



Bureau
des marchés
internationaux

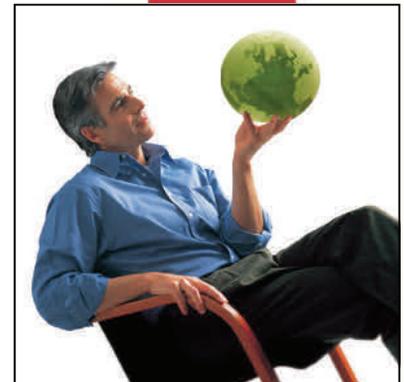
RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JANVIER 2013

Tendances de consommation

Produits de boulangerie au Canada



Source : Shutterstock





▶ **APERÇU DU MARCHÉ**

- ▶ Le marché canadien de la boulangerie, qui englobe aussi les produits de boulangerie et les desserts surgelés a enregistré des ventes totales de 1,2 million de tonnes d'une valeur de 8,6 G\$ CAN en 2011. Les produits de boulangerie constituent la deuxième catégorie en importance des aliments emballés et sont intervenus pour 17,6 % de la valeur des ventes en 2011. Toutefois, par rapport aux autres catégories, les ventes des produits de boulangerie ont légèrement diminué chaque année entre 2006 et 2011.
- ▶ La valeur du marché canadien de la boulangerie a crû raisonnablement entre 2006 et 2011, mais le volume des ventes a stagné, quoique dans certaines sous-catégories telles que les gâteaux secs sucrés, le volume des ventes a même reculé durant la même période. Cette stagnation de la croissance du volume devrait se maintenir durant la période 2011-2016.
- ▶ D'après Euromonitor (2011), la croissance de la valeur durant la période 2011-2016 sera stimulée par l'augmentation des ventes de produits de boulangerie à valeur élevée qui sont particulièrement nutritifs. Les prix unitaires devraient se stabiliser durant cette période en dépit de la hausse des prix du blé.
- ▶ L'innovation sur le marché de la boulangerie est devenue un important moteur des ventes ces dernières années, en particulier dans le cas du pain emballé ou industriel en raison de la demande croissante de produits de boulangerie répondant à des besoins alimentaires particuliers, comme les produits sans gluten (Euromonitor, 2011).
- ▶ La demande croissante de produits alimentaires spéciaux trouve un écho dans les innovations sur le marché canadien de la boulangerie. Par exemple, les amidons et farines se sont diversifiés durant la période 2006-2012. De plus en plus de nouveaux produits qui contiennent d'autres farines que la farine de blé (comme la farine de riz et de chia) ont été lancés au cours de cette période. Cette tendance est particulièrement porteuse pour les gâteaux secs et les biscuits. Beaucoup plus de nouveaux produits sont aussi dits contenir des céréales anciennes comme le chia et le quinoa, qui en améliorent la valeur nutritive. Ces ingrédients sont aussi invoqués pour promouvoir la marque.
- ▶ Malgré la diminution considérable de la consommation tant en valeur qu'en volume, beaucoup de nouveaux desserts surgelés ont fait leur entrée sur le marché. La plupart des nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés consistaient en des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés. Les principales allégations mettaient l'accent sur la nature casher et la commodité du produit.

▶ **DANS CE NUMÉRO**

<i>Aperçu du marché</i>	2
<i>Ventes au détail</i>	3
<i>Part de marché par société</i>	6
<i>Lancements de nouveaux produits de boulangerie</i>	7
<i>Exemples de nouveaux produits de boulangerie</i>	10
<i>Lancements de nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés</i>	12
<i>Exemples de nouveaux produits de boulangerie et desserts</i>	14
<i>Sources</i>	16
<i>Annexe – Définitions</i>	16



Source : Shutterstock



▶ VENTES AU DÉTAIL

Aperçu des ventes au détail

- ▶ La valeur totale des ventes des produits de boulangerie, qui comprennent aussi les produits de boulangerie et desserts surgelés, s'est élevée à 8,6 G\$ CAN en 2011. Le marché s'est accru au taux annuel composé (TCAC) de 3,3 % au cours de la période 2006-2011. Le volume total des ventes a représenté un peu moins de 1,2 million de tonnes en 2011, et a progressé au TCAC de 1,4 % durant la même période.
- ▶ Le pain a constitué la principale sous-catégorie pour la valeur des ventes, lesquelles se sont chiffrées à 3,5 G\$ CAN, dont 2,2 G\$ pour le pain emballé ou industriel, 1,2 G\$ pour le pain non emballé ou de fabrication artisanale, et 73,1 M\$ pour les substituts de pain comme le pain croustillant ou pain à collation. Entre 2006 et 2011, les ventes de pain ont progressé au TCAC de 5 % et au TCAC de 2,5 % en volume. Les ventes de produits de boulangerie surgelés ont également crû à un rythme soutenu, au TCAC de 5 % durant la même période, pour se chiffrer à 253 M\$ CAN en 2011.
- ▶ En volume, les ventes de l'ensemble du secteur canadien de la boulangerie ont affiché une croissance limitée durant la période 2006-2011, essentiellement parce que le marché canadien est en voie de saturation. Les ventes de desserts surgelés ont reculé, à la fois en valeur et en volume au cours de la même période.

Prévisions des ventes au détail

- ▶ Les ventes de produits de boulangerie au Canada devraient se chiffrer à 9,6 G\$ CAN d'ici 2016, progressant au TCAC de 2,3 % entre 2011 et 2016. En volume, elles stagneront probablement au TCAC de 1,4 %. Toutefois, dans certaines sous-catégories, notamment celle des gâteaux secs sucrés dont le volume des ventes a reculé au cours de cette période, les ventes devraient se redresser durant la période 2011-2016, quoique la valeur continuera de croître à un rythme stable.
- ▶ La sous-catégorie du pain non emballé ou de fabrication artisanale continuera de profiter d'une croissance relativement soutenue par rapport aux autres sous-catégories. Au cours de la période 2011-2016, les ventes de ces produits afficheront la croissance la plus forte tant en valeur qu'en volume; elles devraient se chiffrer à 1,4 M\$ CAN (TCAC de 3,7 %) et représenter 190 000 tonnes d'ici 2016 (TCAC de 2,5 %).
- ▶ La sous-catégorie des produits de boulangerie surgelés enregistrera une croissance modérée par rapport aux autres, et les ventes totales devraient se chiffrer à 292,4 M\$ CAN (TCAC de 2,5 %) et représenter 27 300 tonnes (TCAC de 2,2 %) au cours de la période à l'étude. Les ventes de desserts surgelés reculeront tant en valeur qu'en volume. Les ventes de gâteaux, pâtisseries et gâteaux secs devraient enregistrer une croissance limitée sur les deux plans entre 2011 et 2016.



