

# L'actualité ALIMENTAIRE **WEB**

## L'INFLATION



TROIS CONSEILS  
DE GESTION

STATS DUX - LES IMPACTS  
DE L'INFLATION SUR  
LES HABITUDES

SURFER  
SUR LA VAGUE

**ek**  
EDIKOM



PAR **LYNE GOSSELIN**  
Présidente et éditrice

## L'inflation qui galope... de plus en plus haut.

C'est indéniable, on sent son impact sur les entreprises dans diverses sphères et par ricochet sur le consommateur. Que ce soit au niveau des hausses importantes des coûts de transports et des matières premières, la rareté de la main d'œuvre ou le prix des aliments et des services, même essentiels, la pression est forte de tous les côtés et une bonne partie de la facture est refilée aux consommateurs. Comment cela influence leurs habitudes alimentaires et de consommation? Est-ce plus difficile de bien manger? Nous avons obtenu des réponses intéressantes qui nous ouvrent les yeux sur de vraies réalités... et m'amènent à me questionner:

Face à cette hausse, comment réagir intelligemment? Comment transformer le stress engendré en proactivité?

Cette période offre, comme chaque période plus périlleuse, son lot d'opportunités. Elle force à scruter les secteurs de notre entreprise sur lesquelles on peut optimiser la rentabilité en recalculant le coût de revient, en observant nos processus pour trouver où se trouvent les pertes de temps, de produits... Dans cette situation challengeante, déposons-nous quelques instants au lieu de prendre des décisions précipitées, non réfléchies, et voyons comment nous pouvons être d'avantage performant au profit de tous, même celle de notre planète.

Le gaspillage en temps et en matière était important en période de grâce, au grand dâme de notre planète. Et si ce temps nous permettait à tous de diminuer dans nos entreprises et nos maisons le gaspillage de toute sorte de 25 %, ce serait extraordinaire... c'est le défi que j'ai lancé à mes équipes et l'impact est majeur car tous sont mobilisés autour d'une même cause

et à vous!

# L'actualité ALIMENTAIRE WEB

**Notre mission :** proposer un guichet unique dynamique et informatif sur les tendances et les particularités des univers agroalimentaires régional, national et international, permettant aux professionnels de l'industrie alimentaire de sentir le pouls et le rythme du milieu alimentaire, et de créer un pont entre les acteurs alimentaires et les consommateurs. Bref, proposer un magazine branché sur l'actualité, et devenir un incontournable en la matière.

## VOLUME 18 NUMÉRO 5

### L'ÉQUIPE

**Présidente, rédactrice en chef et éditrice** Lyne Gosselin  
lgosselin@edikom.ca  
**Vice-président principal** Martin Lemire, Dt.P., M.A.  
mlemire@edikom.ca  
**Chargée de projet et rédactrice**  
**Directrice artistique** Maude Labelle  
**Réviseur** Simon Tucker  
**Textes :** Julia Morin, Émilie Farrell, Lyne Gosselin

### PUBLICITÉ

**Martin Lemire** 514-773-6967  
mlemire@edikom.ca

**DROITS ET RESPONSABILITÉS :** Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos, par quelque procédé que ce soit, en tout ou en partie, du présent ouvrage, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditrice. Les opinions émises dans les articles publiés par Edikom - Les Éditions Comestibles n'engagent que la responsabilité de leur auteur.  
**DÉPÔT LÉGAL** ISSN 1708-1238  
Bibliothèque nationale du Canada, Ottawa  
Bibliothèque nationale du Québec, Montréal

880, rue Jean-Neveu, Longueuil, QC, J4G 2M1  
Tél. : 514 990-6967 | Téléc. : 514 990-6967  
Courriel : info@edikom.ca | www.edikom.ca



VOLUME 18  
NUMÉRO 5

# L'actualité ALIMENTAIRE WEB

02 ÉDITORIAL

## GROUPE EXPORT

04 UN NOUVEAU SYMBOLE NUTRITIONNEL SUR LE DEVANT DES EMBALLAGES

## MATCH DUX

06 LES 15 FINALISTES DE LA COMPÉTITION DE PITCHS LE MATCH DUX 2022 DÉVOILÉS - UNE COHORTE D'ENTREPRENEURS PLUS CRÉATIFS QUE JAMAIS !

