Agriculture Canada

Le développement commercial des CRÈMES au Canada

Pub. 5274

Digitized by the Internet Archive
in 2011 with funding from
Agriculture and Agri-Food Canada – Agriculture et Agroalimentaire Canada

http://www.archive.org/details/developcremes00otta

LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES CRÈMES AU CANADA

LES PRODUITS

D'après la *Loi des aliments et drogues du Canada*, la crème est un liquide obtenu par séparation des éléments du lait, de manière à en élever la teneur en matières grasses de lait. Ce liquide peut renfermer un agent rajusteur de pH, un agent stabilisant et, dans le cas de la crème à fouetter thermisée, certains autres ingrédients ou additifs alimentaires.

Le marché canadien offre de nombreuses variétés de crèmes. Il est possible de les distinguer par leur teneur en matières grasses, leur mode de fabrication, leur emballage et leur utilisation.

Voici les quatre grands types de crème fabriquée au Canada :

— la *crème à fouetter*, qui contient généralement entre 32 % et 40 % de matières grasses;
— la *crème de table*, dont la teneur en matières grasses se situe habituellement entre 15 % et 20 %;
— la *crème sure*, un produit fermenté, qui comprend ordinairement au moins 14 % de matières grasses;
— et la *crème à céréales*, aussi connue sous le nom de crème moitié-moitié, qui renferme généralement quelque 10 % de matières grasses.

Il faut toutefois préciser que les appellations suivantes, crème de table, crème à café, crème à céréales et crème moitié-moitié, tendent progressivement à disparaître pour faire place au terme générique «crème», suivi de son pourcentage en matières grasses.

Les autres variétés fabriquées au Canada, comme par exemple la crème à café, la crème fouettée sous pression et, dans quelques provinces, la crème double et la crème sure légère, sont rattachées à l'un des grands types précités. Par ailleurs, certaines crèmes à viscosité plus élevée, communément connues sous le nom de crèmes «plus épaisses», sont également commercialisées au pays. De plus, il existe sur le marché de la crème stérilisée importée. Cette dernière est régie par une norme particulière des *Règlements sur les produits laitiers du Canada*.

Le tableau 1 présente quelques données sur la valeur nutritive de certaines crèmes par portion de 15 mL. En général, ce sont de bonnes sources d'énergie, d'acides gras essentiels et de vitamine A. Elles contiennent également des traces de glucides et de protides.

Au Canada, la conservation prolongée des crèmes permet de mieux répondre à la demande d'un marché diversifié et dispersé. Il y a environ 20 ans, plusieurs fabricants ont commencé à utiliser le traitement UHT pour prolonger la durée de conservation de la crème à café emballée dans de petits godets assainis. On fabrique maintenant au pays de la crème traitée UHT et emballée aseptiquement. Par ailleurs, on effectue présentement des tests sur d'autres types de crème avec des traitements à la chaleur, incluant la méthode UHT suivie de l'emballage aseptique.

Combiné à l'emballage aseptique, le traitement UHT offre plusieurs avantages. Réfrigérée, la crème ainsi traitée peut garder ses propriétés organoleptiques pendant plusieurs mois. De plus, les coûts de distribution diminuent, car le transport peut se faire sur une plus longue période et sur un parcours illimité. Le taux de retours baisse aussi considérablement et est maintenant ordinairement attribuable à de mauvaises manutentions.

TENDANCES DU MARCHÉ

La section suivante présente des chiffres illustrant les tendances majeures pour chaque type de