Source : Shutterstock



► VENTES AU DÉTAIL (suite)

Produits de boulangerie au Canada, taille du marché selon la valeur des ventes au détail
(données historiques/prévisions) en M\$ CAN

Catégorie	2006	2011	2012	2016	2006-2011 TCAC*	2011-2016 TCAC*
Produits de boulangerie - Total	7 332,1	8 636,0	8 837,7	9 584,3	3,3 %	2,3 %
Produits de boulangerie-pâtisserie	4 527,0	5 535,1	5 669,2	6 180,0	4,1 %	2,2 %
Pain	2 742,3	3 503,3	3 608,8	4 013,0	5,0 %	2,8 %
Substituts du pain	58,1	73,1	75,1	81,5	4,7 %	2,2 %
Pain emballé ou industriel	1 718,4	2 202,0	2 255,1	2 459,7	5,1 %	2,2 %
Pain non emballé ou artisanal	965,8	1 228,1	1 278,6	1 471,8	4,9 %	3,7 %
Gâteaux	705,9	759,8	766,6	804,9	1,5 %	1,2 %
Gâteaux emballés ou industriels	277,4	279,0	279,8	282,6	0,1 %	0,3 %
Gâteaux non emballés ou artisanaux	428,4	480,8	486,8	522,3	2,3 %	1,7 %
Pâtisseries	1 078,8	1 272,1	1 293,8	1 362,1	3,4 %	1,4 %
Pâtisseries emballées ou industrielles	549,5	624,9	632,7	655,0	2,6 %	0,9 %
Pâtisseries non emballées ou artisanales	529,3	647,1	661,1	707,1	4,1 %	1,8 %
Gâteaux secs	1 274,0	1 392,7	1 417,9	1 506,5	1,8 %	1,6 %
Gâteaux secs salés et craquelins	466,4	537,9	550,9	596,1	2,9 %	2,1 %
Gâteaux secs sucrés	807,6	854,8	867,0	910,4	1,1 %	1,3 %
Biscuits enrobés de chocolat	57,4	56,5	56,7	57,5	-0,3 %	0,3 %
Biscuits	243,6	263,1	267,4	281,8	1,5 %	1,4 %
Biscuits fourrés	27,9	23,4	22,7	20,5	-3,5 %	-2,6 %
Petits-beurre	275,3	319,9	328,2	358,3	3,0 %	2,3 %
Biscuits-sandwich	203,4	191,9	192,1	192,3	-1,2 %	0,0 %
Céréales de petit-déjeuner	1 239,5	1 377,7	1 411,9	1 542,7	2,1 %	2,3 %
Céréales chaudes	146,1	179,9	184,5	202,4	4,3 %	2,4 %
Céréales prêtes à manger	1 093,4	1 197,8	1 227,4	1 340,3	1,8 %	2,3 %
Céréales de petit-déjeuner pour enfants	247,0	222,2	223,7	230,5	-2,1 %	0,7 %
Céréales de petit-déjeuner pour la famille	846,4	975,6	1 003,7	1 109,8	2,9 %	2,6 %
Produits de boulangerie surgelés	202,3	253,0	268,5	292,4	5,0 %	2,5 %
Desserts surgelés	89,3	71,6	70,3	62,7	-4,3 %	-2,6 %

Source : Euromonitor International, 2012.

* TCAC : taux de croissance annuel composé.



► **VENTES AU DÉTAIL (suite)**

**Produits de boulangerie au Canada, taille du marché selon le volume des ventes au détail
(données historiques/prévisions) en milliers de tonnes**

Catégorie	2006	2011	2012	2016	2006-2011 TCAC*	2011-2016 TCAC*
Produits de boulangerie	1 074,1	1 150,2	1 167,5	1 231,0	1,4 %	1,4 %
Produits de boulangerie-pâtisserie	733,2	804,5	817,9	867,3	1,9 %	1,5 %
Pain	500,7	565,3	576,9	620,1	2,5 %	1,9 %
Substituts du pain	5,9	6,8	6,9	7,3	2,9 %	1,4 %
Pain emballé ou industriel	344,0	390,5	398,0	422,9	2,6 %	1,6 %
Pain non emballé ou artisanal	150,8	168,0	171,9	190,0	2,2 %	2,5 %
Gâteaux	79,2	77,9	78,1	79,0	-0,3 %	0,3 %
Gâteaux emballés ou industriels	32,0	29,6	29,5	28,9	-1,5 %	-0,5 %
Gâteaux non emballés ou artisanaux	47,2	48,3	48,6	50,1	0,4 %	0,7 %
Pâtisseries	153,4	161,3	162,9	168,2	1,0 %	0,8 %
Pâtisseries emballées ou industrielles	79,0	83,2	83,9	85,4	1,0 %	0,5 %
Pâtisseries non emballées ou artisanales	74,4	78,1	79,1	82,8	1,0 %	1,2 %
Gâteaux secs	133,1	133,2	134,3	138,0	0,0 %	0,7 %
Gâteaux secs salés et craquelins	49,1	52,1	52,5	53,7	1,2 %	0,6 %
Gâteaux secs sucrés	84,0	81,1	81,8	84,3	-0,7 %	0,8 %
Biscuits enrobés de chocolat	4,5	4,1	4,0	4,0	-2,2 %	-0,5 %
Biscuits	25,1	24,5	24,7	25,1	-0,4 %	0,5 %
Biscuits fourrés	3,2	2,5	2,4	2,1	-4,5 %	-3,6 %
Petits-beurre	30,6	32,3	33,0	35,9	1,1 %	2,1 %
Biscuits-sandwich	20,6	17,7	17,6	17,2	-3,0 %	-0,5 %
Céréales de petit-déjeuner	175,9	179,6	181,9	191,6	0,4 %	1,3 %
Céréales chaudes	34,1	37,4	38,1	40,7	1,9 %	1,7 %
Céréales prêtes à manger	141,8	142,2	143,8	151,0	0,1 %	1,2 %
Céréales de petit-déjeuner pour enfants	30,6	25,3	25,3	25,2	-3,7 %	0,0 %
Céréales de petit-déjeuner pour la famille	111,2	116,9	118,5	125,7	1,0 %	1,5 %
Produits de boulangerie surgelés	20,9	24,5	25,2	27,3	3,2 %	2,2 %
Desserts surgelés	11,0	8,5	8,2	6,7	-5,1 %	-4,6 %

Source : Euromonitor International, 2012.

* TCAC : taux de croissance annuel composé.