## SAVOIR +

08 INNOVATION ET TECHNOLOGIE AU SERVICE DE LA CONSTRUCTION

12 TROIS CONSEILS DE GESTION POUR QUE L'INDUSTRIE DE LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE DEMEURE RENTABLE EN TEMPS DE CRISE

## PERSONNALITÉS

DU MOIS

18 PERSONNALITÉS D'OCTOBRE DE L'ACTUALITÉ ALIMENTAIRE - DÉCOUVREZ LA FAMILLE EDIKOM !

## SONDAGE

LES STATS DU CLUB DUX

22 LES STATS DU CLUB DUX : LES IMPACTS DE L'INFLATION SUR LES HABITUDES ALIMENTAIRES

## DOSSIER

LOGISTIQUE & DISTRIBUTION

25 SURFER SUR LA VAGUE DE LA HAUSSE DES COÛTS

27 L'INFLATION ALIMENTAIRE ET SON INCIDENCE EXCEPTIONNELLE SUR LES INVESTISSEURS OBLIGATAIRES DES MARCHÉS ÉMERGENTS

32 PÉNURIES CROISSANTES ET FORTES HAUSSES DE PRIX DES EMBALLAGES

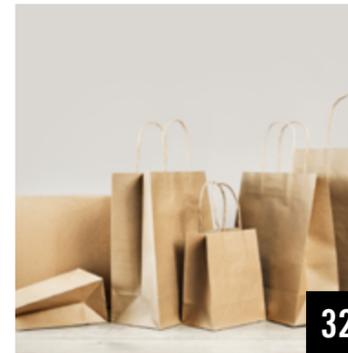
36 ALIMENTS : AUTRES HAUSSES DE PRIX ANNONCÉES PAR DES FOURNISSEURS POUR L'AUTOMNE

38 LES EMBALLAGES EMBALLANTS

41 COMMENT LA GUERRE EN UKRAÏNE SE RÉPERCUTE DANS TOUTES LES RÉGIONS DU MONDE



06



32



41

## UN NOUVEAU SYMBOLE NUTRITIONNEL SUR LE DEVANT DES EMBALLAGES

Au cours des dernières années, plusieurs nouvelles réglementations ont été publiées concernant l'étiquetage des aliments au Canada. Déjà, de nombreux emballages sur les tablettes affichent le nouveau format de tableau de la valeur nutritive et déclarent les listes d'ingrédients de manière plus uniforme. Toujours avec l'intention de rendre plus facile à comprendre les étiquettes des produits alimentaires et d'aider les gens à faire des choix éclairés, Santé Canada a encore une fois publié, en juillet 2021, de nouveaux règlements. Parmi ceux-ci, l'apparition d'un nouveau symbole sur le devant de certains emballages a fait couler beaucoup d'encre. | Par Julie Langlois, Directrice, Étiquetage et Réglementation

### NOUVELLE EXIGENCE

En effet, tel qu'exigé par ce nouveau règlement, certains emballages de produits préemballés devront dorénavant afficher un symbole afin de mettre en évidence le fait qu'un produit a atteint ou dépassé le point critique établi par le gouvernement pour les nutriments qui sont jugés problématiques, notamment, les gras saturés, les sucres et le sodium.

Les seuils pour ces trois nutriments sont de 15 % de la valeur quotidienne pour les aliments préemballés, de 10 % pour les aliments préemballés dont la quantité de référence est inférieure ou égale à 30 g ou ml et de 30 % pour les plats principaux préemballés dont la quantité de référence est de 200 g ou plus.

Ce sont ces seuils qui déterminent si un symbole est requis. Donc, à moins d'une exemption, si votre produit atteint ou dépasse ces limites par portion indiquée ou par quantité de référence, un symbole sera alors obligatoire.

Il importe de noter que ce symbole ne sera pas nécessairement présent sur tous les aliments préemballés. En effet, seuls certains produits devront l'afficher et il devra être adapté en fonction du ou des nutriments présents en teneur élevée. Ce qui veut dire que si la quantité de gras saturés et de sodium de votre produit atteint ou dépasse les seuils établis, ce sont seulement ces nutriments qui devront être inclus à l'intérieur du symbole.

