



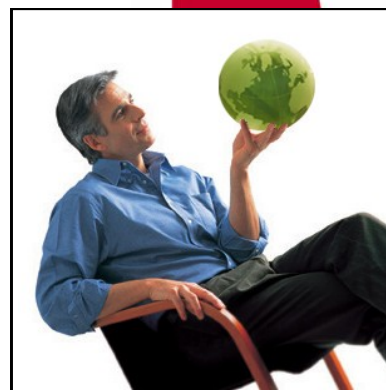
Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | MARS 2012

Viandes transformées aux États-Unis





► MARCHÉ DES CONSOMMATEURS

Selon le Global Trade Atlas, les États-Unis ont importé plus de 2,9 milliards de \$US de produits de bœuf et de veau de divers pays du monde en 2010, dont près de 1 milliard de \$US du Canada. Les États-Unis ont importé également près de 1,3 milliard de \$US de porc et de produits du porc de divers pays du monde en 2010, dont 905 millions de \$US du Canada. Selon Statistique Canada, 201 millions de \$CAN de produits de volaille et de dinde ont été exportés du Canada vers les États-Unis en 2010.

Bien que le taux de consommation de bœuf et de veau soit en baisse aux États-Unis, ces viandes constituent de grands volumes d'exportation pour le Canada. La consommation de porc et de produits du porc a décliné légèrement depuis 2005, mais les exportations canadiennes vers les États-Unis ont augmenté de 2008 à 2010. La consommation par habitant de produits de volaille aux États-Unis a également régressé de 2005 à 2010, alors que les exportations du Canada vers les États-Unis n'ont fluctué que légèrement entre 2008 et 2010.

Les consommateurs portent un nouveau regard sur leur consommation de produits de viande transformée en raison des tendances en matière de santé et de bien-être, et du prix élevé du bœuf. Les transformateurs lancent sur le marché des produits réfrigérés et congelés contenant moins de sodium et d'ingrédients artificiels. Les saucisses de porc, les saucisses de bœuf et le bacon sont parmi les viandes transformées réfrigérées les plus prisées aux États-Unis. Cependant, les transformateurs mettent sur le marché des variétés de poulet et de dinde comme solution de rechange « meilleure pour la santé ».

Les tendances en matière de saveur ont également évolué alors que de nouvelles variétés de saucisse contiennent des saveurs telles que les tomates séchées, le basilic et la pomme. Des mentions telles que « pratique » « 100 % naturel », voire « sans gluten » sont très prisées parmi les nouveaux produits introduits sur le marché. Les tendances en matière des marques maison sont également dominantes parmi les produits de viande transformée. Les consommateurs trouvent des produits de marque maison portant les mentions de qualité supérieure, saveurs uniques ou indiquant les caractéristiques du produit, alors qu'ils recherchent des produits abordables, prêts à cuire rassemblant aux plats qu'ils commanderaient généralement au restaurant.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Marché des consommateurs</i>	2
<i>Production et consommation</i>	3
<i>Données démographiques de la consommation</i>	4
<i>Viande transformée réfrigérée</i>	5
<i>Viande transformée congelée</i>	7
<i>Exportations canadiennes</i>	10
<i>Épicerie de détail</i>	12
<i>Nouveaux produits de viande transformée</i>	12
<i>Exemples de nouveaux produits</i>	13
<i>Principales ressources</i>	15





► PRODUCTION ET CONSOMMATION

- ▶ En 2005, la consommation intérieure de bœuf et de veau aux États-Unis était de loin supérieure à la production nationale. Cependant, en 2011, la consommation totale et par habitant de bœuf et de veau avait chuté considérablement, ce qui a provoqué un surapprovisionnement. Les exportations des produits du bœuf et du veau du Canada vers les États-Unis ont également diminué de 557 millions de \$CAN de 2005 à 2010. Cependant, les exportations de bœuf et de veau vers les États-Unis représentaient pour le Canada un marché de 1 milliard de \$CAN et étaient supérieures à 612,2 millions de \$CAN en août 2011.
- ▶ La production intérieure de porc aux États-Unis a progressé légèrement de 2005 à 2011 et devrait continuer sur cette pente ascendante en 2012. La consommation de porc est demeurée relativement stable depuis 2005, mais elle devrait descendre légèrement sous les niveaux de 2005 en 2012. La consommation par habitant a décliné de 29,2 kg en 2005 à 27,9 kg en 2010.
- ▶ La production américaine de viande de volaille est passée de 15,9 millions de tonnes métriques en 2005 à 16,6 millions en 2010. Pendant la même période, la consommation a également augmenté de 13,4 à 13,5 millions de tonnes métriques. Mais la consommation par habitant de viande de volaille a régressé de 45,4 kg en 2005 à 43,4 kg en 2010.