▶ PART DE MARCHÉ PAR SOCIÉTÉ

- ▶ Les principaux acteurs du marché canadien des produits de boulangerie offrent des gammes stables et bien établies qui soutiennent leurs ventes et leur croissance. Par exemple, George Weston Ltée occupe le premier rang dans les catégories des pains et des substituts de pain depuis 2006 grâce à ses trois principales marques de pain Wonder Bread, D'Italiano et Country Harvest. Dans la sous-catégorie des céréales de petit-déjeuner, Kellogg Canada Inc. détient la plus grande part du marché, ce qui lui a permis de rester dans le peloton de tête sur le grand marché des produits de boulangerie. Pour ce qui est des gâteaux secs, Kraft Foods Inc. occupait la première position grâce à sa part de 42,5 % de tout le marché des gâteaux secs en 2010*.
- ▶ Chef de file de la boulangerie, George Weston Ltd. détenait 7,9 % du marché en 2011. Au premier rang aussi dans la sous-catégorie des produits de boulangerie-pâtisserie (12,7 % en 2010), la société a été le meilleur vendeur de substituts du pain (51 % du marché en 2010*). George Weston Ltée sera probablement aussi le numéro un sur le marché du pain emballé ou industriel durant la période 2011-2016.
- ▶ Kellogg Canada Inc. est restée au deuxième rang dans le marché de la boulangerie, soutenue par les ventes dynamiques de ses céréales de petit-déjeuner. La société détenait 7,6 % de l'ensemble de ce marché en 2011, et était à l'origine de 43 % des ventes de céréales de petit déjeuner en 2010. Sa marque Special K dominait le marché des céréales de petit-déjeuner en 2010 (12 %).
- ▶ D'après Euromonitor (2011), le marché canadien des produits de boulangerie se fragmente de plus en plus à mesure que les boulangeries artisanales étendent leurs activités. C'est particulièrement évident dans la sous-catégorie du pain, des gâteaux et des pâtisseries, où la part des boulangeries artisanales s'élevait à 42 %. Les marques maison ont également enregistré d'excellents résultats entre 2006 et 2011.

Produits de boulangerie au Canada, part de marché des sociétés, selon la valeur des ventes au détail (%)**

Sociétés	2006	2007	2008	2009	2010	2011
George Weston Ltée	7,1	7,5	7,6	7,8	8,0	7,9
Kellogg Canada Inc.	7,5	7,7	7,7	7,7	7,7	7,6
Les Aliments Maple Leaf Inc.	6,5	6,8	7,0	7,3	7,4	7,3
Kraft Canada Inc.	9,3	9,4	7,5	7,4	7,2	7,0
General Mills Inc.	3,5	3,3	3,1	3,0	2,8	2,8
Saputo Inc.	3,1	3,0	2,9	2,9	2,8	2,7
PepsiCo Canada Ltée	2,3	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4
Les Aliments Dare Ltée	2,6	2,6	2,5	2,4	2,4	2,3
Ralcorp Holdings Inc.	-	-	1,8	1,8	1,7	1,6
Les Soupes Campbell Ltée	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Associated British Foods Plc. (ABF)	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Hostess Brands Inc.	-	-	-	0,3	0,3	0,3
Milano Foods & Biscuits Ltd.	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
B & G Foods Inc.	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Service alimentaire Sara Lee Ltée	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Interstate Bakeries Corp.	0,6	0,4	0,4	-	-	-
Danone Inc.	0,6	-	-	-	-	-
Boulangeries artisanales	28,2	28,4	28,6	28,7	28,9	29,2
Marques maison	15,1	15,1	15,3	15,5	15,7	15,5
Autres	12,3	12,1	11,7	11,4	11,3	12,0

Source : Euromonitor International, 2012.

*Note : Les données les plus récentes sur les parts de marché de toutes les sous-catégories de la boulangerie datent de 2010.

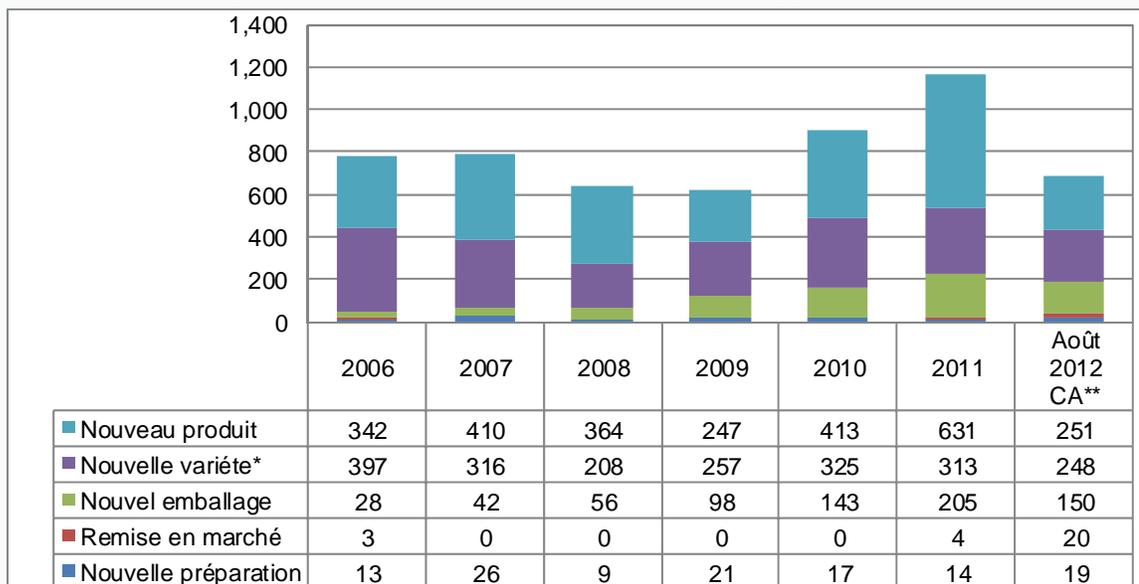
**Note : Les données sur les parts de marché sont fondées sur la valeur globale des ventes au détail dans les sous-catégories des produits de boulangerie, sauf celle des produits de boulangerie et desserts surgelés, pour laquelle les données ne sont pas disponibles.



▶ LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE

- ▶ Selon Mintel, 5 590 nouveaux produits de boulangerie, surgelés et autres, ont été introduits sur le marché canadien entre janvier 2006 et août 2012, le plus grand nombre d'entre eux (1 167) ayant été lancés en 2011.
- ▶ Les plus nombreux lancements de produits de boulangerie concernent toujours les produits « nouveaux » et les « nouveaux éléments de gamme ». C'était d'ailleurs le cas de plus de 90 % des lancements entre 2006 et 2008, alors que les produits commercialisés sous nouvel emballage n'ont représenté que 5,7 % des lancements. Depuis 2009, un nombre croissant de produits sous nouvel emballage ont été mis sur le marché; les remises en marché ont été les plus nombreuses entre janvier 2012 et août 2012.

**Nouveaux produits de boulangerie lancés au Canada
entre janvier 2006 et août 2012, selon l'année et le type de lancement**



Source : Mintel, 2012.

* Note : Les nouvelles variétés comprennent les nouveaux éléments de gamme. **CA : Cumul annuel.

Nouveaux produits de boulangerie lancés au Canada entre janvier 2006 et août 2012 par les dix premières sociétés

Entreprise	Nombre de produits
Loblaws	434
Sobeys	188
Kellogg	158
General Mills	153
Wal-Mart	145
Kraft	124
Dare Foods	115
Safeway	104
Les Marques Metro	100
Boulangeries Weston Ltée	72

Source : Mintel, 2012

Principales sociétés

- ▶ Le marché de la boulangerie est fortement fragmenté par la présence de nombreux acteurs et de multiples produits. Bien que les dix premières sociétés étaient à l'origine de 1 593 nouveaux produits (28 %), les 938 autres ont mis 3 397 nouveaux produits sur le marché (72 %) au cours de la période 2006-2012.
- ▶ Dans toutes les catégories de produits, Loblaws compte le plus grand nombre de lancements, forte de 434 produits, et est à l'origine de 7,8 % de tous les nouveaux produits lancés entre 2006 et 2011. C'est aussi Loblaws qui a fait le plus de lancements dans la sous-catégorie des gâteaux secs sucrés et biscuits (112 produits), et dans celle des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés (92 produits).
- ▶ Dans la sous-catégorie du pain et des produits panifiés, ce sont les Boulangeries Weston et Loblaws qui ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits (71 chacune), tandis que Kellogg a introduit le plus de nouveaux produits de la sous-catégorie des céréales froides (133 produits).

