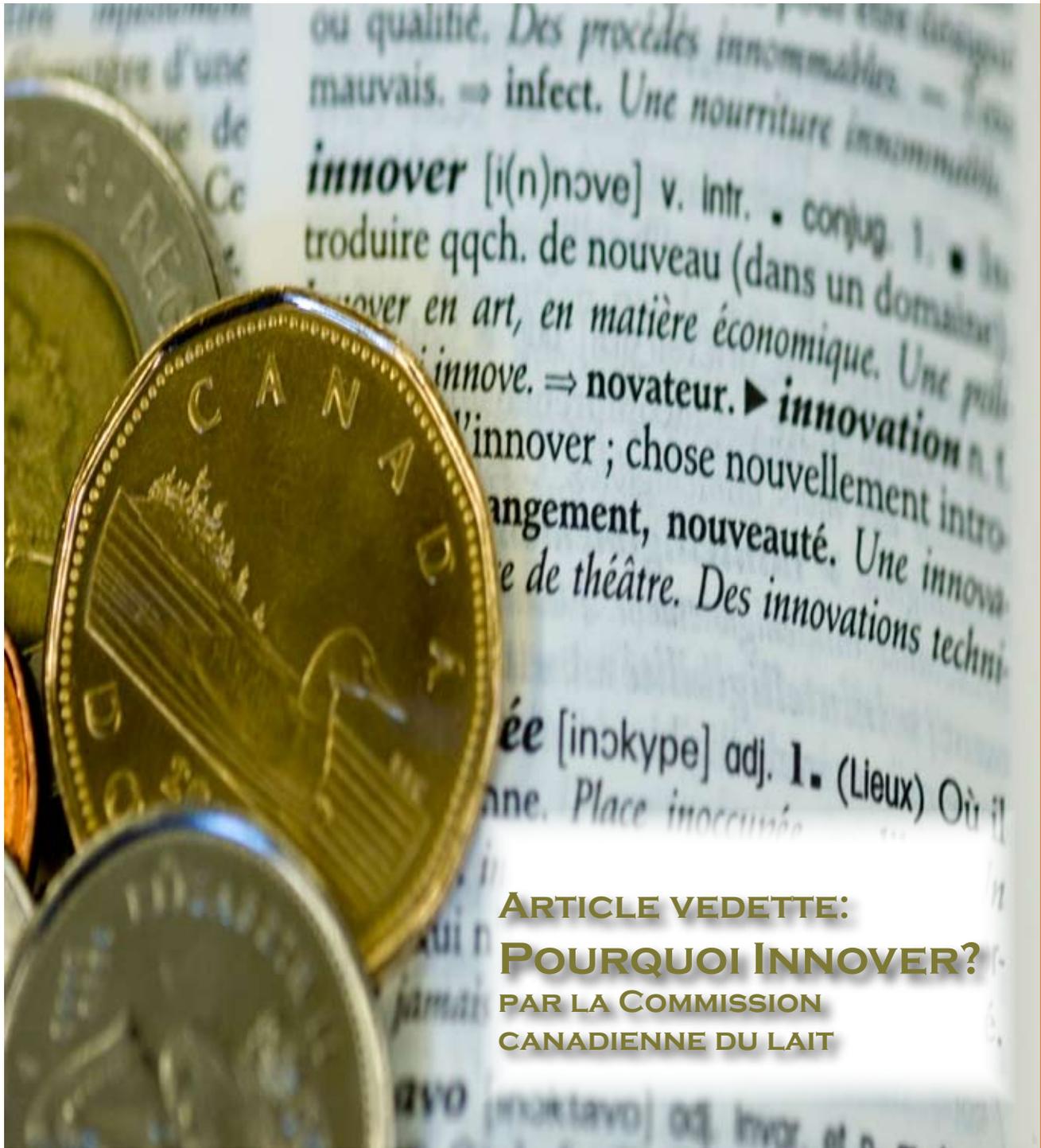


Décembre 2005

# Le FORUM

des Spécialistes



**ARTICLE VEDETTE:**  
**POURQUOI INNOVER?**  
PAR LA COMMISSION  
CANADIENNE DU LAIT

## Pourquoi innover ?

De nos jours, le mot « innovation » est dans le vent et s'emploie à tous les modes. Des articles de magazine aux études de marché, ce terme semble être la clé au développement réussi de produits. Mais, que veut dire au juste ce mot ? L'innovation se confond-elle avec le remballage d'un vieux produit ? Et si les produits novateurs de telle ou telle entreprise finissent par supplanter des produits existants, cela vaut-il le coup compte tenu du coût lié au développement de nouveaux produits ?