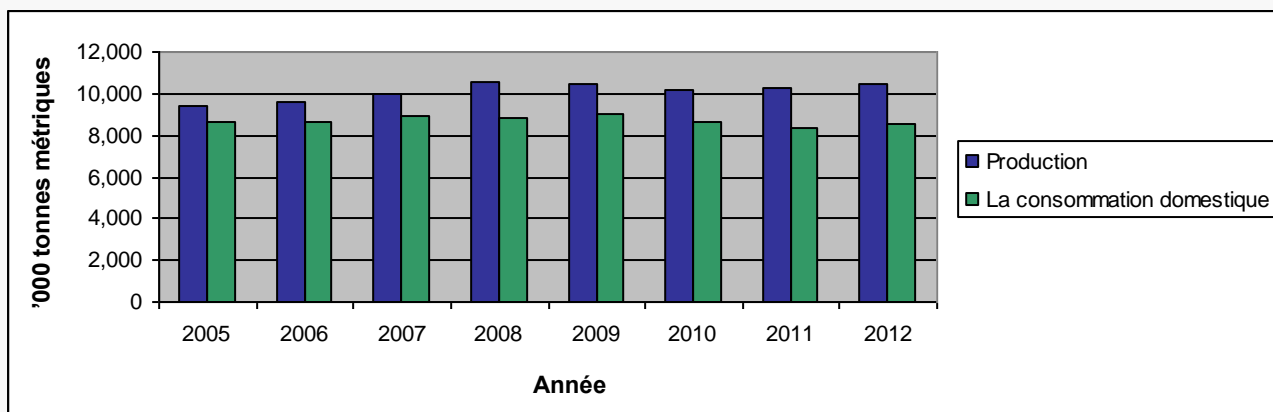
Production et consommation intérieure de bœuf et de veau aux États-Unis en '000 tonnes métriques (en équivalent de poids en carcasse)



Source : USDA-FAS, 2011.

Nota : le bœuf et le veau ne comprennent pas les abats.

Production et consommation intérieure de porc aux États-Unis en '000 tonnes métriques (en équivalent de poids en carcasse)



Source : USDA-FAS, 2011.

Nota : La viande de porc ne comprend pas les abats, les saucisses ou les graisses.

▶ DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES DE LA CONSOMMATION



- ▶ Selon la NPD American Eating Trends Database¹ (2011)¹, la consommation de viandes transformées a légèrement augmenté au cours des dix dernières années. Les Américains en consomment en moyenne 50,7 fois par an. Parmi les consommateurs de viandes transformées, 64,1 % en consomment en moyenne trois fois durant une période de deux semaines. Les enfants âgés de 6 à 12 ans ont les taux de consommation les plus élevés suivis des hommes âgés de 65 ans et plus.

Principaux marchés de consommateurs (au moins 20 % supérieur au taux de consommation moyen)

- ▶ Célibataires à moyen et à faible revenu, et parents vivant seuls
- ▶ Famille monoparentale et personnes âgées actives mariées
- ▶ Familles nombreuses et familles avec enfants
- ▶ Femmes âgées au foyer
- ▶ Consommateurs au chômage ou à la retraite
- ▶ Consommateurs ayant terminé des études secondaires ou moins
- ▶ Groupes ethniques noirs
- ▶ Résidents des États du Sud²

Marchés restant à conquérir (au moins 20 % inférieur au taux de consommation moyen)

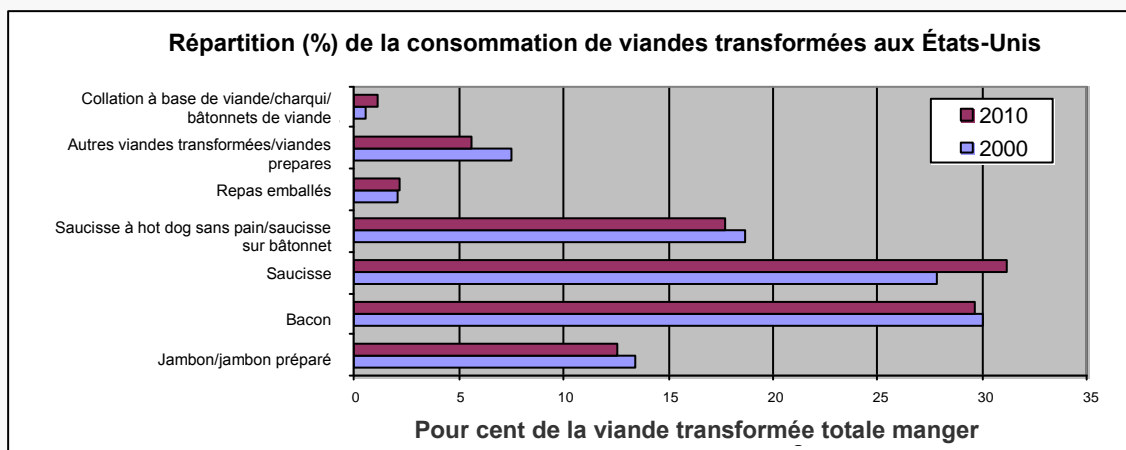
- ▶ Ménages d'une personne aisée
- ▶ Familles à revenu élevé
- ▶ Jeunes femmes au foyer (âgées de moins de 25 ans)
- ▶ Groupes ethniques asiatiques
- ▶ Résidents de la Nouvelle-Angleterre et de la côte Est (New York, New Jersey et Pennsylvanie)

Lieu de consommation

- ▶ La plupart des viandes transformées sont consommées à la maison (97 %). Les 3 % restant proviennent de la maison et sont consommées comme repas ou casse-croûte.
- ▶ Les Américains consomment les viandes transformées principalement comme plat principal (59,8 %) ou comme plat d'accompagnement (30 %), et occasionnellement, comme casse-croûte (5 %).
- ▶ Par comparaison avec l'Américain moyen, les Américains des États du centre sud-est³ sont les plus grands consommateurs de viandes transformées (saucisses et bacon, en particulier).

Calendrier de la consommation

- ▶ Les viandes transformées sont consommées à la maison principalement au déjeuner (49 %), au souper (27,8 %) et au déjeuner (18 %). Un petit pourcentage seulement provenant de la maison est consommé au dîner (2,5 %) ou à la maison comme collation (2,2 %).
- ▶ Les viandes transformées sont consommées généralement durant les jours de la semaine (62,5 % par rapport à 37,5 % les week-ends).
- ▶ Les viandes transformées sont consommées assez également tout au long de l'année, mais légèrement plus en mars, en avril et en mai.



