

Tendances food et leviers marketing pour les produits français

Étude du marché canadien

Le Canada est le 14^e client de la France et représente 1,2% des exportations agro-alimentaires françaises. La France est le deuxième fournisseur européen du Canada, derrière l'Italie ¹



Vers plus de durabilité

94% des Canadiens disent être fortement motivés à réduire leur consommation d'emballages en plastique à usage unique ²

55% des consommateurs sont intéressés par les produits formulés à partir d'ingrédients naturels, et **47%** par les emballages faits à partir de matériaux recyclés ³

Moins développé qu'en France, le bio est en croissance : **+9% par an en moyenne** entre 2018 et 2022 ⁴



Le goût de la découverte

58% des Canadiens s'estiment plus enclins à manger des aliments internationaux qu'auparavant. ³

Dans le même temps, **7 consommateurs sur 10** se disent intéressés par les produits fabriqués au Canada. Un constat encore plus vrai au Québec ³

En 2020, **80% des Canadiens** se disaient plus disposés à essayer de nouvelles saveurs et ingrédients qu'ils ne l'étaient avant ³

En 2020, **52% des consommateurs canadiens** se disaient plus disposés à essayer des substituts de viandes ³

En croissance depuis sa régulation en 2018, le marché des produits à base de cannabis est estimé à **plus d'un milliard d'euros** ⁵

BOISSONS ALCOOLISÉES ET MAGASINS D'ÉTAT

Au Canada, la distribution de boissons alcoolisées est réglementée par les Commissions des Alcools dans chaque province. Ces magasins d'État ont le **monopole d'importation et de vente au détail**, y compris pour le vin ¹



Santé et bien-être

Le marché canadien des produits sains progresse : on prévoit **+4,2% / an en moyenne entre 2016 et 2022**.

Une croissance portée notamment par les produits « naturellement sains » ⁶

La croissance moyenne du marché des aliments fonctionnels (superaliments, probiotiques, kombucha, ...) est estimée à **+7% par an d'ici 2025** ⁷



Praticité et simplicité

Près de **25% des Canadiens** envisagent d'acheter des produits alimentaires en ligne de façon régulière après la pandémie ⁸

42% des Canadiens estiment que les collations sur le pouce sont mieux adaptées à leur mode de vie moderne que les repas complets ⁹

63% des Canadiens ont utilisé des services de livraison de repas au cours des 6 derniers mois ³

Pratiques et moins alcoolisés, **les Hard Seltzers** venus des États-Unis sont en plein boom au Canada ¹⁰



Source : 1- Statistics Canada - 2020. 2- Université Dalhousie. 3- Mintel. 4- Gouvernement du Canada. 5- Deloitte. 6- GlobalData. 7- Grand View Research. 8- La Presse. 9- Food in Canada. 10- IWSR.

Pour en savoir plus, téléchargez l'étude complète LE MARCHÉ CANADIEN : TENDANCES MARKETING & OPPORTUNITÉS POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES FRANÇAIS, réalisée en mars 2021 par Sopexa, pour le compte du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Lien vers l'étude : <https://events-export.businessfrance.fr/etudes-agro/nos-etudes/>.