### EXIGENCES GRAPHIQUES DU SYMBOLE

Au même titre que dans le cas du tableau de la valeur nutritive, la forme, la grosseur et l'emplacement du symbole seront déter-

minés en fonction de la taille de l'emballage. Plusieurs exigences graphiques devront être respectées par rapport aux tailles de caractères, aux espacements, aux couleurs utilisées, etc. Ainsi, plus l'emballage sera petit, plus le symbole pourra être petit. Il devra apparaître sur le devant des emballages afin de rendre facile le repérage du symbole.



### EXEMPTIONS

Certaines exceptions seront permises quant à l'affichage du symbole.

- Les aliments qui font l'objet d'une exemption technique (ex: très petits emballages, viandes qui ne contiennent qu'un seul ingrédient, etc.);
- Les aliments qui ont un effet protecteur sur la santé et qui ne contiennent pas de sodium, de sucres, ni de gras saturés ajoutés;
- Certains produits laitiers qui sont d'importantes sources de calcium;
- Les viandes et volailles hachées, crues, composées d'un seul ingrédient;
- Les aliments sur lesquels le symbole serait redondant (ex: beurre, sucre, sel, etc.).

Il est à souligner que certaines exemptions peuvent être compromises si l'emballage perd son exemption d'afficher le tableau de la valeur nutritive.

### RESTRICTIONS QUANT AUX ALLÉGATIONS CONCERNANT LA SANTÉ

Ce nouveau symbole affectera l'usage de certaines allégations nutritionnelles. Toutes les allégations relatives à la teneur en gras saturés, en sucres ou en sodium seront interdites sur l'espace principal dans les cas où le produit devra porter un symbole identifiant que l'aliment a une teneur « élevée en » cet élément nutritif particulier. Seules les allégations « teneur réduite en » pourraient être permises.

Un emballage qui doit afficher un symbole et qui affiche une allégation concernant la santé sur le devant de l'emballage doit se conformer aux exigences graphiques quant à la hauteur de cette allégation.

Ne soyez donc pas surpris de voir apparaître ce nouveau symbole sur le devant des emballages de certains produits au cours des prochaines années. C'est à partir du 1er janvier 2026 que les emballages qui nécessiteront l'affichage de ce symbole devront être conformes avec cette nouvelle réglementation.

Besoin d'aide? Notre équipe spécialisée en étiquetage des aliments peut vous assister à mieux comprendre les exigences en vigueur. Contactez-nous au [reglementation@groupeexport.ca](mailto:reglementation@groupeexport.ca).

Référence: Le symbole est tiré du [Recueil des modèles des symboles nutritionnels](#)

CANADA | ÉTATS-UNIS

## DÉMYSTIFIEZ LES EXIGENCES DE L'ÉTIQUETAGE ALIMENTAIRE



Notre équipe peut vous aider à vous conformer aux normes en vigueur.



Conformité des emballages



Tableaux de la valeur nutritive



Listes d'ingrédients



Formations sur mesure



Service-conseil réglementaire

Le Groupe Export accompagne les entreprises dans leur commercialisation au Canada et aux États-Unis.

SERVICE-CONSEIL  
ÉTIQUETAGE ET  
RÉGLEMENTATION

[reglementation@groupeexport.ca](mailto:reglementation@groupeexport.ca)  
450 649-6266 | [groupeexport.ca](http://groupeexport.ca)

# LES 15 FINALISTES

*de la compétition de pitches Le MATCH DUX 2022 dévoilés – Une cohorte d’entrepreneurs plus créatifs que jamais !*

Les consommateurs se sont prononcés ! Trois startups parmi celles en ballottage lors du Pré-Match DUX ont rejoint les finalistes qui prendront place sur la scène à l’évènement. En dévoilant la cohorte créative et innovante de cette 3<sup>e</sup> édition, LE MATCH DUX est fière de cette initiative unique qui soutient la relève entrepreneurial qui améliore l’offre alimentaire au Québec.