TABLEAU 1 NUTRIMENTS PRINCIPAUX DE CERTAINES CRÈMES (portion de 15 mL[1])*

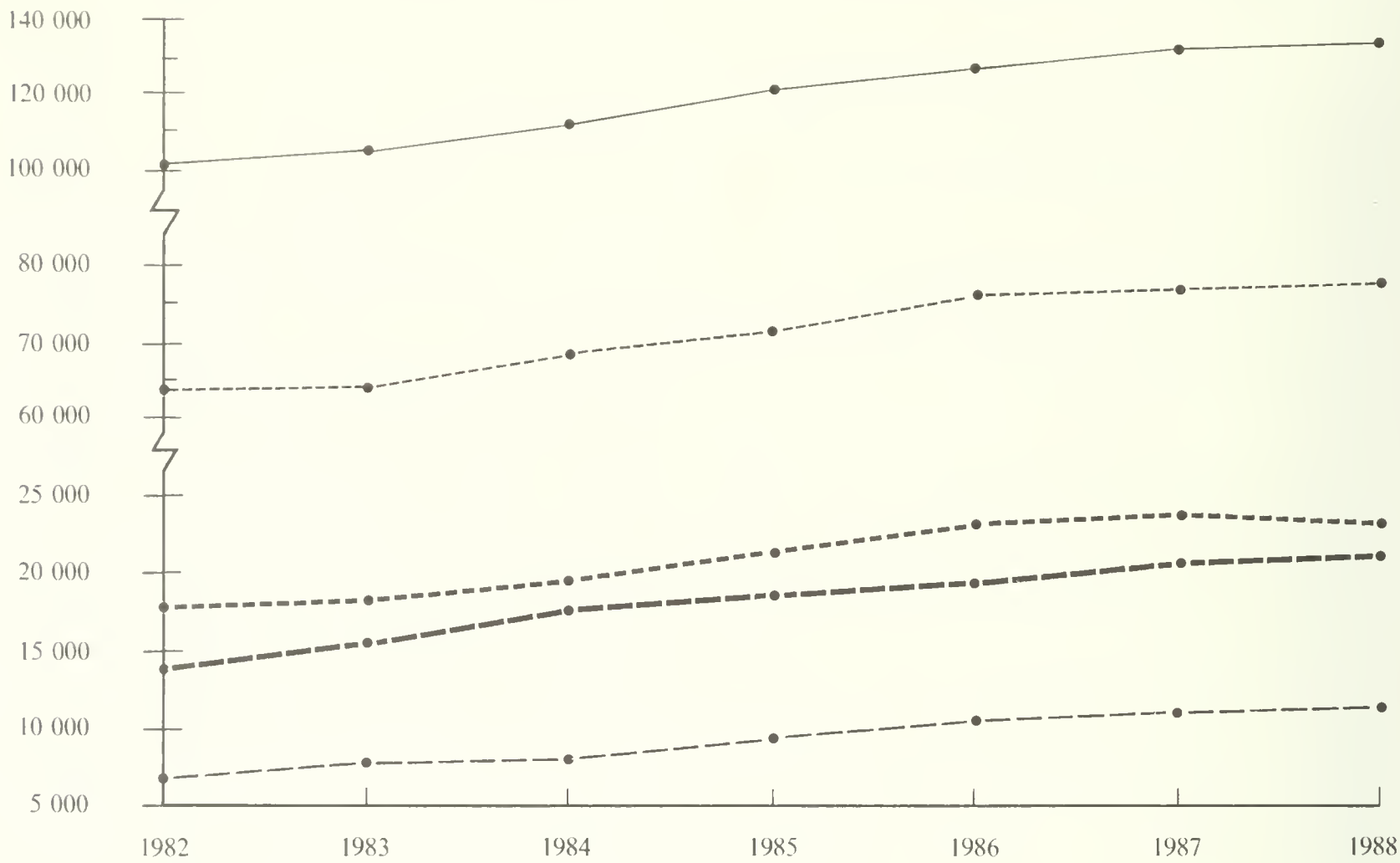
Crème	Énergie		Matières grasses (g)	Vitamine A ÉR[2]
	Kcal	KJ		
à fouetter, 35 % M.G.[3]	49	206	5	57
de table, 18 % M.G.	28	116	3	25
sure, 14 % M.G.	28	118	3	25
à céréales, 12 % M.G.	20	84	2	17
fouettée (sous pression[4])	10	43	tr[5]	8