¹ Sauf indication contraire, les statistiques figurant sur cette page proviennent de la NPD American Eating Trends Database, mises à jour en novembre 2010 et tiennent compte de la consommation des produits à la maison ou provenant de la maison. Ces chiffres ne prennent pas en compte les produits alimentaires achetés par l'intermédiaire d'établissements de services alimentaires ou de la consommation de ceux-ci. La NPD American Eating Trends Database surveille les habitudes alimentaires et les attitudes des consommateurs américains en menant des enquêtes auprès de 5 000 personnes qui font rapport de la consommation continue de tous leurs repas et casse-croûte durant 14 jours.

² Texas, Oklahoma, Arkansas, Louisiane, Kentucky, Tennessee, Missouri, Alabama, Virginie occidentale, Virginie, Caroline du Nord, Caroline du Sud, Géorgie et Floride.

³ Kentucky, Tennessee, Missouri et Alabama.



▶ VIANDES TRANSFORMÉES RÉFRIGÉRÉES

Les produits sur le marché des viandes transformées réfrigérées sont généralement des produits de marque auxquels on a ajouté des ingrédients tels que de la marinade, des épices, de la chapelure et du sel. On les trouve dans les rayons réfrigérés et les réfrigérateurs des épiceries de détail. Ces données ne comprennent pas la viande vendue dans les boucheries. Les viandes réfrigérées mangées comme collation sont entièrement cuites et prêtes à être consommées ou nécessitent uniquement d'être réchauffées. Les articles dans le sous-segment « autres » comprennent généralement des repas de viande prêts à manger, notamment composés de viande comme ingrédient principal et des abats.

- ▶ Le bacon détient la plus grande part du marché de détail de viandes réfrigérées aux États-Unis, soit 3,8 milliards en 2010. Les « autres » produits du poulet suivis des saucisses de bœuf, du pâté et des croquettes de poulet sont également les catégories de viandes transformées réfrigérées les plus vendues aux États-Unis.

Tailles du marché des viandes transformées réfrigérées aux États-Unis par segment et sous-segment en millions de \$US

Segment	Sous-segment	2007	2008	2009	2010	2013
Bœuf-Veau	Burgers	539,7	550,1	560,4	570,8	602,0
	Boulettes de viande	388,2	391,7	395,1	398,4	408,4
	Viande hachée	470,2	487,9	506,0	524,3	581,5
	Autres	343,4	352,9	362,6	372,2	402,1
	Saucisses	2 637,5	2 774,7	2 915,6	3 061,0	3 526,6
	Steaks/grillades	960,4	982,6	1 004,9	1 027,2	1 094,8
	Entier/morceaux/tranches	779,4	805,8	832,3	859,3	943,0
Mélange Bœuf/Porc	Burgers	484,3	491,0	496,8	502,5	519,9
	Boulettes de viande	498,3	510,5	521,2	531,7	563,9
	Autres	640,2	649,6	658,7	667,2	690,9
	Saucisses	408,7	415,5	421,2	426,4	442,1
Charcuteries	Viandes cuites	1 949,7	2 023,6	2 099,1	2 176,1	2 417,7
	Viandes saumurées	1 124,5	1 162,7	1 201,4	1 240,7	1 363,1
	Viandes fermentées	1 320,8	1 312,9	1 305,2	1 297,9	1 276,6
	Pâté	2 206,7	2 292,9	2 381,0	2 470,4	2 750,5
Gibier/Autres	Burgers	26,2	25,9	25,8	25,6	25,0
	Filet	60,7	59,0	57,3	56,4	51,3
	Cuisses	41,1	40,6	40,1	40,1	38,2
	Boulettes de viande	29,8	28,9	28,0	27,4	24,6
	Viande hachée	43,8	43,6	43,4	43,7	42,6
	Autres	53,8	52,2	50,7	50,0	45,4
	Saucisses	16,3	15,6	15,0	14,6	12,7
	Steaks/grillades	51,0	49,3	47,7	46,8	41,8
	Entier	58,0	57,6	57,3	57,7	56,2
Agneau	Burgers	67,7	68,2	68,6	68,8	69,5
	Boulettes de viande	67,6	68,2	68,5	68,9	69,8
	Viande hachée	52,3	53,2	53,9	54,8	56,9
	Autres	239,5	244,4	248,7	252,8	264,7
	Saucisses	30,9	31,5	31,8	32,3	33,4
	Steaks/grillades	54,9	55,4	55,9	56,1	56,9
	Entier/morceaux/tranches	181,9	181,1	180,7	180,1	178,4

Suite à la page suivante



▶ **VIANDES TRANSFORMÉES RÉFRIGÉRÉES (suite)**

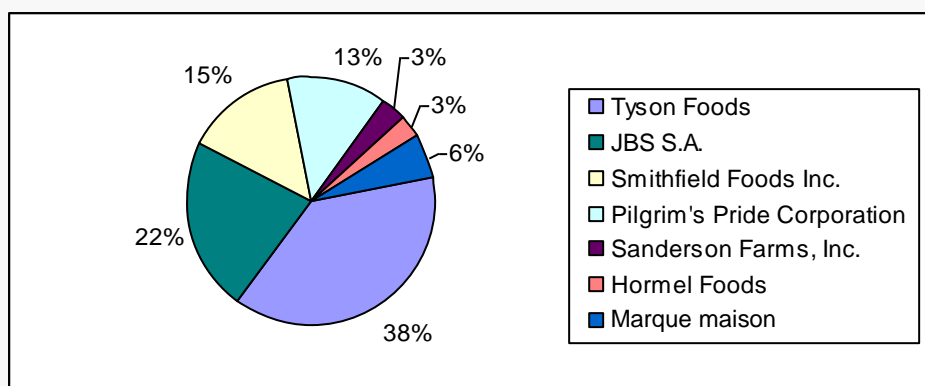
Tailles du marché des viandes transformées réfrigérées aux États-Unis par segment et sous-segment en millions de \$US

