

Innovation dans l'industrie de la transformation des aliments, 2023

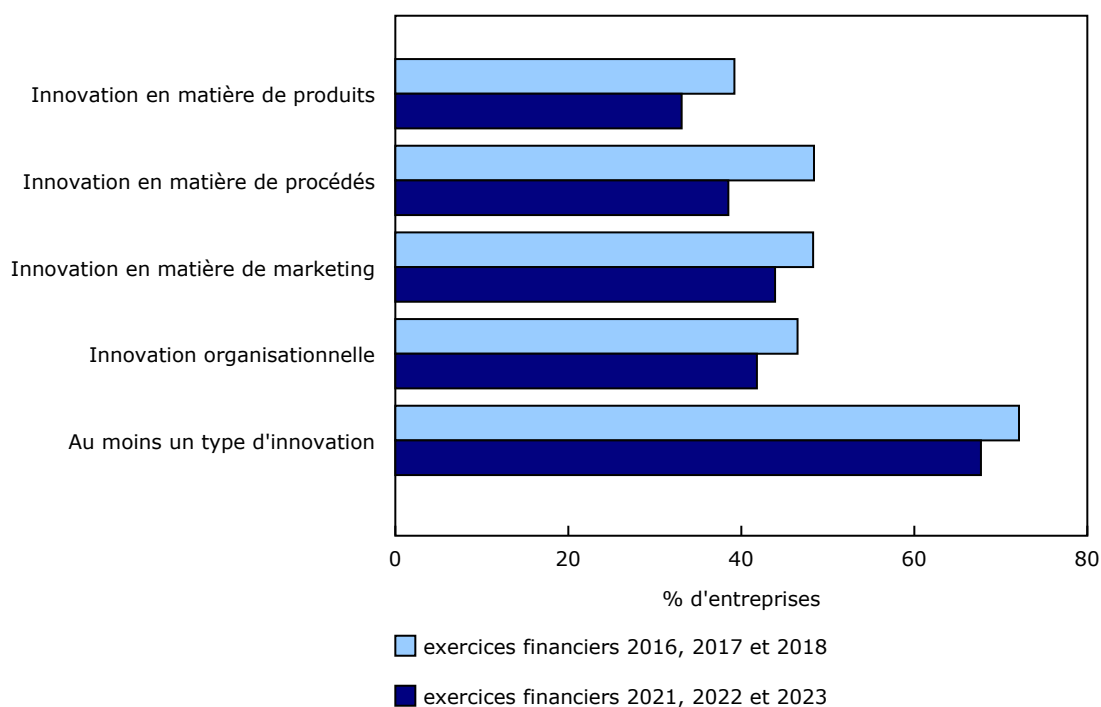
Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le lundi 9 décembre 2024

Les données de l'Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire révèlent que près de 3 entreprises sur 5 (58,2 %) dans le sous-secteur de la fabrication d'aliments ont consacré en moyenne jusqu'à 5 % de leurs dépenses totales à des activités d'innovation au cours des trois derniers exercices financiers (2021, 2022 et 2023). Ces activités sont regroupées selon quatre types d'innovation : l'innovation en matière de produits, l'innovation en matière de procédés, l'innovation en matière de marketing et l'innovation organisationnelle.

Un peu plus de 2 entreprises de fabrication d'aliments sur 3 (67,7 %) ont introduit au moins une innovation au cours de la période allant de 2021 à 2023, en baisse par rapport à 72,1 % pour la période allant de 2016 à 2018. La proportion d'entreprises innovantes a diminué pour les quatre types d'innovation. Cependant, c'est l'innovation en matière de procédés qui a affiché la plus forte baisse; moins de 2 entreprises sur 5 (38,5 %) ont déclaré avoir introduit ce type d'innovation au cours des exercices allant de 2021 à 2023, comparativement à près de la moitié (48,4 %) des entreprises au cours des exercices allant de 2016 à 2018.

Graphique 1

Entreprises innovantes dans l'industrie de la transformation alimentaire, selon le type d'innovation, exercices financiers de 2016 à 2018 et de 2021 à 2023



Source(s) : Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation des aliments, 2018; Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire, 2023 (5072).

Au cours de la période allant de 2021 à 2023, la probabilité d'introduire au moins une innovation augmentait généralement en fonction des ventes tirées de la production alimentaire par les entreprises. Près de 3 entreprises sur 5 (59,2 %) dont les ventes provenant de la production alimentaire étaient inférieures à 1 million de dollars

en 2023 ont introduit au moins une innovation au cours de la période allant de 2021 à 2023. Parallèlement, plus de 3 entreprises sur 4 (76,5 %) dont les ventes tirées de la production alimentaire étaient supérieures à 100 millions de dollars ont introduit au moins une innovation au cours de la même période.