[1] 15 mL : une cuillère à soupe
[2] ÉR : équivalent rétinol
[3] M.G. : matières grasses
[4] sous pression : en contenant aérosol
[5] tr : traces

*Données de Santé et Bien-être social Canada

FIGURE 1 ÉVOLUTION DES VENTES COMMERCIALES DE CRÈME AU CANADA, 1982-1988 (milliers de litres)*

Crème	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
à céréales	63 874	64 121	68 600	72 636	76 018	76 409	77 446
à fouetter	17 415	18 365	19 882	21 609	23 195	23 756	23 128
sure	13 355	15 516	17 491	18 221	19 561	21 113	21 937
de table	6 919	7 371	7 436	9 169	10 153	11 367	11 732
Total	101 563	105 373	113 409	121 635	128 927	132 645	134 243



*Données de Statistique Canada

crème, sur une base provinciale et nationale. Les types de produit y figurent selon l'importance du volume de leur production au pays.

Consommation totale[1]

Les paragraphes qui suivent se rapportent à la figure 1 et au tableau 2.

Entre 1982 et 1988, la consommation totale de crème au Canada est passée d'environ 102 millions de litres à 134 millions, soit une augmentation de 32 %. Entre 1986 et 1988 seulement, elle a augmenté de 4 %, étant passée de 129 millions de litres à 134 millions. C'est en Ontario qu'on a consommé le plus de crème en 1988, soit 55 millions de litres, une augmentation de 5 % par rapport à l'année précédente. Venaient ensuite le Québec, avec 29 millions de litres, la Colombie-Britannique, avec plus de 20 millions de litres et l'Alberta, avec 12 millions de litres. Bien que la consommation observée au Québec ait été une des plus élevées, elle a toutefois diminué de 8 % par rapport à 1987. Pour sa part, la consommation de crèmes au Manitoba se chiffrait à 5 millions de litres. Finalement, les autres provinces ont enregistré des volumes moindres. Il convient cependant de signaler l'augmentation de 8 % qu'a connue le Nouveau-Brunswick.

Crème à céréales et crème à fouetter

Atteignant 77 millions de litres, la consommation de crème à céréales au Canada a progressé de 2 % entre 1986 et 1988. En 1988, on note des augmentations importantes en Nouvelle-Écosse, avec 5 %, en Colombie-Britannique et en Ontario,

[1] La consommation ne représente pas la crème réellement consommée, mais plutôt la crème mise en vente par les laiteries et destinée à la consommation canadienne. Ainsi, la consommation désigne parfois la «consommation apparente».

TABLEAU 2 VENTES COMMERCIALES DE CRÈME AU CANADA PAR PROVINCE, 1986-1988
(milliers de litres)

Année	Province	Crème à céréales	Crème à fouetter	Crème sure	Crème de table	Total**
1986	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	— *	— *	— *	79	— *
	N.-É.	2 336	467	233	— *	— *
	N.-B.	1 357	265	0	398	2 020
	QC	18 070	8 539	1 726	4 021	32 356
	Ont.	30 509	5 368	9 478	4 740	50 095
	Man.	2 117	919	1 586	76	4 698
	Sask.	1 945	717	1 142	0	3 804
	Alb.	7 047	2 467	1 827	0	11 341
	C.-B.	12 398	4 302	3 518	0	20 218
	CANADA	76 018	23 195	19 561	10 153	128 927
1987	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	— *	— *	— *	92	— *
	N.-É.	2 377	489	— *	— *	— *
	N.-B.	1 445	270	0	497	2 212
	QC	17 590	8 690	1 439	4 348	32 067
	Ont.	31 155	5 394	10 831	5 242	52 622
	Man.	2 353	1 026	1 789	102	5 270
	Sask.	1 973	763	1 228	0	3 964
	Alb.	7 226	2 647	1 906	0	11 779
	C.-B.	12 061	4 341	3 597	— *	— *
	CANADA	76 409	23 756	21 113	11 367	132 645
1988	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	192	72	— *	103	— *
	N.-É.	2 500	497	303	— *	— *
	N.-B.	1 409	262	0	715	2 386
	QC	16 653	7 787	1 413	3 588	29 441
	Ont.	32 366	5 537	11 491	5 881	55 275
	Man.	2 354	942	1 850	125	5 271
	Sask.	1 968	771	1 284	0	4 023
	Alb.	7 453	2 785	1 774	8	12 020
	C.-B.	12 551	4 475	3 822	— *	— *
	CANADA	77 446	23 128	21 937	11 732	134 243