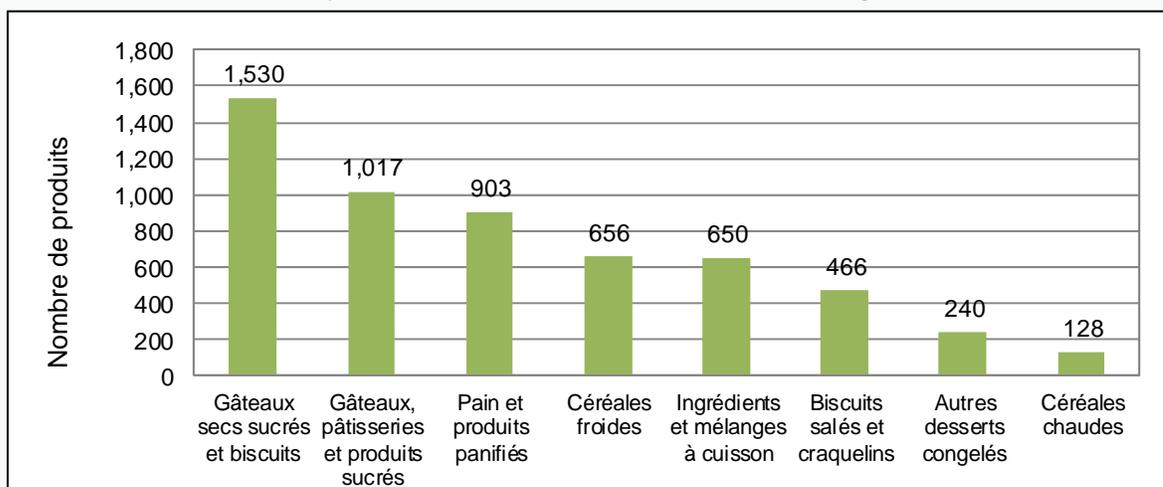


▶ LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE (suite)

Principales catégories

- ▶ La sous-catégorie des gâteaux secs et biscuits est celle à laquelle sont venus se greffer le plus de nouveaux produits, 1 530 nouveautés ayant été mises sur le marché entre 2006 et 2012, suivie de la sous-catégorie des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés à laquelle se sont ajoutées 1 017 nouveautés. Bien que de nouveaux produits aient enrichi la plupart des sous-catégories, le nombre de nouveautés a diminué en 2011 dans les sous-catégories des céréales froides et des gâteaux secs salés et craquelins.

Nouveaux produits de boulangerie lancés au Canada entre janvier 2006 et août 2012, selon la sous-catégorie



Source : Mintel, 2012

Nouveaux produits de boulangerie lancés au Canada entre janvier 2006 et juillet 2012, selon les 15 principales allégations

Allégations	Nombre de produits
Casher	1 724
Teneur faible, nulle ou réduite en gras trans	1 178
Sans additif, sans agent de conservation	823
Emballage respectueux de l'environnement	785
Grains entiers	751
Teneur faible, nulle ou réduite en gras	592
Teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	517
Biologique	469
Riche en fibres ou fibres ajoutées	376
100 % naturel	376
Teneur faible, nulle ou réduite en gras saturés	345
Teneur faible, nulle ou réduite en cholestérol	330
Sans gluten	308
Réchauffable au four à micro-ondes	256
Pour enfants (de 5 à 12 ans)	222

Source : Mintel, 2012

Principales allégations

- ▶ Les allégations associées aux nouveaux produits de boulangerie invoquent essentiellement la valeur nutritive, la présence d'ingrédients naturels et la teneur faible, nulle ou réduite en certains éléments.
- ▶ Durant toute la période 2006-2012, l'allégation casher a visé le plus grand nombre de produits (1 724 produits), en particulier les ingrédients de cuisson et mélanges, desserts sucrés, dont les gâteaux, pâtisseries, produits sucrés, gâteaux secs sucrés et biscuits ainsi que les desserts surgelés.
- ▶ L'allégation invoquant la teneur faible, nulle ou réduite en gras trans venait au second rang et visait 1 178 produits, dont principalement les gâteaux secs salés et les craquelins.
- ▶ À mesure qu'augmentait le nombre de produits sous nouvel emballage, les allégations faisant état d'un emballage respectueux de l'environnement augmentaient aussi. Entre 2008 et 2010, le nombre des nouveaux produits se présentant sous un emballage dit respectueux de l'environnement a doublé chaque année.



▶ LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE (suite)

Saveurs

- ▶ Dans la plupart des sous-catégories des produits de boulangerie, la saveur la plus courante était « non aromatisé ou nature ». Dans le cas des produits de boulangerie sucrés, dont les gâteaux, pâtisseries, desserts surgelés, gâteaux secs sucrés et biscuits, la saveur la plus courante était le chocolat de différentes variétés.

Ingrédients

- ▶ Si beaucoup de produits combinent diverses farines, c'est la farine de blé qui a été la plus utilisée; sur 2 400 produits, 1 909 contenaient de la farine de blé ordinaire, 330 de la farine de blé entier et 160, divers autres types de farine de blé.
- ▶ Depuis 2009, de plus en plus de produits de boulangerie contiennent de la farine de riz. Des 290 produits faits avec de la farine de riz lancés au cours de la période 2006-2012, 40 % étaient des céréales chaudes (116), 22 % étaient des gâteaux secs sucrés et des biscuits (65) et 12,8 % étaient des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés (37). De ces 290 produits, 29 % (85) étaient exempts de gluten.
- ▶ Dans l'ensemble, beaucoup de nouveaux produits de boulangerie ont été créés ou modifiés; des grains, farines et amidons inhabituels comme le chia et le quinoa y ont été incorporés pour en accroître la valeur nutritive. Si peu de produits contenant du chia (21) et du quinoa (10) ont été lancés au cours de la période visée, les sous-catégories des céréales, gâteaux secs et biscuits en offrent déjà depuis quelques années.



Les craquelins **Smart Seeds Crispy Snacks** de Milton contiendraient des graines de chia grillées (ingrédient ancien considéré comme un « super aliment ») et leur teneur en fibres serait élevée. Ce produit a été lancé en août 2012.
Source : Mintel, 2012.

Les **biscuits de quinoa aux pépites de chocolat Gogo Quinoa** de Cie Ameriks sont exempts de blé et de gluten. Ces biscuits biologiques conviennent bien aux végétaliens. Ils ont été mis sur le marché en avril 2011.

Source : Mintel, 2012.