Segment	Sous-segment	2007	2008	2009	2010	2013
Casse-croûte de viande	Burgers	41,1	41,7	42,2	42,8	44,1
	Hot-dogs	55,1	56,0	56,9	58,0	61,5
	Autres	8,8	8,9	9,1	9,2	9,4
	Sandwichs roulées	24,5	25,2	25,8	26,4	28,1
Porc	Bacon	3 459,3	3 564,0	3 670,1	3 777,6	4 109,0
	Burgers	449,8	464,7	479,8	495,1	542,4
	Boulettes de viande	314,9	325,7	336,5	347,6	382,0
	Viande hachée	85,6	88,4	91,2	94,2	103,0
	Autres	207,4	206,5	205,6	204,7	202,3
	Saucisses	1 636,6	1 672,8	1 709,3	1 745,9	1 857,4
	Steaks/grillades	852,0	872,2	892,3	912,5	974,2
	Entier/morceaux/tranches	545,2	564,4	583,9	603,6	665,4
Volaille	Burgers	798,5	801,6	804,6	807,6	816,3
	Pilons	479,2	496,4	514,0	531,7	586,7
	Filet	1 340,4	1 390,3	1 440,8	1 492,2	1 652,0
	Cuisses	286,5	294,9	303,3	311,8	337,7
	Croquettes	2 271,1	2 335,4	2 399,9	2 465,0	2 664,2
	Autres	3 263,3	3 351,6	3 440,2	3 529,4	3 801,8
	Entière	772,0	797,6	823,6	849,9	931,3
	Ailes	292,3	300,2	308,1	316,1	340,3

Source : Datamonitor, 2011.

- ▶ En 2009, Tyson Foods Inc. détenait la plus grande part du marché (38 %) des viandes transformées réfrigérées aux États-Unis dont les marques Tyson, Wright et Wilson.
- ▶ En 2009, Kraft Foods (28,5 %), Sara Lee Corporation (10,2 %), Carl Budding (4,4 %), Hormel Foods (2,5 %), Land O'Frost (2,4 %) et les marques maison (14,9 %) détenaient les plus grosses parts du marché des produits de charcuterie.

Parts (%) du marché des viandes transformées réfrigérées détenues par les entreprises



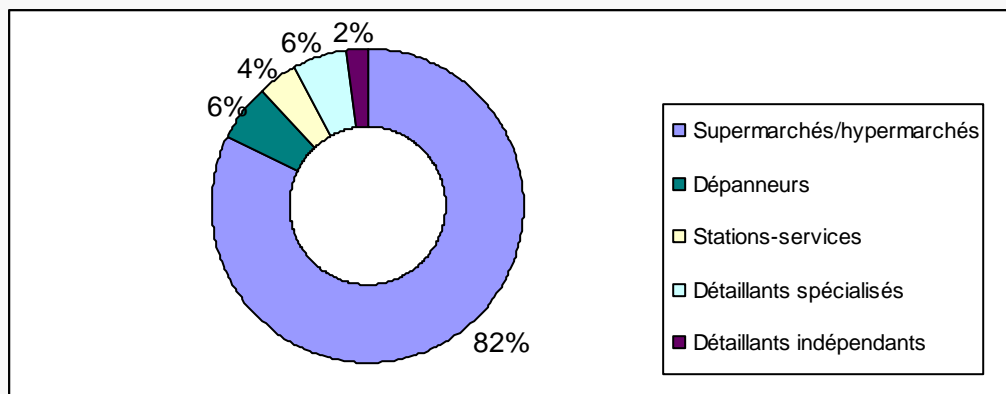
Source : Datamonitor, 2011.



▶ VIANDES TRANSFORMÉES RÉFRIGÉRÉES (suite)

- ▶ Près de 82 % des viandes transformées réfrigérées aux États-Unis ont été vendues dans les supermarchés et les hypermarchés en 2009.

Parts de la distribution au détail (%) des ventes de viandes transformées réfrigérées aux États-Unis en 2009



Source : Datamonitor, 2011.

▶ VIANDES TRANSFORMÉES CONGELÉES

Les produits sur le marché des viandes transformées congelées sont généralement des produits de marque auxquels ont été ajoutés des ingrédients tels que marinade, épices, chapelure et sel. On les trouve dans le rayon des produits congelés des épiceries de détail et comprennent les produits crus et transformés. Les produits dans les segments du bœuf et du porc congelés, entiers, en morceaux et en tranches sont préemballés et préparés pour être vendus, et nécessitent peu ou pas la présence d'un boucher sur place. Ces données ne comprennent pas la viande vendue dans les boucheries. Les produits dans le sous-segment « autres » comprennent généralement des repas prêts à servir dont le principal ingrédient est la viande, et des abats. Les casse-croûte de viande congelée présentés dans le tableau ci-dessous sont des viandes entièrement cuites qui doivent être uniquement réchauffées pour la consommation.