* Confidentiel

** Calculs fondés sur les données de Statistique Canada

avec 4 %. Quoique la consommation observée au Québec ait augmenté d'environ 20 % en 1985 et 1986, elle a baissé de 3 % en 1987 et de 5 % en 1988.

Pour sa part, celle de la crème à fouetter a enregistré une baisse de 3 % en 1988, se situant à environ 23 millions de litres, soit au même niveau qu'en 1986. On constate également en 1988, une hausse de 5 % de la consommation albertaine. Au Manitoba et au Québec, on a plutôt observé des diminutions de 10 % et de 8 % respectivement.

Crème sure et crème de table

La consommation canadienne de crème sure est passée de 20 millions de litres à 22 millions approximativement entre 1986 et 1988, ce qui représente une hausse de 12 %. En 1988, des augmentations significatives ont été enregistrées dans quelques provinces, soit 6 % en Colombie-Britannique ainsi qu'en Ontario et 5 % en Saskatchewan. Au Québec, la consommation de crème sure a toutefois diminué de 2 %, après avoir chuté de 17 % en 1987. L'Alberta quant à elle, a connu une baisse de 7 %.

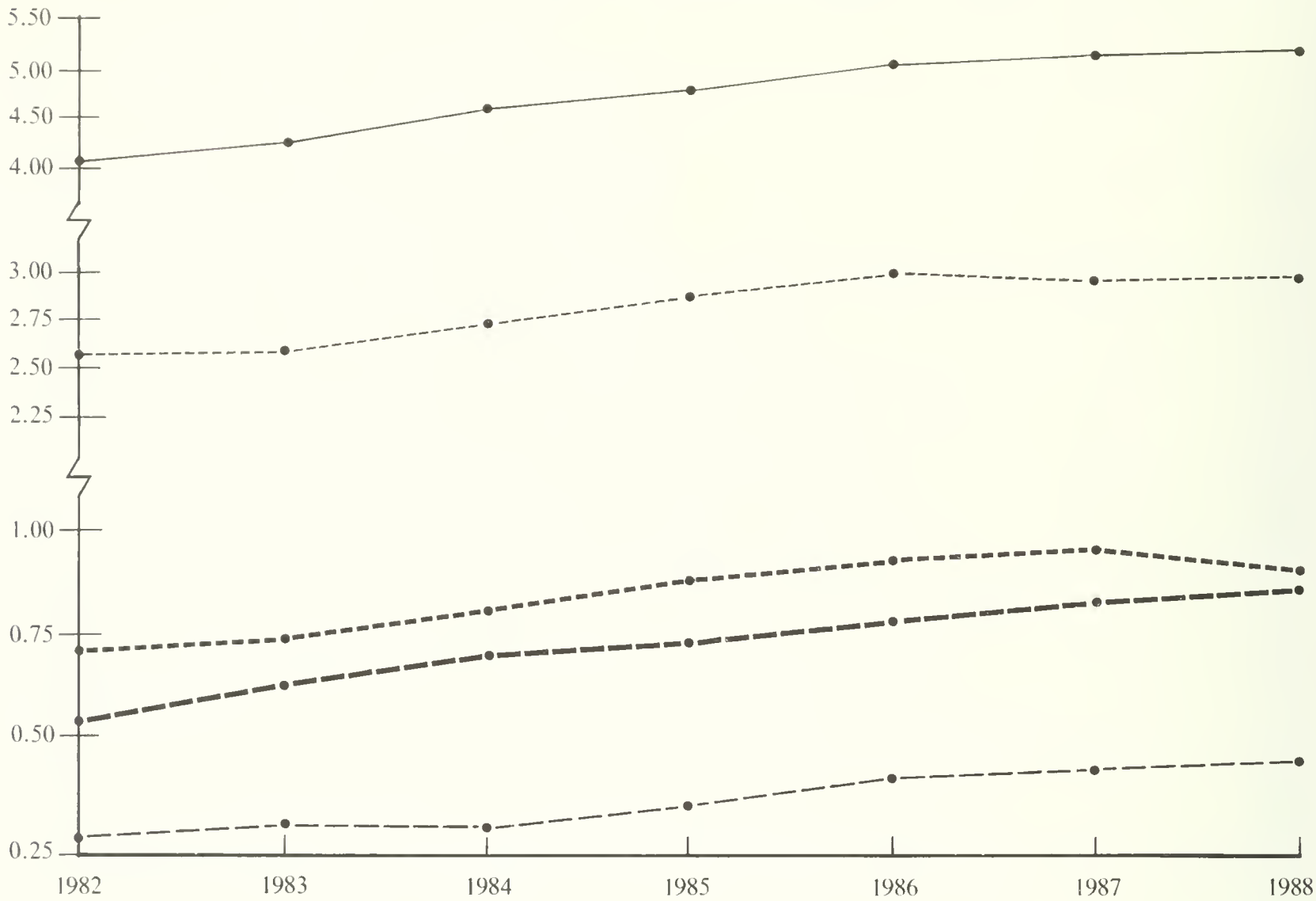
En ce qui a trait à la crème de table, la consommation nationale s'est fortement accrue – 16 % en trois ans – étant passée de 10 millions de litres à 12 millions environ. En 1988, des augmentations fort importantes se sont encore produites : 44 % au Nouveau-Brunswick et 23 % au Manitoba. On remarque également des accroissements considérables de 12 % en Ontario et à l'Île-du-Prince-Édouard.