Nouveaux produits lancés au Canada entre janvier 2006 et août 2012, par sous-catégorie* et saveur

Sous-catégorie	Saveur	Nombre de produits
Gâteaux secs sucrés et biscuits	Chocolat (non précisé)	260
	Non aromatisé ou nature	113
	Lait au chocolat	65
	Chocolat noir	58
	Vanille (y compris Bourbon ou de Madagascar)	44
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	Chocolat (non précisé)	132
	Non aromatisé ou nature	78
	Bleuets	54
	Pomme	39
	Cannelle	29
Pain et produits panifiés	Non aromatisé ou nature	553
	Ail	25
	Cannelle et raisins	18
	Fromage (non précisé)	11
	Romarin	7
Céréales froides	Non aromatisé ou nature	202
	Miel	28
	Miel et noix	22
	Raisins	19
	Petites baies	17
Ingrédients de cuisson et mélanges	Non aromatisé ou nature	186
	Chocolat (non précisé)	101
	Vanille (y compris Bourbon ou de Madagascar)	26
	Chocolat noir	14
	Lait au chocolat	12
Gâteaux secs salés et craquelins	Non aromatisé ou nature	147
	Cheddar	25
	Légumes	21
	Sésame (non précisé)	15
	Fromage (non précisé)	13
Desserts surgelés	Chocolat (non précisé)	40
	Tiramisu	14
	Gâteau au fromage	9
	Vanille (y compris Bourbon ou de Madagascar)	9
	Framboises	8
Céréales chaudes	Non aromatisé ou nature	62
	Pommes et cannelle	19
	Érable et cassonade	15
	Pêches et crème	7
	Saveurs multiples	5

Source : Mintel, 2012. ***Note** : Comme Mintel ne classe pas les produits de boulangerie surgelés dans une catégorie distincte, les nouveaux produits de ce groupe sont compris dans ce tableau et sont ventilés selon les types de produits (le pain à l'ail surgelé figure avec le pain et les produits panifiés).



▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE

Voici quelques exemples de nouveaux produits de boulangerie lancés au Canada entre janvier 2012 et août 2012, selon la base de données de Mintel sur les nouveaux produits (2012).



Muffins anglais aux tomates séchées et au basilic

Société : Oakrun Farm Bakery
Marque : Oakrun Farm Bakery
Sous-catégorie : Pain et produits panifiés
Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme

Prix (\$ CAN) : 2,00 \$
Emballage : Souple, plastique
Date de publication : Août 2012

Allégations : Teneur faible, nulle ou réduite en cholestérol, casher, teneur faible, nulle ou réduite en gras, teneur faible, nulle ou réduite en gras trans, teneur faible, nulle ou réduite en gras saturés.

Ingrédients : Farine (enrichie), eau, levure, tomates séchées au soleil (sulfite), sirop de glucose et de fructose, pâte de tomates au basilic, pâte de tomate (fromage parmesan, fromage romano sec (modifié), sel, enzymes alimentaires, cellulose), huile de colza à faible teneur en acide érucique, ail, basilic, sel, amidons modifiés, poudre de tomate, huile de soja, huile de maïs, épices, dioxyde de silicose, sorbate de potassium, acide citrique (acides alimentaires), sels, farines de maïs, semoule de maïs, malt, farine d'orge, gluten, vinaigres, huile de soja, propionate de calcium, mono et diglycérides végétaux, dihydrogénophosphate de calcium, acide fumarique (acides alimentaires), diacétyl, silicate de calcium, sulfate de calcium, amylases, xylanases.

Description du produit : Les muffins anglais aux tomates séchées au soleil et au basilic d'Oakrun Farm Bakery sont faibles en gras et en gras saturés et exempts de cholestérol et de gras trans. Ces muffins certifiés casher sont une solution idéale pour les sandwichs, les hamburgers et les mini-pizzas, et comme collation. Ils se vendent au détail en paquet de 340 g.



Gourmandises mangue et noix de coco

Société : Loblaws
Marque : Choix du Président
Sous-catégorie : Gâteaux secs sucrés et biscuits
Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme
Allégations : Sans additifs et agents de conservation, casher, emballage respectueux de l'environnement

Prix (\$ CAN) : 2,99 \$
Emballage : Plastique (non précisé)
Date de publication : Juin 2012

Ingrédients : Farine de blé (enrichie), beurre, sucre à glacer, sucre blanc, garniture à la mangue (sucre blanc, sirop de glucose et de fructose, sorbitols, purée de mangue), eau, pectines, substances aromatisantes naturelles, sels (E331), acide citrique (acides alimentaires), polydiméthylsiloxane, noix de coco grillée, huile de palme (modifiée), huile de palmiste (modifiée), produits laitiers (sauf fromage, modifiés), fécule de maïs, œufs déshydratés (entiers, en poudre), hydrogénocarbonate d'ammonium, hydrogénocarbonate de sodium, sel, lécithine, colorants naturels

Description du produit : Les Gourmandises mangue et noix de coco Choix du Président sont des biscuits croquants faits avec du beurre de laiterie, de la véritable purée de mangue et de la noix de coco grillée râpée. Ce produit casher ne contient aucun aromatisant artificiel et se vend au détail dans un emballage recyclé de 350 g.



Biscuits Morceaux de chocolat

Société : Voortman Cookies
Marque : Voortman
Sous-catégorie : Gâteaux secs sucrés et biscuits
Allégations : Casher, teneur faible, nulle ou réduite en gras

Type de lancement : Nouvelle préparation
Prix (\$ CAN) : 2,69 \$
Emballage : Souple, plastique
Date de publication : Mai 2012

Ingrédients : Farine de blé (enrichie), pépites de chocolat (liqueur de cacao, sucre blanc, lécithine, vanille), sucre blanc, huiles végétales (huile de colza à faible teneur en acide érucique, huile de soja, huile de palme [modifiée], huile de palmiste [modifiée], huile de tournesol), sirop de glucose et de fructose, hydrogénocarbonate de sodium, sel, œufs déshydratés (entiers), hydrogénocarbonate d'ammonium, arômes naturels et artificiels, poudre de lactosérum, colorants

Description du produit : Les biscuits Morceaux de chocolat de Voortman ont été améliorés. Certifiés casher, ils ne contiennent aucun gras trans et se vendent au détail en paquet de 400 g.

Source de toutes les données : Mintel, 2012.



▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE (suite)



Granola faible en gras

Société : Kellogg

Marque : Special K de Kellogg

Sous-catégorie : Céréales froides

Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme

Allégations : Casher, teneur faible, nulle ou réduite en gras, teneur faible, nulle ou réduite en gras trans, grains entiers, emballage respectueux de l'environnement, amincissant

Prix (\$ CAN) : 2,97 \$

Emballage : Souple, plastique

Date de publication : Août 2012

Ingrédients : Avoine (grains entiers), sucre blanc, sirop de glucose, son d'avoine, riz, miel, amidons modifiés, semoule de soja, mélasse, dextrine, substances aromatisantes naturelles, farines de maïs, gomme arabique, sel, protéines de soja, fibres d'avoine (décortiquées, source de fibres alimentaires), sucre de canne (élevaporé), malt (farine de maïs, extrait d'orge maltée), farine de sésame, colorants, monoglycérides distillés, butyl hydroxytoluène, micronutriments (fer, niacinamide, pantothénate de calcium, oxyde de zinc, chlorhydrate de thiamine, chlorhydrate de pyridoxine, acide folique)

Description du produit : Les céréales Special K* Granola faible en gras contiennent 50 % moins de gras par portion que les céréales granola du principal concurrent. Elles sont une source de huit nutriments essentiels et de fer, contiennent 32 g de grains entiers par portion et sont exemptes de gras trans. Ce produit casher se vend au détail dans un emballage de 553 g fait à 100 % de fibres de papier recyclées.