- ▶ Les « autres » volailles transformées congelées constituaient le segment au détail le plus important aux États-Unis, soit 4,2 milliards de \$US en 2010. Les autres segments populaires de viandes congelées sont le bœuf, le veau et le porc dans la catégorie « autres »; les croquettes de poulet et le bœuf haché.

Tailles du marché des viandes transformées congelées aux États-Unis par segment et sous-segment en millions de \$US

Segment	Sous-segment	2007	2008	2009	2010	2013
Bœuf/Veau	Burgers	216,2	223,5	231,0	238,6	262,1
	Boulettes de viande	136,7	140,5	144,2	148,1	159,8
	Viande hachée	547,1	557,6	568,2	578,9	611,7
	Autres	864,8	883,9	903,4	922,8	981,9
	Saucisses	159,4	163,7	167,9	172,3	185,5
	Entier/morceaux/tranches	134,5	134,6	134,8	135,1	135,6

Suite à la page suivante



► **VIANDES TRANSFORMÉES CONGELÉES (suite)**

Tailles du marché des viandes transformées congelées aux États-Unis par segment et sous-segment en millions de \$US (suite)

Segment	Sous-segment	2007	2008	2009	2010	2013
Mélange Bœuf/Porc	Burgers	196,7	198,0	198,3	198,7	203,7
	Boulettes de viande	458,6	461,8	463,4	465,0	476,1
	Viande hachée	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Autres	466,3	474,3	480,7	487,3	505,2
	Saucisses	187,2	189,7	191,1	192,3	196,4
Gibier/Autres	Burgers	65,9	65,5	64,3	63,3	60,3
	Filet	101,3	104,5	106,5	108,8	116,2
	Cuisses	88,3	89,2	88,9	88,7	88,6
	Boulettes de viande	53,5	52,1	50,0	48,0	42,4
	Viande hachée	244,1	250,3	253,8	257,8	272,0
	Autres	185,9	188,2	188,4	188,7	189,5
	Saucisses	51,6	50,6	48,9	47,4	43,2
Agneau	Entier/morceaux/tranches	196,0	201,5	204,5	207,9	220,2
	Burgers	23,7	23,7	23,7	23,6	23,5
	Boulettes de viande	19,0	19,0	18,9	18,9	18,7
	Viande hachée	9,7	9,9	9,9	10,0	10,1
	Autres	42,6	42,8	42,8	42,8	42,8
	Saucisses	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3
Casse-croûte de viande	Entier/morceaux/tranches	36,2	36,4	36,4	36,3	36,1
	Burgers	35,1	35,6	35,9	36,3	37,4
	Hot-dogs	40,7	41,2	41,8	42,5	44,8
	Autres	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9
Porc	Sandwichs roulées	26,1	26,7	27,3	27,9	29,6
	Bacon	15,7	16,0	16,3	16,5	17,4
	Burgers	57,8	58,7	59,6	60,6	63,5
	Boulettes de viande	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
	Viande hachée	4,2	4,0	3,8	3,7	3,3
	Autres	459,1	473,4	488,0	502,8	548,4
	Saucisses	84,7	85,1	85,6	85,9	87,1
Volaille	Entier/morceaux/tranches	13,2	12,8	12,6	12,3	11,6
	Burgers	289,4	299,4	309,7	320,1	353,1
	Pilons	136,4	141,9	147,7	153,7	172,7
	Filet	146,9	151,2	155,5	159,9	173,5
	Cuisses	48,7	50,8	53,0	55,3	62,8
	Croquettes	524,7	544,1	564,1	584,2	647,2
	Autres	3 747,7	3 908,5	4 074,0	4 243,5	4 777,4
	Entier	301,4	317,6	334,5	351,9	407,8
Ailes	146,1	153,5	161,1	169,0	194,1	

Source : Datamonitor, 2011.



▶ VIANDES TRANSFORMÉES CONGELÉES (suite)

- ▶ Tout comme pour les viandes transformées réfrigérées, en 2009, Tyson Foods Inc. détenait la plus grosse part (21,2 %) du marché des viandes transformées congelées aux États-Unis. Sa marque principale est Tyson. Arrivait en deuxième place, JBS S.A., dont les principales marques étaient Swift & Co., American Reserve, Cedar River Farms, Moyer, Showcase, Blue Ribbon Beef, Angus Select et Liberty Bell.

Parts (%) du marché des viandes transformées congelées aux États-Unis, 2009

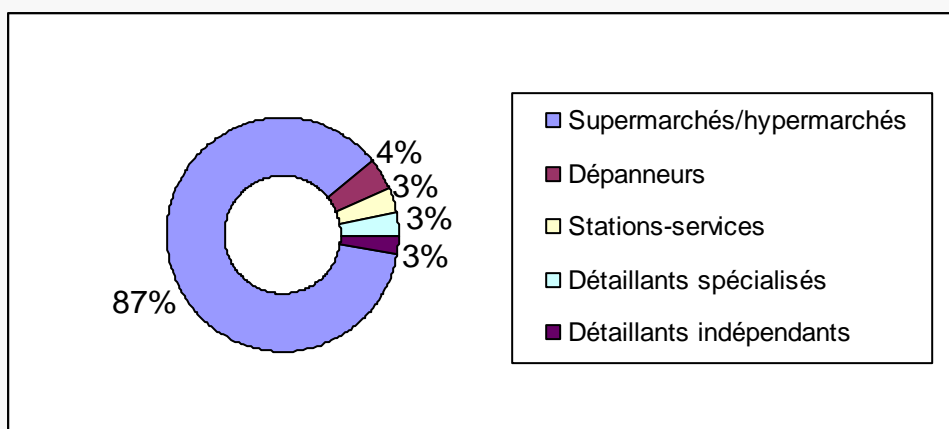
Entreprise	% Part
Tyson Foods Inc.	21,2
JBS S.A.	6,3
Pilgrim's Pride Corporation	6,1
Sanderson Farms, Inc.	1,8
Advance Food Company Inc.	1,5
Flaanders Provision Company, LLC	0,8
Moran's All Natural	0,6
J&B Group	0,4
Cargill, Inc.	0,3
Holten Meat Inc.	0,3
Marque maison	14,9



Source : Datamonitor, 2011.