Consommation par habitant

Les renseignements suivants ont trait à la figure 2 et au tableau 3.

FIGURE 2 ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE CRÈME PAR HABITANT AU CANADA, 1982-1988 (litres)*

Crème	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
à céréales	2,56	2,59	2,74	2,88	3,00	2,98	2,99
à fouetter	0,70	0,74	0,80	0,86	0,91	0,93	0,89
sure	0,54	0,63	0,70	0,72	0,77	0,82	0,85
de table	0,28	0,30	0,30	0,36	0,40	0,44	0,45
Total	4,08	4,25	4,54	4,82	5,08	5,17	5,18



*Données de Statistique Canada

Entre 1982 et 1988, la consommation canadienne par habitant pour l'ensemble des crèmes est passée de 4,08 litres à 5,18 litres. Elle a augmenté de 2 % entre 1986 et 1988 seulement. Durant cette période, c'est en Colombie-Britannique que la consommation par habitant a été la plus élevée au pays, s'y étant maintenue à un minimum de 7 litres.

Entre 1986 et 1988, la consommation nationale par habitant de crème à céréales est demeurée stable. Durant la même période, celle de la crème à fouetter a diminué de 2 %, alors que celle de la crème sure a augmenté de 10 % et celle de la crème de table, de 13 %.

MARCHÉS POTENTIELS

La population canadienne s'accroît d'environ 1 % chaque année et son âge moyen augmente sans cesse. De plus, le comportement des consommateurs, en ce qui a trait à l'alimentation, tend à changer. Parmi les nouvelles tendances alimentaires, il convient de noter la popularité croissante des aliments à faible teneur en matières grasses, des produits de luxe et des plats cuisinés. La crème sure légère, récemment commercialisée au Canada, et la soupe prête à servir, à base de crème, vendue en Europe, en sont des exemples.

Dans le secteur laitier, les produits innovateurs font généralement croître le marché de façon significative. Les produits à valeur ajoutée et dont la marge bénéficiaire brute est bonne, tels les crèmes à longue durée de conservation, les crèmes congelées, les produits de luxe à haute teneur en matières grasses et la crème utilisée dans la production commerciale de boissons alcoolisées, doivent faire l'objet d'études approfondies pour en évaluer la popularité.