Cinnamon and Brown Sugar Bread Pudding & More

Société : MeMeMe

Marque : Marcy's

Sous-catégorie : Ingrédients de cuisson et mélanges

Type de lancement : Nouveau produit

Emballage : Sachet souple à fond plat, film métallisé

Prix (\$ CAN) : 4,19 \$

Emballage : Plastique (non précisé)

Date de publication : Août 2012

Allégations : Réchauffable au four à micro-ondes

Ingrédients : Pain calabrais (farine de blé enrichie, eau, sel, levure, farine d'orge maltée, alpha-amylase, vitamine C, acides alimentaires), sucre blanc, raisins (raisins, huiles végétales), huile de colza à faible teneur en acide érucique, épices, sel

Description du produit : Le Pouding de pain perdu cannelle et cassonade de Marcy's est réchauffable au four à micro-ondes. Fait d'ingrédients naturels, ce produit se vend au détail dans un sac de 250 g au dos duquel figurent deux recettes : une recette traditionnelle et une recette aux baies d'été.



Organic Multigrain Crackers

Société : Partners

Marque : Partners Blue Star Farms

Sous-catégorie : Gâteaux secs salés et craquelins

Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme

Prix (\$ CAN) : 4,79 \$

Emballage : Souple, plastique

Date de publication : Février 2012

Allégations : Teneur faible, nulle ou réduite en gras trans, emballage respectueux de l'environnement, produit respectueux de l'environnement, biologique, casher, grains entiers

Ingrédients : Farine (biologique, non blanchie), babeurre (biologique), huile de colza à faible teneur en acide érucique (biologique), farine de blé entier (biologique), farine de maïs entier (biologique), sucre de canne (biologique, évaporé), farine d'amarante entière (biologique), farine de quinoa entier (biologique), tourteau de lin (biologique), eau, sel de mer, hydrogencarbonate de sodium, sel casher

Description du produit : Les craquelins multigrains biologiques de Partners Blue Star Farms sont faits de farines de lin, de quinoa et d'amarante moulues sur pierre. Biologiques et certifiés casher, ils ne contiennent aucune huile hydrogénée et se vendent au détail dans un paquet recyclable de 142 g. Le fabricant adhère aux principes du recyclage et de la gestion durable des forêts, et 100 % de l'électricité consommée par la production provient de sources d'énergie verte.

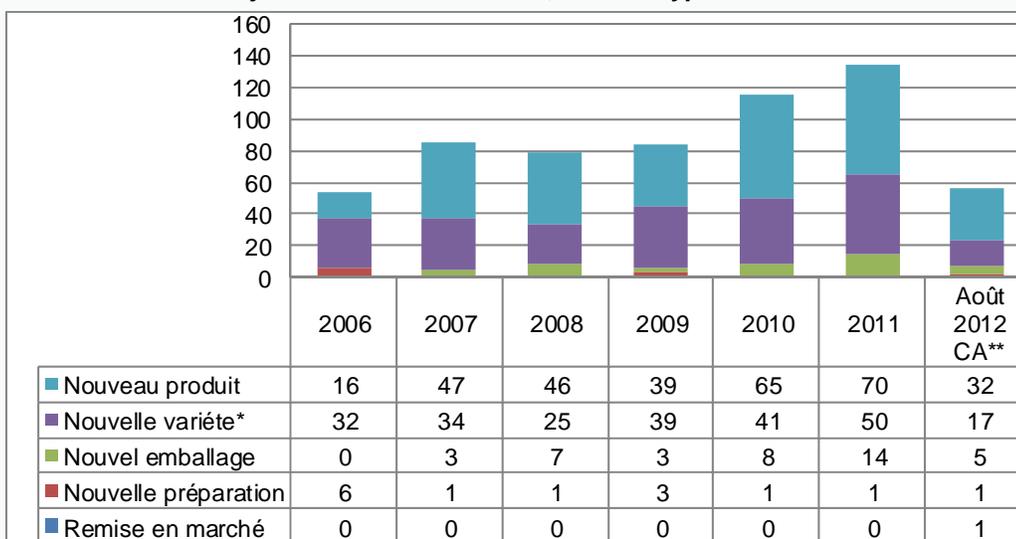
Source de toutes les données : Mintel, 2012.



▶ NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE ET DESSERTS SURGELÉS

- ▶ D'après Mintel, 608 nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés ont été mis sur le marché canadien entre janvier 2006 et août 2012. D'entre eux, 315 ont été classés comme nouveaux (51,8 %), 238 étaient de nouvelles variétés ou de nouveaux éléments de gamme (39,1 %) et 40 avaient un nouvel emballage (6,6 %). C'est en 2011 qu'ont été lancés le plus de nouveautés (135 produits). Entre janvier et août 2012, le nombre de nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés a diminué d'environ 42 % par rapport à la même période en 2011.
- ▶ Par sous-catégorie, celle des desserts surgelés réunissait le plus de nouveautés, avec 234 produits (38,5 %), suivie de celle des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés qui comptait 217 nouveaux produits (35,7 %). Aux autres sous-catégories sont venus se greffer 85 nouveaux pains et produits panifiés (14 %), 59 ingrédients de cuisson et mélanges (9,7 %), 10 gâteaux secs sucrés et biscuits (1,6 %) et 3 céréales chaudes (0,5 %).

Nouveaux produits de boulangerie surgelés lancés au Canada entre janvier 2006 et août 2012, selon le type de lancement



Source :Mintel, 2012. *Les nouvelles variétés comprennent les nouveaux éléments de gamme. **CA : Cumul annuel.

Nouveaux produits de boulangerie surgelés lancés au Canada entre janvier 2006 et juillet 2012, selon les 10 principales allégations

Allégations	Nombre de produits
Casher	148
Teneur faible, nulle ou réduite en gras trans	76
Teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	73
Sans additif ou agent de conservation	71
Réchauffable au four à micro-ondes	70
Facile à préparer	52
Sans gluten	48
Multigrains	42
Emballage respectueux de l'environnement	40
100 % naturel	37

Source: Mintel, 2012

Principales allégations

- ▶ L'allégation casher était l'allégation la plus couramment associée aux produits de boulangerie et desserts glacés et visait 148 produits, suivie de la mention de la teneur faible, nulle ou réduite en gras trans, laquelle était inscrite sur 76 produits. La teneur faible, nulle ou réduite en allergènes (71 produits), l'absence d'additifs ou d'agents de conservation (71) et la possibilité de réchauffer au four à micro-ondes (70) figuraient parmi les autres allégations les plus courantes.
- ▶ La facilité de préparation était l'allégation la plus courante pour ce qui est des ingrédients de cuisson et des mélanges. Quant aux gâteaux, pâtisseries et produits sucrés surgelés, la possibilité de réchauffer au four à micro-ondes était l'allégation axée sur la commodité la plus courante (45 produits)



► **NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE ET DESSERTS SURGELÉS (suite)**

Principales sociétés

- Entre janvier 2006 et août 2012, 167 sociétés ont lancé des produits de boulangerie et desserts surgelés.
- Dans cette sous-catégorie, Loblaws a lancé 67 nouveaux produits, soit le plus grand nombre (11 %), devant les Aliments M&M qui a mis sur le marché 36 produits (5,9 %) et Sobeys qui a lancé 35 produits (5,8 %).