- ▶ En 2009, près de 87 % des ventes au détail de viandes transformées congelées aux États-Unis ont été vendues dans les supermarchés ou les hypermarchés.

Parts (%) de la distribution au détail des viandes transformées congelées aux États-Unis, 2009



Source : Datamonitor, 2011.



▶ EXPORTATIONS CANADIENNES

- ▶ La catégorie de porc la plus importante, d'une valeur de 224,8 millions de \$CAN, exportée du Canada vers les États-Unis en 2010 a été le porc frais et le porc réfrigéré. Les flancs de porc et les morceaux de porc congelés sont également très prisés.

Exportations canadiennes de porc et de produits du porc aux États-Unis en \$CAN

Code SH	2008	2009	2010	Août 2011
02031999 – Porc, frais ou réfrigéré npa*	255 981 142	209 225 583	244 829 082	164 203 248
02031991 – Flancs de porc, frais ou réfrigérés	100 152 447	113 155 329	166 093 180	151 208 673
02032900 – Morceaux de porc, congelés npa	94 185 340	102 503 698	125 958 081	68 361 792
02101210 – Bacon de flanc, fumé	66 931 962	65 650 768	67 076 437	50 568 266
02031210 – Jambons et leurs morceaux, non désossés, frais ou réfrigérés	61 380 159	89 154 519	116 594 943	49 136 877
02031220 – Épaules de porc et leurs morceaux, non désossés, fraîches ou réfrigérées	57 660 375	63 230 342	65 864 203	45 800 921
16024110 – Jambons et leurs morceaux, préparés ou conservés en contenants hermétiquement clos	42 067 264	39 602 187	38 008 843	25 330 205
16010090 – Saucisses et simili-produits de viande, abats ou sang et préparations alimentaires, npa	25 860 563	25 670 338	21 161 559	15 643 809
16024900 – Viande de porc et abats, sauf le foie et y compris les mélanges, préparés ou en conserve	20 651 730	20 453 049	15 928 214	11 120 979
02101990 – Viande de porc, fumée, npa	17 576 422	17 980 965	14 760 775	9 892 102
02031910 – Côtes levées de porc, fraîches ou réfrigérées	15 555 187	11 310 075	13 142 933	8 222 257
02032200 – Jambons, épaules et leurs morceaux, non désossés, congelés	7 240 710	12 485 370	12 112 127	7 853 673
02063000 – Abats comestibles de porc, frais ou réfrigérés	9 876 884	12 182 948	11 958 593	7 569 396
15010010 – Saindoux autre que celui des numéros 02.09 ou 15.03	4 193 232	7 439 159	7 567 953	6 084 074
02064900 – Abats comestibles de porc, congelés npa	5 904 913	5 306 673	5 221 600	4 789 169
02101120 – Épaules de porc et leurs morceaux, non désossés, fumés	1 298 565	1 040 383	2 051 868	3 317 976
16024190 – Jambons et leurs morceaux, préparés ou conservés, excluant les contenants hermétiquement clos	13 503 793	10 665 600	7 353 945	2 652 220
16024210 – Épaules de porc et leurs morceaux, préparés ou conservés en contenants hermétiques clos	8 085 270	7 203 095	5 124 517	2 591 908
02090000 – Lard, sans parties maigres, et gras de volaille, naturels, frais, réfrigérés, congelés ou fumés	1 398 152	1 151 998	1 989 852	2 454 757
02101910 – Bacon de dos	9 417 990	6 586 191	4 083 249	1 311 417
05040010 – Boyaux à saucisse, naturels	6 520 077	6 225 367	2 457 290	631 472
02101290 – Flancs de porc (entrelardés) et leurs morceaux (sauf le bacon de flanc), fumés	284 243	315 841	184 222	111 402

Source : Statistique Canada, 2011. Nota : Sont inclus uniquement les produits dont les valeurs d'exportation sont supérieures à 100 000 \$CAN.

*NPA = nom précisé ailleurs.



▶ EXPORTATIONS CANADIENNES (suite)

- ▶ Les découpes de bœuf désossées et réfrigérées ont été les exportations de bœuf canadien les plus prisées aux États-Unis dont la valeur a été de 806 millions de \$CAN en 2010.