TABLEAU 3 CONSOMMATION[a] DE CRÈME PAR HABITANT DANS LES PROVINCES CANADIENNES, 1986-1988 (litres)

Année	Province	Crème à céréales	Crème à fouetter	Crème sure	Crème de table	Total[b]
1986	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	— *	— *	— *	0,63	— *
	N.-É.	2,67	0,53	0,27	— *	— *
	N.-B.	1,91	0,37	0,00	0,56	2,84
	QC	2,76	1,30	0,26	0,61	4,93
	Ont.	3,34	0,59	1,04	0,52	5,49
	Man.	1,98	0,86	1,48	0,07	4,39
	Sask.	1,93	0,71	1,13	0,00	3,77
	Alb.	2,97	1,04	0,77	— *	— *
	C.-B.	5,20	1,81	1,48	— *	— *
	CANADA	3,00	0,91	0,77	0,40	5,08
1987	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	— *	— *	— *	0,72	— *
	N.-É.	2,71	0,56	— *	— *	— *
	N.-B.	2,03	0,38	0,00	0,70	3,11
	QC	2,67	1,32	0,22	0,66	4,87
	Ont.	3,36	0,58	1,17	0,56	5,67
	Man.	2,18	0,95	1,66	0,09	4,88
	Sask.	1,94	0,75	1,21	0,00	3,90
	Alb.	3,04	1,11	0,80	— *	— *
	C.-B.	4,12	1,48	1,23	— *	— *
	CANADA	2,98	0,93	0,82	0,44	5,17
1988	T.-N.	— *	— *	— *	— *	— *
	Î.-P.-É.	1,49	0,56	— *	0,80	— *
	N.-É.	2,83	0,56	0,34	— *	— *
	N.-B.	1,97	0,37	0,00	1,00	3,34
	QC	2,51	1,17	0,21	0,54	4,43
	Ont.	3,43	0,59	1,22	0,62	5,86
	Man.	2,17	0,87	1,71	0,12	4,87
	Sask.	1,94	0,76	1,27	0,00	3,97
	Alb.	3,11	1,16	0,74	— *	— *
	C.-B.	4,20	1,50	1,28	— *	— *
	CANADA	2,99	0,89	0,85	0,45	5,18

[a] Il s'agit de la consommation apparente par habitant : voir le renvoi n° 1. Ces données sont dérivées du tableau 2.
[b] Ce total a été obtenu sur la base de valeurs arrondies.
* Confidentiel

Les chefs de file dans le développement de nouvelles crèmes et de produits à base de crème sont, sans contredit, les Européens. Certaines de leurs innovations, comme la crème fraîche, la crème à dessert, les soupes prêtes à servir à base de lait ou de crème et les sauces d'accompagnement, pourraient probablement se tailler une place sur le marché canadien.

La crème fraîche est un ingrédient important dans la composition des sauces européennes à base de crème. Il s'agit d'un mélange délicat d'une crème épaisse de culture légère et de crème fraîche épaisse. Sa teneur en matières grasses peut varier de 18 % à 38 %. Cette crème possède d'excellentes qualités culinaires et peut aussi être utilisée dans la préparation de garnitures à dessert, de sauces à salade ou de trempettes. Le secteur de la restauration est un des principaux utilisateurs de ce produit. Pour le fabricant européen, elle permet une bonne marge bénéficiaire brute et une possibilité de croissance du marché à long terme.

La crème à dessert est une garniture à dessert contenant approximativement 12 % de matières grasses. C'est un produit traité UHT et emballé aseptiquement dont la durée de conservation atteint environ trois mois. La crème à dessert peut être fouettée et présentée en divers parfums, en vue de la préparation de crèmes glacées. Cependant, les Européens ne la commercialisent pas comme une spécialité laitière glacée. De bonnes marges bénéficiaires brutes et une longue durée de conservation sont ses principaux avantages commerciaux.