Saveurs

- Les nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés mis sur le marché entre janvier 2006 et août 2012 se déclinaient en 231 saveurs. La plus courante dans cette sous-catégorie était « non aromatisé ou nature » (90 produits), suivie des saveurs de chocolat (77) et de bleuets (21). La saveur de pomme (15) et de tiramisu (14) figuraient parmi les autres saveurs les plus courantes.

Nouveaux produits de boulangerie surgelés lancés au Canada entre janvier 2006 et août 2012, selon la sous-catégorie et les 5 premières sociétés

Sous-catégorie	Société	Nombre de produits
Desserts surgelés	Loblaws	35
	Sobeys	18
	Aliments M&M	14
	Elite Sweets	14
	Turtle Mountain	11
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	Loblaws	21
	Aliments M&M	17
	Vitalicious	14
	Sobeys	14
	Wal-Mart	9
Pains et produits panifiés	Kim & Scott's Gourmet Pretzel	8
	Nature's Path Foods	7
	Loblaws	6
	Rubicon Food Products	4
	La Brea Bakery	4
Ingrédients de cuisson et mélanges	General Mills	9
	Bonté Foods	6
	Kokopelli Kitchen	4
	GlutenFreeda's	4
	Canada Bread	4
Gâteaux secs sucrés et biscuits	Fraser Valley Gourmet	3
	Quejo's Cheesebuns	3
	Udi's Gluten Free Foods	2
	Aliments M&M	1
	Loacker	1
Céréales chaudes	Loblaws	2
	Les Plats du Chef	1

Source : Mintel, 2012



La **Tarte à la crème guim-o-choco de Loblaws** est un dessert surgelé prêt à servir, lancé en juin 2012.
Source : Mintel, 2012.



Les **Fonds de tartelettes de Sobeys** se prêtent aussi bien à la préparation des tartelettes sucrées que salées. Le produit a été mis sur le marché en juin 2011.
Source : Mintel, 2012.



Les **Carrés bons en citron des Aliments M&M** sont une préparation aigrelette au citron sur une pâte sablée au beurre. Ce produit surgelé a été lancé en novembre 2011.
Source : Mintel, 2012



▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE ET DESSERTS SURGELÉS

Voici quelques exemples de nouveaux produits de boulangerie et desserts surgelés lancés au Canada entre janvier 2012 et août 2012, selon la base de données de Mintel sur les nouveaux produits (2012).



Chocolate Chip Lava Cookies

Société : Chudleigh's
Marque : Chudleigh's Delicious Rewards
Sous-catégorie : Gâteaux, pâtisseries et aliments sucrés
Type de lancement : Nouveau produit
Allégations : Réchauffable au four à micro-ondes, facile à préparer, médias sociaux

Prix (\$ CAN) : 9,89 \$
Emballage : Souple
Date de publication : Juillet 2012

Ingrédients : Farine de blé (enrichie), sucre blanc, crème au chocolat (sucre blanc, soja, huile de palme, huile de palmiste), cacao alcalinisé (transformé, carbonates de potassium, lécithine, sel, aromatisants naturels), beurre salé, graisses végétales (huile de palme, soja, huile de palme modifiée), œufs liquides (entiers), chocolat (sucre blanc, liqueur de cacao, dextrose anhydre, beurre de cacao, lécithine, extrait de vanille), mélasse, sel, aromatisants naturels, hydrogénocarbonate de sodium.

Description du produit : Les biscuits aux pépites de chocolat Delicious Rewards Chocolate Chip Lava Cookies de Chudleigh's sont entièrement cuits. Ces biscuits moelleux et crémeux peuvent être réchauffés pendant 45 secondes au four à micro ondes, cuits au four, ou encore simplement décongelés. Chaque paquet contient huit biscuits ensachés individuellement, et un lien sur Facebook figure sur l'emballage.



Pain ciabatta à l'ail et aux olives

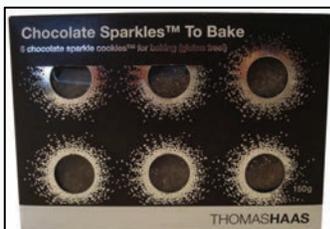
Société : Furlani's Food
Marque : Furlani
Sous-catégorie : Pains et produits panifiés
Emballage : Souple, plastique (non précisé)

Type de lancement : Nouveau produit
Prix (\$ CAN) : 4,19 \$
Date de publication : Août 2012

Ingrédients du pain : Farine de blé (enrichie), eau, olives vertes (olives, eau, sel, acide lactique [acides alimentaires], sorbate de potassium, acide citrique [acides alimentaires]), pain de seigle au levain (sec, farine de seigle, levure, cultures bactériennes, sel), farine de blé (fermentée), levure, sel, huile d'olive extra-vierge, extrait de malt de malt d'orge, glucose, propionate de calcium, farine de malt d'orge, vitamine C (acides alimentaires), amylases, lipases, origan (sec), basilic (sec)

Ingrédients de la tartinade : Huile de soja, eau, huile de palme, ail (déshydraté), sel, poudre de lactosérum, monoglycérides distillés, substances aromatisantes naturelles, acide citrique (acides alimentaires), persil (déshydraté), sorbate de potassium, colorant

Description du produit : La miche de pain ciabatta à l'ail et aux olives de Furlani peut être grillée; elle se vend au détail dans un emballage de 340 g sur lequel figure le label de qualité du fournisseur selon l'Analyse des risques et maîtrise des points critiques (HACCP). Le fabricant offre aussi un pain à l'ail et au parmesan.



Biscuits à cuire aux éclats de chocolat

Société : Thomas Haas Chocolate
Marque : Thomas Haas
Sous-catégorie : Ingrédients de cuisson et mélanges
Emballage : Souple, plastique (non précisé)
Allégations : Sans gluten, teneur faible, nulle ou réduite en allergènes

Type de lancement : Nouveau produit
Prix (\$ CAN) : 10,99 \$
Date de publication : Juin 2012

Ingrédients : Poudre de cacao, chocolat noir, œufs, amandes, beurre, sucre blanc, miel de mûres, sel

Description du produit : Les biscuits Chocolate Sparkle Cookies to Bake de Thomas Haas sont exempts de gluten et doivent être cuits au four de huit à dix minutes. Une fois prêts, ils peuvent être saupoudrés de sucre à glacer et servis tièdes. Le produit se vend au détail dans un emballage de 150 g qui contient six biscuits..