Tableau 1

Entreprises innovantes dans l'industrie de la transformation alimentaire au cours des exercices 2021, 2022 et 2023, selon la catégorie de ventes de l'entreprise et le type d'innovation

	Innovation en matière de produits	Innovation en matière de procédés	Innovation en matière de marketing	Innovation organisationnelle	Au moins un type d'innovation
	% d'entreprises				
Toutes les catégories de vente	33,1	38,5	43,9	41,8	67,7
Moins de 1 000 000 \$	28,8	29,1	41,1	33,5	59,2
1 000 000 \$ à 9 999 999 \$	30,6	35,6	46,4	41,7	66,4
10 000 000 \$ à 24 999 999 \$	33,4	39,7	34,8	40,1	66,6
25 000 000 \$ à 49 999 999 \$	30,7	42,2	41,6	43,8	71,5
50 000 000 \$ à 99 999 999 \$	37,0	47,8	42,1	44,4	69,1
100 000 000 \$ ou plus	45,7	47,3	47,1	46,8	76,5

Source(s) : Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire, 2023 (5072).

Les entreprises de fabrication de sucre et de confiseries (78,6 %) étaient les plus susceptibles d'avoir introduit au moins une innovation au cours de la période allant de 2021 à 2023. À l'inverse, les entreprises d'abattage de porcs étaient les moins susceptibles de déclarer avoir introduit au moins un type d'innovation, leur proportion s'établissant à 35,9 %, ce qui est nettement inférieur à la moyenne globale (67,7 %).

Tableau 2

Entreprises innovantes dans l'industrie de la transformation alimentaire au cours des exercices 2021, 2022 et 2023, selon l'industrie et le type d'innovation

	Innovation en matière de produits	Innovation en matière de procédés	Innovation en matière de marketing	Innovation organisationnelle	Au moins un type d'innovation
	% d'entreprises				
Toutes les industries	33,1	38,5	43,9	41,8	67,7
Fabrication de sucre et de confiseries	40,9	39,6	54,6	54,4	78,6
Fabrication d'autres aliments	45,6	49,7	55,8	51,1	78,1
Mise en conserve de fruits et de légumes et fabrication de spécialités alimentaires	42,0	52,6	46,3	47,8	75,0
Fabrication de produits laitiers	39,2	46,3	52,3	49,6	74,5
Abattage d'autres animaux	34,9	70,5	41,1	41,1	70,5
Boulangeries et fabrication de tortillas	31,9	30,9	45,8	37,2	66,5
Mouture de grains céréaliers et de graines oléagineuses	20,1	30,9	34,4	45,7	65,6
Fonte de graisses animales et transformation de la viande provenant de carcasses	28,2	36,7	39,7	38,6	64,0
Fabrication d'aliments pour animaux	28,2	39,6	33,3	42,6	63,1
Abattage et transformation de la volaille	21,2	38,4	33,2	29,5	60,4
Abattage de bovins de boucherie	34,5	23,8	43,5	32,7	58,9
Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer	14,0	24,0	22,5	25,5	47,7
Abattage de porcs	16,7	20,5	32,0	20,5	35,9

Source(s) : Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire, 2023 (5072).

Les entreprises de la fabrication d'aliments au Québec étaient plus susceptibles que celles dans d'autres régions d'avoir innové au cours de la période allant de 2021 à 2023; près de 3 entreprises de fabrication d'aliments sur 4 (72,7 %) au Québec ont déclaré avoir introduit au moins une innovation. Ces entreprises étaient les plus susceptibles d'avoir introduit des innovations organisationnelles (46,3 %) et des innovations en matière de procédés (43,3 %). En revanche, les entreprises en Ontario étaient les plus susceptibles d'avoir introduit des innovations en matière de produits (39,8 %), et celles en Colombie-Britannique et dans les territoires étaient plus susceptibles d'avoir introduit des innovations en matière de marketing (50,0 %).

Tableau 3

Entreprises innovantes dans l'industrie de la transformation alimentaire au cours des exercices 2021, 2022 et 2023, selon la région et le type d'innovation

	Innovation en matière de produits	Innovation en matière de procédés	Innovation en matière de marketing	Innovation organisationnelle	Au moins un type d'innovation
	% d'entreprises				
Canada	33,1	38,5	43,9	41,8	67,7
Québec	34,9	43,3	45,7	46,3	72,7
Ontario	39,8	40,5	46,2	41,9	71,0
Alberta	30,5	39,3	44,2	45,1	70,6
Colombie-Britannique et territoires (Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut)	31,5	33,2	50,0	40,3	65,6
Prairies (Manitoba et Saskatchewan)	22,9	28,3	35,6	39,7	55,4
Atlantique (Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick)	15,6	32,6	27,6	30,5	52,1

Source(s) : Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire, 2023 (5072).

Dans le cadre du cycle de 2023 de l'enquête, 3 entreprises sur 5 (60,5 %) dans le sous-secteur de la fabrication d'aliments ont déclaré qu'elles prévoient d'innover au cours des trois prochaines années, et elles ont indiqué être principalement motivées par l'amélioration de l'efficacité (69,8 %), la réduction des coûts (69,2 %) et la réponse aux défis liés à la main-d'œuvre (40,1 %).