Exportations canadiennes de bœuf/veau et des produits de bœuf aux États-Unis en \$CAN

Code SH	2008	2009	2010	Août 2011
02011020 – Carcasses et demi-carcasses de veau, fraîches ou réfrigérées	38 698 608	23 321 639	15 129 592	9 848 305
02011090 – Carcasses et demi-carcasses de bœuf npa,* fraîches ou réfrigérées	319 949	132 229	53 684	409 198
02012090 – Découpes de bœuf non désossées, npa, fraîches ou réfrigérées	67 517 420	77 381 668	106 209 307	52 227 143
02013010 – Morceaux de viande de bison désossés, frais ou réfrigérés	2 246 015	3 306 176	5 020 595	2 811 704
02013090 – Découpes de bœuf, npa, désossés, fraîches ou réfrigérées	754 782 732	740 431 455	805 966 552	471 478 131
02022000 – Découpes de bœuf, non désossées, congelés	6 989 970	5 898 735	10 657 530	6 759 558
02023000 – Découpes de bœuf, désossées, congelés	80 674 631	42 987 227	35 517 658	24 500 618
020610 – Abats de bœuf comestibles, frais ou réfrigérés	47 152 871	41 828 940	27 184 767	32 403 478
020621 – Langues de bœuf, abats comestibles, congelées	6 864 443	4 189 173	5 338 592	5 075 911
020622 – Foies de bœuf, abats	188 787	151 960	116 345	255 216
020629 – Abats de bœuf comestibles	20 002 837	17 559 849	17 515 658	11 856 811
021020 – Viande de bœuf fumée	912 744	632 152	631 435	453 491
160250 – Viande et abats de bœuf npa, sauf les foies, préparés ou en conserve	6 894 475	5 359 485	5 278 805	3 099 020

Source : Statistique Canada, 2011. **Nota :** Sont inclus uniquement les produits dont les valeurs d'exportation sont supérieures à 100 000 \$CAN.

*NPA = non précisé ailleurs.

Exportations canadiennes de produits de poulet et de dinde aux États-Unis en \$CAN

Code SH	2008	2009	2010	Août 2011
020714 – Morceaux et abats comestibles de poulet et de chapon, congelés	90 032 612	88 718 464	82 144 898	55 372 134
160232 – Viande de poulet et de chapon et abats préparés ou en conserve sauf les foies	57 465 937	66 637 337	73 714 998	50 612 856
020713 – Morceaux et abats comestibles de poulet et de chapon, frais ou réfrigérés	29 494 858	26 956 353	19 416 836	12 932 894
020727 – Morceaux et abats comestibles de dinde, congelés	3 644 832	5 739 903	12 732 011	4 561 236
020711 – Poulets et chapons, entiers, frais ou réfrigérés	11 051 389	10 215 485	5 236 373	1 861 582
020726 – Morceaux et abats comestibles de dinde, frais ou réfrigérés	2 698 989	4 926 852	4 029 864	1 594 257
020712 – Poulets et chapons, entiers, congelés	2 501 990	3 522 088	3 679 272	1 389 062
160231 – Viande de dinde et abats comestibles préparés ou en conserve, sauf les foies	2 336 553	744 922	176 214	138 277

Source : Statistique Canada, 2011. **Nota :** Sont inclus uniquement les produits dont les valeurs d'exportation sont supérieures à 100 000 \$CAN.



▶ ÉPICERIE DE DÉTAIL

- ▶ Aux États-Unis, la plupart des détaillants des produits d'épicerie sont les hypermarchés, les grands supermarchés ou les magasins à grande surface. Les Wal-Mart Supercenters ont été les chefs de file des épiciers détaillants, soit 25,4 % environ de la catégorie hypermarché/magasin à grande surface en 2010 (seules les données d'épicerie sont utilisées), suivi, entre autres, de Kroger, de Target, de Wal-Mart (régulier), de Publix et de Safeway.
- ▶ Le marché des commerces payer-emporter et des clubs-entrepôts était contrôlé par Costco, soit 48,5 % de la catégorie, suivi de Sam's Club, BJ's Wholesale Club, GFS Marketplace, Smart & Final et Smart Foodservice Cash & Carry.
- ▶ Les chefs de file dans la catégorie des dépanneurs et des épicerie de détail rattachées à une station-service étaient 7-Eleven, soit 25,5 % de la catégorie, suivi, entre autres, d'ampm, de Stripes, de Speedway, de Wawa et de Kangaroo Express.
- ▶ En 2010, le marché des magasins de rabais était contrôlé par Dollar General avec 25,3 % du marché, suivi de Family Dollar, Aldi (Sud), Dollar Tree, Save-a-Lot et Fred's.
- ▶ Le segment des supermarchés et des magasins de quartier (détaillants indépendants) était contrôlé par Trader Joe's, soit 53,5 % de la catégorie.



Source : Planet Retail, 2011.

▶ NOUVEAUX PRODUITS DE VIANDE

- ▶ Entre le 1^{er} janvier 2008 et le 7 novembre 2011, 2 608 nouveaux produits de viande transformée (bœuf, porc, volaille, dinde ou agneau) ont été présentés aux détaillants d'épicerie américains dont 58 % de la catégorie des viandes réfrigérées, 34 % de la catégorie des viandes congelées et le restant, des produits de longue conservation.
- ▶ L'entreprise qui a mis sur le marché le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 152 de 2008 à 2011, a été Aldi suivie de Hormel Foods (71), de Tyson (69), de Supervalu (68), de Roundy's (59) et de Kraft Foods (57). Sara Lee, Kroger, Target et Wal-Mart étaient parmi les dix premiers.
- ▶ Des 2 608 produits mis sur le marché entre janvier 2008 et le 7 novembre 2011, les données sur les prix de 1 691 produits (Mintel) étaient disponibles, dont 196 de moins de 2,51 \$US chacun, 569 entre 2,51 \$US et 5 \$US chacun, 345 entre 5,01 \$US et 7,50 \$US chacun, 306 entre à 7,51 \$US à 10 \$US, 101 de 10,01 \$US à 12,50 \$US et 172 à 12,51 \$US et plus.
- ▶ D'autres produits contenant comme ingrédient du bœuf, de la volaille du porc ou de l'agneau ont été lancés sur le marché américain dont 514 repas préparés, 295 sandwichs/sandwichs roulées, 233 pizzas, 173 hors d'œuvre, 156 casse-croûte de viande, 154 soupes, 103 repas préemballés, 47 pâtisseries, 39 bouillons de viande et 38 salades.