Source de toutes les données : Mintel, 2012.



▶ EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS DE BOULANGERIE ET DESSERTS SURGELÉS (suite)



Gâteaux baklava au fromage

Société : Arahova
Marque : Arahova
Sous-catégorie : Desserts surgelés

Type de lancement : Nouveau produit
Prix (\$ CAN) : 12,79 \$
Date de publication : Mars 2012

Ingrédients : Garniture de fromage à la crème (fromage à la crème [produits laitiers], cultures bactériennes, sel, gomme de caroube), garniture fouettée (eau, huile de palmiste [hydrogénée], sucre blanc, celluloses, polysorbate, esters polyglycéroliques d'acides gras [acides alimentaires], sel, gomme xanthane, propylène glycol, esters d'acides gras [acides alimentaires], lécithine, substances aromatisantes artificielles [colorants alimentaires]) crème [crème, lait, glucose, carraghénine, sucre blanc], chapelure de Graham (farine de blé, farine de Graham, sucre blanc, cassonade, graisses végétales), mélasse de qualité fantaisie, hydrogénocarbonate de sodium (en poudre), sel, hydrogénocarbonate d'ammonium, sucres invertis, arômes naturels et artificiels, épices, sel, amidons modifiés, hydrogénocarbonate de sodium (en poudre), monostéarate polyoxyéthylénique, polyoxyéthylène (20), caramels (colorants alimentaires, propylène glycol, sorbitols, rocou, propionate de sodium), nappage (miel, noix, eau, pâte phyllo, noix (farine, eau, amidons modifiés, sel, glucose, huile de colza à faible teneur en acide érucique, propionate de sodium, sorbate de potassium, beurre, cannelle)

Description du produit : Les gâteaux baklava au fromage d'Arahova se vendent au détail dans un emballage de 660 g contenant six portions de 110 g.



Gâteau May West de Vachon

Société : Saputo Bakery
Marque : Vachon May West
Sous-catégorie : Desserts surgelés desserts
Type de lancement : Nouveau produit

Prix (\$ CAN) : 5,99 \$
Emballage : Carton (carton dur blanc)
Date de publication : Mars 2012

Ingrédients : Sirop de glucose et de fructose, huile de palmiste (hydrogénée), farine de blé (enrichie), œufs liquides (entiers), margarine végétale (huile de palme modifiée, huile de palmiste), blancs d'œuf (liquides), poudre de cacao, hydrogénocarbonate de sodium (en poudre), fécule de maïs, mono and diglycérides d'acides gras, sel, produits laitiers (modifiés, sauf le fromage), carboxyméthylcellulose sodique, gomme xanthane, lécithine, substances aromatisantes artificielles, colorants (tartrazine)

Description du produit : Le gâteau May West de Vachon est parfait pour être partagé. Il se présente dans une boîte de 360 g de six à huit portions. Les variétés Jos Louis et Ah Caramel sont aussi offertes dans ce format



Barres muffin aux bananes et au chocolat

Société : Ange gardien
Marque : Les Aliments Ange gardien
Sous-catégorie : Gâteaux, pâtisseries et aliments sucrés
Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme

Prix (\$ CAN) : 4,99 \$
Emballage : Souple, plastique (non précisé)
Date de publication : Avril 2012

Allégations : Haute teneur en fibres ou fibres ajoutées, casher, teneur faible, nulle ou réduite en gras trans, teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, emballage respectueux de l'environnement, végétalien, aucun ingrédient d'origine animale, prébiotique

Ingrédients : Farine (mélanges, farine de blé [non raffinée], farine de blé entier), lait de soja (eau, huile de colza à faible teneur en acide érucique, farine de soja), purée de banane (pure, bananes, vitamine C), sucre de canne, chocolat (sucre blanc, liqueur de cacao, lécithine, extrait de vanille), inuline, huile de soja, margarine, hydrogénocarbonate de sodium (en poudre), hydrogénocarbonate de sodium, fibres d'agrumes (source de fibres alimentaires), gomme de guar, gomme xanthane, sel de mer

Description du produit : Les barres muffin aux bananes et au chocolat des Aliments Ange gardien sont faites avec de vrais fruits et conviennent aux végétaliens. Source d'acides gras omega 3 et de fibres, elles contiennent aussi des prébiotiques, mais sont exemptes de gras trans et d'arachides, de noix, de produits laitiers et d'œufs. Ce produit certifié casher se vend au détail dans un paquet recyclable de 210 g qui contient cinq barres individuellement ensachées. Le fabricant offre aussi dans la même catégorie des barres muffin au chocolat intense et des barres muffin aux framboises et à l'avoine.

Source de toutes les données : Mintel, 2012



► SOURCES

Euromonitor International. *Baked Goods in Canada*, septembre 2011. Consulté en septembre 2012.

—— *Breakfast Cereals in Canada*, septembre 2011. Consulté en septembre 2012.

—— *Biscuits in Canada*, septembre 2011. Consulté en septembre 2012.

—— *Frozen Processed Food in Canada*, novembre 2011. Consulté en octobre 2012.

Mintel, Base de données mondiale de nouveaux produits (2012).

—— *Category Insight Report: Biscuits, Cookies, and Crackers*, juin 2012. Consulté le 15 octobre 2012.

—— *Category Insight Report: Bread, Bakery and Cakes*, septembre 2012. Consulté le 15 octobre 2012

► ANNEXE – DÉFINITIONS

Les définitions qui suivent sont celles qu'emploie Euromonitor International (2012) pour désigner les catégories et sous-catégories des produits de boulangerie et des produits de boulangerie et desserts surgelés.

- ▶ Les **produits de boulangerie** comprennent les produits de boulangerie-pâtisserie, les gâteaux secs et les céréales de petit-déjeuner.
- ▶ Les **produits de boulangerie-pâtisserie** comprennent les pains, les pâtisseries et les gâteaux.
- ▶ Les **gâteaux secs** comprennent les petits gâteaux secs sucrés, les petits gâteaux secs salés et les craquelins.
- ▶ Les **céréales de petit-déjeuner** comprennent les céréales prêtes à servir et les céréales chaudes.
- ▶ Les **produits de boulangerie surgelés** comprennent les produits de petit déjeuner (croissants, pains au chocolat, petits pains, gaufres, brioches, bagels, pâtisseries), les pâtes à pizza, les pâtes à tarte, les fonds de pâtisserie, le pain, le pain à l'ail et autres produits vendus à l'état surgelé. Cette catégorie comprend aussi les produits semi-cuits, mais non les gâteaux, tartes et tartelettes surgelés (voir desserts surgelés).
- ▶ Les **desserts surgelés** comprennent les gâteaux, tartes et tartelettes, gâteaux au chocolat, gâteaux aux fraises, gâteaux Forêt-Noire, tartes au citron et autres, mais non les desserts à base de crème glacée.

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 liée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Tendances de consommation : Produits de boulangerie au Canada

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2013).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11942F**

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:
Consumer Trends: Bakery Products in Canada

Canada 