Pas moins de 2 500 consommateurs ont voté après avoir visionné et analysé les différentes propositions des 13 start-ups encore en lice dans le cadre du Pré Match du MATCH DUX. « C’est la deuxième année qu’on faisait participer la communauté pour sélectionner les derniers finalistes, et nous sommes encore une fois ravis de voir la réponse enthousiaste des consommateurs. Ce processus renforce notre positionnement à titre de vecteur entre les consommateurs et l’industrie. »

Choisies par le public, félicitations à :

- Laiterie Végétale Aviva: Alternatives végétales au fromage Aviva
- MANA yerba maté: MANA yerba maté
- OOOYA Infusions Inc: OOOYA Infusion

Qui rejoignent les autres finalistes sélectionnés par le jury DUX manger mieux :

- Bela Peko: Préparation à dessert à base de purée de légumes
- Belov compagnie Inc: Repas texturés pour bébé
- Boisson Dam: Boissons végétales concentrées
- Finfinoix: Tartinade de cajou

- Les Aliments Chickumi Inc: Batonnet de Houmous Buffalo & Sauce BBQ
- Lyo & Co: Sachets de fruits et légumes lyophilisés en format collation
- Malterre: Craquelins de drêches
- Nutrition Nalka Inc: Boisson repas Nalkä – Café Érable
- Séva: Mélanges pour crème glacée végane à base d’avoine
- The Foodie Family: Bar to Cook – les barres de sauce à cuisiner
- The pretty ugly company: Salsa Pretty Ugly
- Tofufutu: Tofu fumé façon « Smoked meat »

Découvrez les entreprises et leurs produits ici : <https://mouvementdux.com/fr/le-match-2022/#finalistes>

## UN CONCEPT PORTEUR POUR L’AVENIR DE L’AGROALIMENTAIRE

Les six gagnants se partageront plus de 75 000 \$ en produits, services professionnels, formations et mentorat, ce qui leur permettra de propulser au maximum leur entreprise.

Imaginé par DUX, ce concept original per-

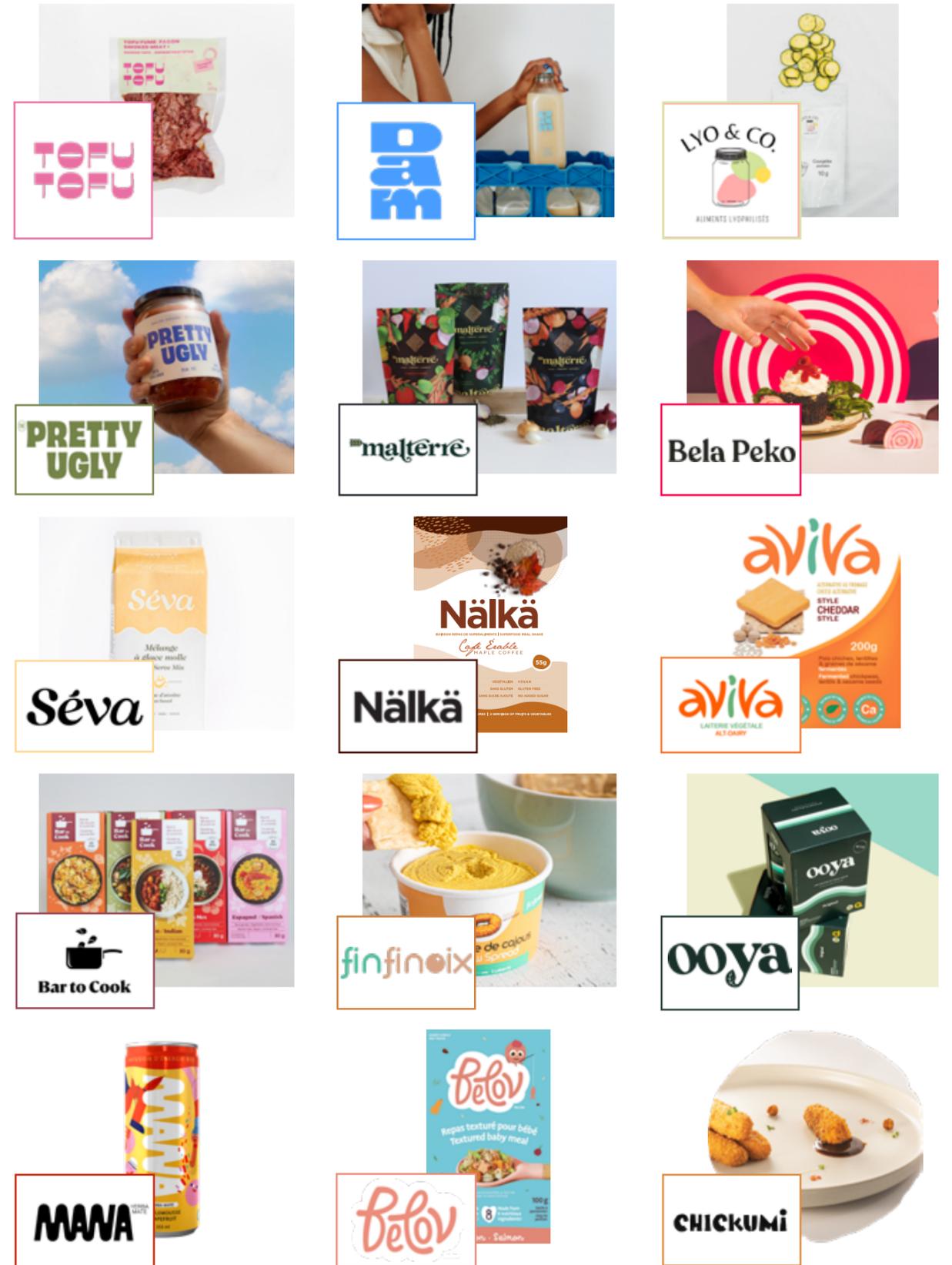
mettra ainsi de réaliser un jumelage unique entre de jeunes entreprises et des professionnels établis dans le monde alimentaire. « Le MATCH DUX est une chance unique de pouvoir rencontrer des entrepreneurs influents et inspirants dans le monde alimentaire et de créer des liens qui peuvent devenir durables », souligne Lyne Gosselin, créatrice du MATCH DUX.