Lorsqu'on a demandé aux entreprises si elles assuraient un suivi des parties inutilisables des aliments et des produits alimentaires invendables, près de 1 entreprise de fabrication d'aliments sur 3 (31,7 %) a déclaré l'avoir fait au cours de la période allant de 2021 à 2023 (ce point de données exclut les entreprises de fabrication d'aliments pour animaux et celles dont la majorité des ventes provient de l'équarrissage et d'autres procédés industriels de transformation de produits non alimentaires). Ces entreprises ont indiqué réacheminer en moyenne 34,9 % de leurs parties inutilisables des aliments et de leurs produits alimentaires invendables vers la production d'aliments pour animaux, alors qu'elles en réacheminaient 15,1 % vers l'enfouissement.

Saviez-vous que nous avons une application mobile?

Téléchargez notre application mobile et accédez rapidement aux données du bout des doigts! L'application [StatsCAN](#) est offerte gratuitement dans l'[App Store](#) et sur [Google Play](#).

Note aux lecteurs

L'Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation alimentaire de 2023 a été menée au nom d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il s'agit du troisième cycle de l'enquête (2003, 2018, 2023). Dans l'ensemble, 3 660 entreprises ont été échantillonnées dans le cadre de l'enquête. La population cible se composait d'établissements classés selon le code 311 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord — fabrication d'aliments, et ayant au moins 1 million de dollars de revenus. Des données sur le type d'innovation, le nombre de produits et de procédés, les méthodes, les objectifs, les obstacles, les avantages environnementaux, les programmes de soutien gouvernemental, la recherche et développement et les capitaux liés à l'innovation dans le secteur de la transformation des aliments ont été recueillies, ainsi que des mesures pour les parties inutilisables des aliments et produits alimentaires invendables et les systèmes de certification du secteur privé.

Définitions

L'innovation en matière de produits comprend l'introduction sur le marché d'un produit alimentaire nouveau ou considérablement amélioré en ce qui concerne :

- les capacités (p. ex. valeur nutritive améliorée grâce à l'ajout d'ingrédients actifs, comme des fibres ou des acides gras oméga-3);
- la facilité d'utilisation (p. ex. yogourt à boire, mélanges de boissons frappées prêts à utiliser, produits congelés allant au micro-ondes);
- les composantes ou les sous-systèmes (p. ex. ingrédients biologiques, kasher ou sans gluten).

Veillez noter qu'aux fins de la présente enquête, le terme « produit » renvoie uniquement à un bien et non pas à un service.

Exclut les légères modifications apportées aux produits existants de l'entreprise (p. ex. nouvelles saveurs ou l'ajout de noix ou de raisins secs) et tout autre changement mineur (p. ex. emballage esthétique, tailles ou formats différents).

L'innovation en matière de procédés comprend la mise en place de procédés de production, de procédés de logistique, de méthodes de livraison ou de distribution et d'activités de soutien des produits de l'entreprise, qui sont nouveaux ou considérablement améliorés.

L'innovation en matière de marketing comprend la mise en place de nouveaux concepts ou de nouvelles stratégies de marketing qui diffèrent considérablement des méthodes de marketing existantes de l'entreprise et qui n'ont jamais été utilisés auparavant par l'entreprise.

L'innovation organisationnelle comprend la mise en place de nouvelles méthodes organisationnelles intégrées aux pratiques organisationnelles (y compris la gestion du savoir), à l'organisation du lieu de travail ou aux relations extérieures, et qui n'ont pas été utilisées auparavant par l'entreprise. L'initiative doit être le résultat de décisions stratégiques prises par la direction.

Les parties inutilisables des aliments comprennent les ingrédients impropres à la transformation et les ingrédients ou produits finis qui ont été abîmés ou renversés pendant la production, la distribution, la manutention et l'entreposage (exclut les aliments pour animaux).

Par exemple, il peut s'agir de fruits meurtris; de viande avariée; d'ingrédients alimentaires partiellement transformés qui sont rejetés en raison d'un bris de machinerie; l'entretien ou le nettoyage; de changements de formulations pour les produits multiples, comme les mélanges à pâte et les soupes; et d'ingrédients ou de produits qui ne satisfont pas aux exigences en matière de salubrité des aliments.

Les produits alimentaires invendables comprennent les produits alimentaires parfaitement comestibles que cette entreprise n'a pas été en mesure de vendre pour la consommation humaine pour diverses raisons, y compris :

- les produits alimentaires non conformes aux normes de qualité (p. ex. normes de poids, de fraîcheur, de taille et de proportion des ingrédients);
- les erreurs d'emballage ou d'étiquetage;
- les produits alimentaires dont la production excède la demande du marché (p. ex. un acheteur n'a pu être trouvé).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête **5072**.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias (statcan.mediahotline-ligneinfomedias.statcan@statcan.gc.ca).