Le marché du Royaume-Uni offre, pour sa part, certaines soupes prêtes à servir à base de lait ou de crème. Les consommateurs traditionnels de

soupes en conserve représentent leur marché cible. Étant donné qu'il s'agit de soupes fabriquées au moyen du traitement UHT et emballées aseptiquement, elles ont une durée de conservation d'au moins six mois. La gamme de produits comprend, entre autres, des soupes aux tomates, aux champignons, aux poireaux et aux pommes de terre. Le contenant de 500 mL, qu'ils utilisent pour les commercialiser, a une forme allongée, choisie pour son profil distinctif et esthétique.

Leur stratégie de commercialisation s'appuie sur le fait que la crème augmente la qualité des produits. La saveur rehaussée, obtenue grâce à l'utilisation d'un traitement modéré à la chaleur par la méthode UHT, est un de leurs principaux arguments de vente. Il s'agit en effet d'une amélioration par rapport aux produits en conserve stérilisés de façon traditionnelle. Il est cependant difficile et coûteux de percer le marché. Des analystes ont estimé que l'utilisation du procédé UHT pourrait jouer un rôle important dans la revitalisation de ce marché stagnant. Le développement de nouveaux produits à longue conservation suppose aussi l'utilisation de véritable crème dans les sauces destinées à des crénaux de marché qui permettent d'obtenir une bonne rentabilité, en dépit de petits volumes de vente.

En bref, les ventes de l'ensemble des crèmes augmentent lentement au Canada. Leur avenir repose sur la recherche constante en vue d'améliorer et de diversifier le marché. Pour ce faire, l'industrie pourrait s'inspirer et tirer profit de produits et de techniques bien établis dans d'autres pays.

RÉFÉRENCES

AUBIN, Pierre W. Agriculture Canada. Direction générale du développement agricole. *Dairy Dessert and Cheese Investigation Study Tour* (en Europe), rapport préliminaire, non publié, Ottawa, 1987, 3 p.

BONIN, Guy et autres. «Lait de consommation», *Science et technologie du lait*, Québec, la Fondation de technologie laitière du Québec inc., Les Presses de l'Université Laval, 1984, p. 208 à 212.

CANADA. Agriculture Canada. Direction générale du développement agricole. *Revue du marché des produits laitiers 1986*, Ottawa, 60 p.

CANADA. Agriculture Canada. Direction générale du développement agricole. *Revue du marché des produits laitiers 1987*, Ottawa, 78 p.

CANADA. Agriculture Canada. Direction générale du développement agricole. *Revue du marché des produits laitiers 1988*, Ottawa, 72 p.

CANADA. Santé et Bien-être social Canada. Direction générale des services et de la promotion de la santé en collaboration avec la Direction générale de la protection de la santé. *Valeur nutritive de quelques aliments usuels*, Ottawa, 1988, p. 6.

CANADA. Secrétariat d'État. Bureau des traductions. *Industrie laitière*, Les cahiers de terminologie, Ottawa, 1985, 109 p.

CANADA. Statistique Canada. Base de données CANSIM. *Ventes commerciales de lait et crème*, Ottawa, 11 septembre 1989.

GOUVERNEMENT DU CANADA. *Loi des aliments et drogues et les règlements connexes*, Titre 8, Produits laitiers, 1988, p. 46A.

GOUVERNEMENT DU CANADA. *Loi sur les normes des produits agricoles du Canada*, Règlement sur les produits laitiers, 1979, p. 4298.

ONTARIO CENTER FOR FARM MACHINERY AND FOOD PROCESSING TECHNOLOGY. *Aseptic Technology*, 1988.

Commentaires de plusieurs experts de l'industrie et des gouvernements provinciaux et fédéral.

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1990

N° de cat. A22-119/1990

ISBN 0-662-57679-9

© Minister of Supply and Services Canada 1990

Cat. No. A22-119/1990

ISBN 0-662-57679-9

Agriculture Canada

The Commercial Development of CREAMS in Canada

Pub. 5274