**Découvrez la Boîte Match DUX**



Vous aimeriez découvrir en primeur à la maison de nouveaux produits sains développés par de jeunes entreprises québécoises qui ont à cœur la santé et l’environnement ? Chaque boîte MATCH DUX contiendra 6 à 8 produits des finalistes !

**Commandez-là dès aujourd’hui**



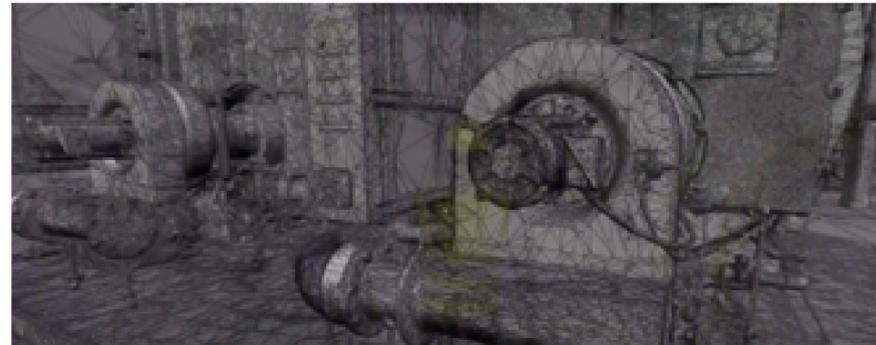


# INNOVATION ET TECHNOLOGIE

## AU SERVICE DE LA CONSTRUCTION

PAR : LUC CUSSON, VICE-PRÉSIDENT INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES, FRARE GALLANT

Pour l'industrie de la construction, et les entrepreneurs généraux comme FRARE GALLANT, il est primordial d'être à l'affût des nouveautés et des tendances en matière d'outils technologiques afin de permettre à ses artisans de répondre aux demandes et aux besoins du marché en améliorant la qualité, la performance et l'efficacité d'exécution des travaux et projets qu'ils entreprennent.



Voici quelques exemples de technologies, procédés et nouveaux produits sur le marché:

### LASER SUR CHANTIER

Fort utile dans notre domaine, un type de projecteur permettant de visualiser un plan de construction directement au sol a été conçu ici même à Montréal. Cette technologie surpasse la prise de mesure traditionnelle et permet d'installer des matériaux directement à partir des lignes laser.

Voilà une méthode qui accélère grandement la rapidité d'exécution et réduit du même coup

les risques d'erreur associés à une prise de mesure exécutée manuellement.