### L'innovation dans l'industrie de transformation alimentaire

Selon une étude<sup>1</sup> menée par Statistique Canada, les travaux de recherche et développement dans l'industrie de transformation alimentaire ne sont pas aussi poussés, voire novateurs, que ceux des autres secteurs. À la demande d'Agriculture et Agro-alimentaire Canada, cette étude a été réalisée en 2004 à partir d'une enquête auprès de 800 transformateurs et fabricants canadiens. Les résultats, rendus public en août dernier, sont assez surprenants puisqu'ils révèlent que seulement 37 p. 100 des répondants ont lancé des produits novateurs au cours des trois dernières années. Parmi ceux-là, 64 p. 100 ont vu les produits novateurs rapporter une marge plus élevée que les produits habituels. Y a-t-il là une raison d'innover ? Beaucoup n'y trouveraient rien à redire.

L'étude a également montré que 55 p. 100 des entreprises qui ont développé des produits novateurs s'y sont prises en adaptant, en améliorant ou en modifiant des produits existants alors que seulement 36 p. 100 ont mis au point des produits tout à fait nouveaux. Innover ne veut donc pas dire nécessairement réinventer la roue. Souvent, on innove rien qu'à modifier le cours habituel des choses, à perturber les habitudes pour laisser s'exprimer de nouveaux besoins auxquels viendront répondre de nouveaux produits.

### Innovation au fil des tendances...

D'après le Bureau de la chaîne de valeur des aliments, qui dépend d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, une augmentation modeste de la population canadienne dont une tranche vieillissante, des consommateurs exigeants, plus nombreux et mieux informés de la salubrité des aliments et de la santé, la réorientation du flux migratoire, hier Europe, aujourd'hui Asie et pays du tiers-monde, et une demande accrue d'aliments préparés sont des indicateurs démographiques importants qui influent de façon marquée sur le marché intérieur.<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Statistique Canada; *Le Quotidien* (lundi 15 août 2005) : *Innovation dans l'industrie de la transformation des aliments*

<sup>2</sup> Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau de la chaîne de valeur des aliments, *À l'aube du XXIe siècle – débouchés commerciaux et défis* ([http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index\\_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5](http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5))

Ces tendances se traduisent par des possibilités prometteuses pour le secteur d'aliments et de boissons du Canada. Concrètement, les fabricants pourront proposer, par exemple, des aliments sains, à faible teneur en gras et adaptés au goût des consommateurs, les aînés compris, qui font attention à leur santé; des plats haut de gamme, prêts à consommer et sachant plaire autant par leur côté pratique que par leurs qualités gustatives et olfactives; des produits de fraîcheur garantie grâce aux procédés de traitement qui en préservent la saveur naturelle; des produits ethniques à l'exemple des fromages hispaniques et méditerranéens, tant appréciés par la population immigrante croissante et qui ne tarderont pas à séduire le reste de la population canadienne friande de produits exotiques au goût unique.<sup>3</sup> Enfin, et non les moindres, les produits laitiers et alimentaires riches en protéine, calcium et potassium, faits d'ingrédients naturels et laitiers, sont aussi promis à un bel avenir.

Le secteur d'aliments fonctionnels et nutraceutiques offre d'autres débouchés à explorer par les transformateurs alimentaires. Pleins d'atouts, en raison des bienfaits médicaux et santé que procurent les produits, ce secteur dynamique se veut « un véritable marché mondial, émergent ici, bien implanté ailleurs et qui, malgré les défis réglementaires que devront relever les pouvoirs publics et le secteur lui-même, présente un potentiel considérable. »<sup>4</sup>

Lors d'une conférence de la Fédération internationale de laiterie, qui s'est tenue récemment à Vancouver, un invité de marque venu d'un grand fabricant de fromage basé aux États-Unis a commenté la situation actuelle : « Les consommateurs, dit-il, sont loin de se noyer dans un océan de choix, ils y baignent à merveille ! De plus, l'océan n'est pas assez vaste. » En voilà donc des nouvelles plus que rassurantes ! Dans cet océan, qui s'élargit à perte de vue, les fabricants qui innovent à l'instar de ceux susmentionnés devront continuer de voir augmenter leurs profits !

À l'heure où tout est propice au développement de produits, la CCL est fière d'être aux côtés des entreprises qui innovent surtout dans les domaines de la fabrication et de l'utilisation des produits et composants laitiers. Nous vous invitons sur notre site — [www.INGREDIENTSLAITIERS.CA](http://www.INGREDIENTSLAITIERS.CA) — où vous apprendrez tout sur le *Fonds d'accès direct* et le *Fonds d'aide à l'innovation*. Au travers de ces deux fonds, lancés il y a si peu, nous entendons joindre le geste à la parole en apportant aux entreprises qui en font la demande de l'aide financière pour consulter des experts en technologies alimentaires et bénéficier du soutien technique dans le développement de produits.

DM 83238

---

<sup>3</sup> Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau de la chaîne de valeur des aliments, *À l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle – débouchés commerciaux et défis* ([http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index\\_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5](http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5))

<sup>4</sup> Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau de la chaîne de valeur des aliments, *À l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle – débouchés commerciaux et défis* ([http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index\\_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5](http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba/index_e.php?s1=proc-trans&s2=sect&page=5))