



## SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS Rapport d'analyse mondiale

# Produits du miel au Canada

**Juillet 2016**



### SOMMAIRE

La production canadienne de miel est plus importante que jamais. Cette industrie a produit 43 227 tonnes de miel en 2015, ce qui représente une augmentation de 11,4 % par rapport à 2014. En ce qui concerne la valeur totale du miel, celle-ci est passée à 232,0 M\$ CA, ce qui correspond à une augmentation de 10,9 % durant la même période (Statistique Canada, 2015). Une sensibilisation croissante aux questions de santé a un effet significatif sur l'augmentation de la consommation du miel, en particulier sur les produits du miel naturels et biologiques.

Le miel représente un quart des ventes totales de tartinades; il en a été vendu au détail 11 000 tonnes en 2015, pour une valeur de 144 M\$ CA. La vente au détail des produits du miel a connu un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 4,7 % entre 2011 et 2015, et on s'attend à une croissance de 3,7 % entre 2016 et 2020 (Euromonitor, 2015). Cette hausse projetée est en partie due à la préférence croissante des consommateurs pour les produits à teneur réduite en sucre et les édulcorants naturels.

De janvier 2010 à décembre 2015, 34 nouveaux produits du miel ont été lancés. La plupart de ces nouveaux produits étaient purs et biologiques. Ils incluaient également différents types de miel, par exemple du miel de longan, du miel de fleurs sauvages et du miel de manuka.

En outre, 1 504 produits connexes du miel ont été lancés entre 2010 et 2015. Ces nouveaux produits appartenaient principalement à la catégorie alimentaire. Ils se répartissaient comme suit : 1 435 nouveaux aliments, puis 46 boissons et 23 aliments pour animaux de compagnie.

### TABLE DES MATIÈRES

Sommaire .....	1
Aperçu du secteur .....	2
Tendances économiques et de consommation .....	2
Analyse sectorielle .....	2
Concurrence .....	3
Analyse des nouveaux produits .....	4
Pour en savoir davantage .....	7
Ressources .....	7



Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.



## **APERÇU DU SECTEUR**

La production canadienne de miel est à son niveau le plus élevé depuis des années. L'industrie a produit 43 227 tonnes de miel en 2015, ce qui représente une augmentation de 11,4 % par rapport à l'année précédente. En ce qui concerne la valeur totale du miel, celle-ci est passée à 232,0 M\$ CA, ce qui correspond à une augmentation de 10,9 % durant la même période. En outre, le nombre de colonies d'abeilles s'est accru de 3,6 %. Cette augmentation est due en grande partie à des températures plus douces, surtout dans les Prairies (Statistique Canada, 2015).

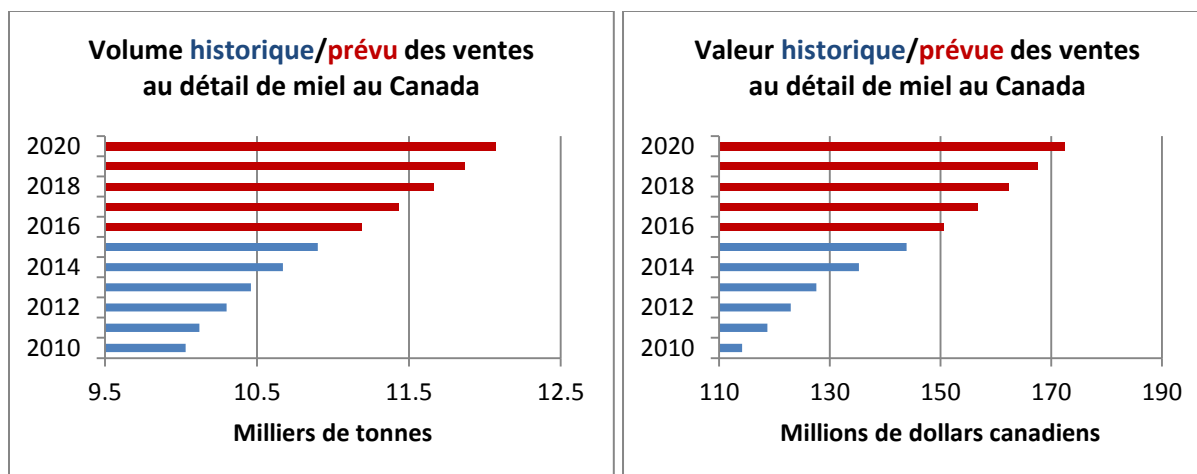
L'Alberta, qui a produit environ 19 414 tonnes de miel en 2015, est la plus grande productrice de miel au Canada et l'une des plus grandes productrices au monde. L'apiculture gagne également du terrain dans les municipalités comme Toronto, Montréal et Vancouver (Statistique Canada, 2015). Au fur et à mesure que la demande augmente, l'apiculture prend de l'importance.

