commercial en importance au Canada. Avec une main-d'oeuvre de plus de 428 000 travailleurs, les members du CCDA réalisent un chiffre d'affaires de 71 milliards de dollars dans celui des services alimentaires, ce qui représenté 85 % de tous les ventes de produits d'épicerie (produits alimentaires, produits non alimentaires et boissons non alcoolisées) au Canada.

- 30 -

Renseignements:

Toni Amato
Responsable des communications, PACC
Tél. : (416) 510-8024, poste 2238,
tonia@fcpc.ca

Cathy Gell
Coordonnatrice des communications, CCDA
Tél. : (416) 922-6228, poste 327,
cgell@ccgd.ca