Nouveaux produits de viande transformée aux États-Unis par type d'entreposage

Type d'entreposage	2008	2009	2010	2011*
Réfrigéré	455	305	445	308
Congelé	231	217	250	182
Longue conservation	62	52	54	47
Nombre total de produits	748	574	749	537

Source : Mintel GNPD, 2011. *Du 1^{er} janvier au 7 novembre 2011.



Source : Shutterstock.



▶ NOUVEAUX PRODUITS DE VIANDE TRANSFORMÉE (suite)

- ▶ La principale allégation parmi les nouveaux produits de viande transformée aux États-Unis était « réchauffable au four à micro-ondes » « sans additif et sans agents de conservation » et « facile à utiliser ». Environ 695 nouveaux produits de viande transformée ne portaient aucune mention particulière.

Dix principales allégations des nouveaux produits de viandes transformées aux États-Unis

Allégations	2008	2009	2010	2011*	Total
Réchauffable au four à micro-ondes	175	205	272	190	842
Sans additifs et agents préservatifs	157	136	153	136	582
Facile à utiliser	73	105	193	113	484
Emballage pratique	37	95	151	111	394
Peu ou pas d'allergènes	78	67	89	103	337
Sans gluten	76	67	87	101	331
De qualité supérieure	98	84	70	70	322
100 % naturel	103	69	81	66	319
Peu ou pas de gras	67	91	81	66	305
Temps/Vitesse	59	69	103	56	287

Source : Mintel GNPD, 2011. *De janvier 2011 au 7 novembre 2011.

▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

Les exemples suivants de nouveaux produits de viande transformée mis sur le marché aux États-Unis entre 2009 et 2011 proviennent de la Mintel Global New Products Database.

Kébab d'agneau et de bœuf façon méditerranéenne

Entreprise : Superior Farms
 Marque : Superior Farms Mediterranean Grill
 Nom du magasin : Wal-Mart
 Date de publication : octobre 2011
 Format : 425 g
 Prix en devise locale : 12,56 \$US
 Entreposage : Réfrigéré

Description du produit

Les kébab d'agneau et de bœuf façon méditerranéenne, « assaisonnés à la perfection » sont des brochettes marinées dans de l'ail, de l'huile d'olive et un soupçon de citron. Ce produit réchauffable au four à micro-ondes est certifié par l'USDA et vendu au détail en format de 15 oz avec instructions de cuisson simples.





▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)

Lanières de poulet grillées sans gluten

Entreprise : Target
Marque : Archer Farms (marque maison)
Type de magasin : hypermarché
Date de publication : décembre 2010
Format : 227 g
Prix en devise locale : 3,99 \$US
Entreposage : réfrigéré

Description du produit

Les lanières de poulet grillées Archer Farms sont préparées avec de la poitrine de poulet. Ce produit de qualité supérieure, prêt à réchauffer et à servir peut être réchauffé au four à micro-ondes.



Rôti de porc désossé à la saveur d'oignon et d'ail

Entreprise : Hormel Foods
Marque : Hormel Always Tender
Nom du magasin : Schnucks
Type de magasin : supermarché
Date de publication : août 2011
Format : 680 g
Prix en devise locale : 6,49 \$US
Entreposage : réfrigéré

Description du produit

Le rôti de porc désossé à la saveur d'oignon et d'ail Hormel Always Tender est prêt à cuire. Ce produit sans gluten contient jusqu'à 30 % d'une solution aromatisante brevetée et est enrobé de sauce.



Porc Skewers

Entreprise : Aldi
Marque : Roseland (marque maison)
Type de magasin : supermarché
Date de publication : septembre 2009
Format : 680 g
Prix en devise locale : 5,99 \$US
Entreposage : congelé

Description du produit

Roseland Porc Skewers sont des grillades de longe de porc tendres et maigres, parfaitement assaisonnées de saveurs méditerranéennes authentiques. Ce produit prêt à cuire dont on affirme qu'il est idéal pour les grillades est préparé avec des ingrédients frais afin d'en assurer la meilleure qualité possible.





▶ PRINCIPALES RESSOURCES

Datamonitor (mars 2011). Meat, Fish and Poultry Market in the United States to 2014. Extraites le 1^{er} novembre 2011.

Euromonitor (novembre 2010). Chilled Food in the United States. Extraites le 2 novembre 2011. Euromonitor (novembre 2010). "Frozen Food in the United States," Extraites le 2 novembre 2011.

Global Trade Atlas (2011). Extraites le 7 novembre 2011.

Mintel Global New Products Database (2011). Extraites le 7 novembre 2011.

NPD American Eating Trends Database (2011).

Planet Retail (2011). United States Retail Market. Extraites le 4 novembre 2011.

Données commerciales de Statistique Canada (2011). Extraites le 7 novembre 2011.

United States Department of Agriculture (USDA) Foreign Agricultural Service (FAS) (2011). Production, Supply and Distribution Online – United States. Extraites le 4 novembre 2011 du site [http:// www.fas.usda.gov/psdonline/psdQuery.aspx](http://www.fas.usda.gov/psdonline/psdQuery.aspx).

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Les viandes transformées aux États-Unis

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11709F**

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:

Processed Meats in the United States

Canada 