## **TENDANCES ÉCONOMIQUES ET DE CONSOMMATION**

La sensibilisation croissante aux questions de santé a des effets significatifs sur la croissance dans le secteur des tartinades, et plus précisément dans le secteur du miel. La préférence de plus en plus marquée pour les produits naturels et la demande croissante pour des ingrédients de qualité et des produits « clean label » (produits biologiques sans additif ni agent de conservation) indiquent un intérêt accru pour le miel biologique (Euromonitor, 2015). Les ventes de miel, qui ont atteint 11 000 tonnes, soit une valeur de 144 M\$ CA au détail, représentent un quart de la valeur totale des ventes de tartinade en 2015.

## **ANALYSE SECTORIELLE**

Le miel, qui a été de plus en plus utilisé comme édulcorant naturel alors qu'on réalisait l'importance de diminuer sa consommation de sucre, a connu une croissance stable. On prévoit que cette croissance se poursuivra avec des TCAC de 1,7 % (volume) et de 4,7 % (prix constants de 2015) pour atteindre 12 000 tonnes et une valeur de 172 M\$ CA en 2020. On explique en partie cette hausse par un intérêt accru dans la santé et le bien-être et par la publication des nouvelles directives sur la consommation du sucre de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), qui établissent une consommation maximale de 6 à 12 cuillères à thé par jour. On s'attend ainsi à une préférence croissante pour des produits à teneur réduite en sucre et des édulcorants naturels tels que le miel de la part des consommateurs.



Source pour les deux tableaux : Euromonitor International, 2015.

### Historique du volume et de la valeur des ventes au détail de miel au Canada, en tonnes et en millions de dollars canadiens, de 2010 à 2015

Catégorie	Unité	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* 2010 à 2015 (%)
Miel	Milliers de tonnes	10,12	10,30	10,46	10,67	10,90	1,7
	Millions \$ CA	118,72	122,93	127,57	135,22	143,88	4,7

### Prévisions du volume et de la valeur des ventes au détail de miel au Canada, en milliers de tonnes et en millions de dollars canadiens, de 2016 à 2020

Catégorie	Unité	2016	2017	2018	2019	2020	TCAC* 2016 à 2020 (%)
Miel	Milliers de tonnes	11,19	11,43	11,66	11,87	12,07	2,1
	Millions \$ CA	150,58	156,66	162,30	167,54	172,37	3,7

Source pour les deux tableaux : Euromonitor International, 2015.

## CONCURRENCE

Les données Euromonitor indiquent que McCormick Canada produit la majeure partie du miel au pays, si l'on compare sa production à celle des autres entreprises de tartinade canadiennes. Des plus petits joueurs dans des segments de niche ont vu leurs ventes augmenter; c'est notamment le cas des Ruchers Promiel inc., une entreprise de Château-Richer (Québec) qui a vu les ventes pour sa marque Naturoney, sous laquelle elle produit du miel ordinaire et du miel biologique, augmenter au cours des années antérieures à 2015 dans notre étude. Les produits de cette entreprise sont commercialisés selon un système de classification variétal semblable à celui du vin et leur contenant est muni d'un capuchon anti-dégoulinement. La marque s'est frayé



un chemin chez de grands détaillants tels que Costco Canada et elle a aussi été mise en valeur lors du salon SIAL Canada 2015 à Toronto.

Les supermarchés, les hypermarchés et les clubs-entrepôts sont des destinations de vente au détail de plus en plus importantes pour les produits du miel. Toutefois, d'autres canaux, comme les magasins à un dollar et les dépanneurs, deviennent des canaux de détail plus utilisés au fur et à mesure qu'ils s'imposent dans le paysage commercial. Cette situation est en partie attribuable aux générations plus jeunes, qui ont recours à une plus grande variété de canaux pour répondre à leurs besoins (Euromonitor, 2015).

## **ANALYSE DES NOUVEAUX PRODUITS**

Dans la présente section, nous analysons les produits du miel et les produits connexes du miel d'après les nouveaux produits lancés au Canada durant une période de cinq ans, soit de janvier 2010 à décembre 2015. Pour ce qui est des nouveaux produits connexes du miel, nous nous penchons sur les nouveaux aliments, les nouvelles boissons et les nouveaux aliments pour animaux de compagnie introduits au Canada qui utilisent le terme « miel ». Cette analyse nous fournit des exemples de la façon dont le miel est utilisé et commercialisé dans une variété d'aliments, de boissons et d'aliments pour animaux de compagnie.

### **Analyse du lancement de produits du miel**

La majorité des nouveaux produits ont été lancés en 2010 et en 2015, et ils représentent 52 % des nouveaux produits lancés au cours de la période de cinq ans étudiée. Entre 2010 et 2015, 34 nouveaux produits du miel ont été lancés au Canada; 25 de ces produits étaient du miel pur, dont 6 étaient biologiques. Les entreprises Tu-Bee, BeeMaid et Capilano étaient les principales entreprises offrant du miel pur. Les 9 autres produits étaient composés de miel et d'autres ingrédients tels que la cannelle, certains aromatisants naturels et l'extrait de lavande. Les nouveaux produits lancés incluaient également du miel de longan, du miel de fleurs sauvages, du miel de manuka, du miel d'acacia et du miel de fleur d'oranger, qui constituaient 20 % des nouveaux produits.



**Dix principaux produits du miel introduits au Canada,  
par marque, de janvier 2005 à décembre 2015**

Entreprise	Marque	Ingrédient	Principale allégation	Type d'emballage	Format total (g)	Prix (\$ US)
Tu-Bees Foods	Tu-Bees	Aromatisant naturel	Non précisé	Tube	140,0	3,17
Bee Maid Honey	BeeMaid	Miel	Casher	Bouteille	500,0	6,76
Capilano Honey	Capilano	Miel	Enfants (5 à 12 ans)	Bouteille	1000,0	5,60
Overwaitea Food	Western Family	Miel	Casher	Bouteille	1000,0	8,51
Safeway	Safeway Kitchens	Miel	Casher	Bouteille	1000,0	9,87
Wal-Mart	Great value	Miel	Casher	Bouteille	1000,0	4,68
Au Printemps Gourmet	AP Gourmet	Extrait de lavande	Casher	Bocal	300,0	8,90
Capilano	Capilano Snap'n Squeeze	Miel	Non précisé	Non précisé	84,0	4,94
Chuang's Company	Chuang's	Miel de longan	À consommer sur le pouce	Bouteille	500,0	9,08
Sobeys	Compliments biologique	Miel	Casher	Bocal	500,0	8,41

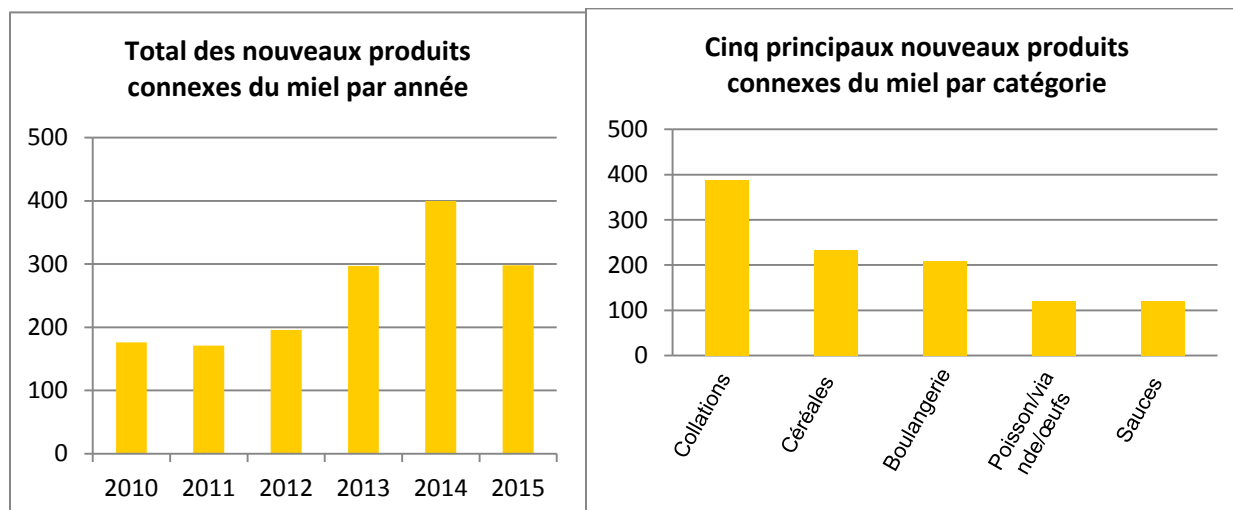
**Principales caractéristiques d'emballage des nouveaux produits du miel**

Principaux types d'emballage	Nombre de produits	Principaux matériaux du système de fermeture	Nombre de produits
Bouteille	14	Plastique	22
Bocal	8	Métal	6
Tube	4	Papier	2
Petit pot	4	Plastique	1
Sachet souple	2	Multilaminé	1
<b>Principaux matériaux</b>		<b>Principaux types d'étiquette</b>	
Verre ordinaire	8	Autocollant	20
Plastique PET	8	Étiquette manchon	2
Plastique PP	4	Étiquette en moule	1
Multilaminé	4	Étiquette enveloppante	
Plastique PEBD	4	Non précisé	10
<b>Manufacturiers</b>		<b>Matériaux d'étiquette</b>	
Polytainers (É.-U.)	2	Papier	12
Beatson Clark plc (Royaume-Uni)	1	Plastique	12
Tettauer Glasshuppenwerke AG (Allemagne)	1	Carton	1
Plastipak (Canada)	1	Non précisé	9
Non précisé	29		
<b>Fermeture</b>		<b>Finition du goulot</b>	
Paquet à rabat	26	Filetage	169
Twist and turn	7	Application par pression	2
Non précisé	1	Capuchon	1

Source des deux tableaux : Mintel Global New Product Launch, 2016.



## Analyse des nouveaux produits connexes du miel



Source des deux tableaux : Mintel Global New Product Launch, 2016.

Au Canada, de janvier 2010 à décembre 2015, 1504 produits de trois différentes catégories (aliments, boissons et aliments pour animaux de compagnie) ont été lancés, dont 65 % ont été lancés entre 2013 et 2015. Cela dénote une tendance à la hausse et une popularité croissante des produits connexes du miel au Canada.

### Aliments

C'est la catégorie des aliments qui a dominé les activités de lancement de nouveaux produits, avec 1435 nouveaux produits. Les collations, les céréales pour déjeuner et les produits de boulangerie représentaient 50 % des nouveaux produits lancés durant la période d'analyse.

### Boissons

La catégorie des boissons, qui comprend 46 nouveaux produits, est la deuxième en importance. Ses principales sous-catégories sont les boissons chaudes (p. ex. le thé), les boissons autres (boissons concentrées) et les boissons prêtes à boire, qui représentent 49 % de l'ensemble de la catégorie.

### Aliments pour animaux de compagnie

La catégorie des aliments pour animaux de compagnie, qui comprend 23 nouveaux produits, est modeste par rapport aux deux autres catégories. Nous avons cependant pu constater une énorme croissance de l'utilisation du miel comme ingrédient dans les nouveaux produits de cette catégorie lancés en 2015. Les nouveaux aliments pour animaux de compagnie ont représenté 52,2 % des produits lancés durant la période d'analyse. La sous-catégorie des collations et des friandises pour chiens a représenté 91 % de l'ensemble de la catégorie des aliments pour animaux de compagnie.



## POUR EN SAVOIR D'AVANTAGE

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché canadien et d'autres marchés, consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse suivante :

- [ats-sea.agr.gc.ca](http://ats-sea.agr.gc.ca)

## RESSOURCES

Euromonitor International, *Spreads in Canada, 2015*.

Statistique Canada, *Production et valeur du miel, 2015*.

Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.

Mintel Market Sizes, *Spreads in Canada, 2015*.



## **PRODUITS DU MIEL AU CANADA**

### *Rapport d'analyse mondiale*

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,  
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

### **Images**

Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou un exemplaire sur support de substitution, ou pour obtenir tout autre renseignement à son sujet, s'adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario) K1A 0C5  
Canada  
Courriel : [MAS-SAM@agr.gc.ca](mailto:MAS-SAM@agr.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

## **Restez branchés**