### RELEVÉ INFONUAGIQUE 3D

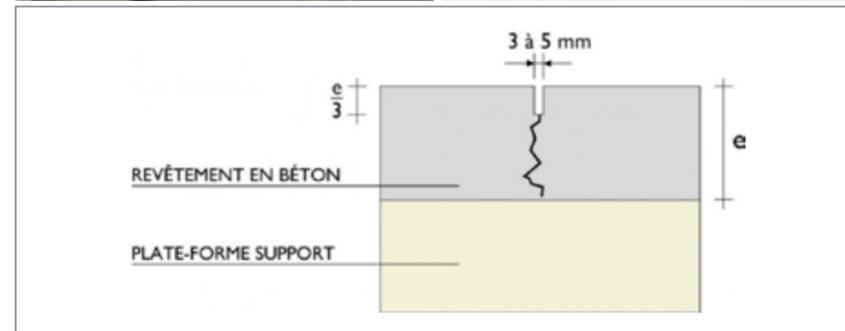
Il peut être ardu de mettre la main sur des plans représentatifs - et à jour - d'installations existantes, dans le but d'y apporter des modifications majeures.

De nouveaux outils sur le marché, tel qu'un « Numériseur 3D » (ou Relevé infonuagique en 3 dimensions) sont des solutions efficaces pour remédier à la situation.



Cet outil permet d'effectuer une modélisation 3D d'une structure existante ou encore d'équipement mécanique, selon les étapes suivantes:

- Capture (« scan ») de points numériques des installations en place;
- Représentation 3D haute-fidélité d'une installation;
- Transformation des relevés de points en dessin ou image.



Par la suite, des logiciels permettent d'apporter des modifications virtuellement, comme ajouter ou retrancher des équipements directement sur le dessin technique.

On peut, par exemple, retirer une pièce d'équipement (la pompe) afin de créer de l'espace. Ou encore, mettre en place, virtuellement, une pièce d'équipement dans un espace réservé à cette fin.

Cette technologie permet non seulement de gagner du temps dans la conceptualisation de travaux à effectuer, mais offre une précision sans pareil et un rendu très réaliste de l'aménagement final!

### JOINT DE RETRAIT OU JOINT DE FRACTIONNEMENT POUR BÉTON

Le joint de fractionnement, ou joint de retrait est fréquemment employé lors de la réalisation de dalles ou de chapes. Il a pour rôle d'éviter que le béton se fissure sous l'effet de son retrait inévitable. Il permet ainsi le libre retrait du béton (contraction naturelle et inévitable du béton liée à l'hydratation progressive du ciment).

**Le joint scié** Cette technique consiste à créer un point faible (amorce de fissure) en sciant la dalle de béton durci sur 1/3 de son épaisseur à l'aide d'une disqueuse ou d'une scie à sol munie d'un disque diamant de quelques millimètres de largeur.

Les joints de retrait sciés sont réalisés le plus tôt possible, dès que le durcissement du béton permet le sciage sans épaufure. Ils sont normalement réalisés dans un délai de 6 à 48 heures après bétonnage.

Si elle se produit, la fissure sera localisée dans le fond du trait de scie et donc non visible.

Les joints de fractionnements exécutés par sciage mécanique peuvent être laissés vides ou bien être garnis de mastic souple à base de polyuréthane.

**Le joint de fractionnement : à quel intervalle?** Généralement, avec du béton conventionnel, la distance à prévoir entre chaque joint de fractionnement sera approximativement 5 mètres.

Avec l'ajout de certains nouveaux adjuvants, il est maintenant possible de développer de

nouveaux mélanges de bétons performants, nous permettant ainsi d'accroître cette distance à près de 30 mètres!

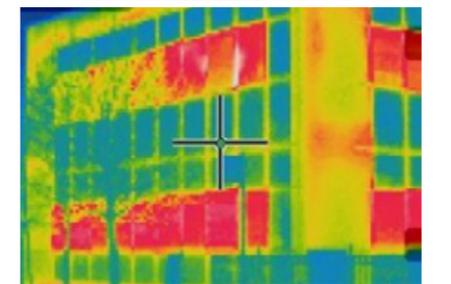
Parmi les avantages, l'on retrouve un roulement plus doux des chariots élévateurs dans les corridors de circulation de l'entrepôt ainsi qu'une réduction des frais d'entretien des joints.

### CAMÉRA INFRAROUGE

De plus en plus utilisée sur les chantiers de construction, la caméra infrarouge - ou caméra thermique portable - permet de détecter des variations de chaleur, notamment dans des murs ou des toits, afin de vérifier si les travaux de construction ont bien été effectués.

Cet outil est fort utile pour, par exemple, évaluer si un joint qui relie deux structures a bien été scellé ou si une perte de chaleur a lieu.

L'équipe de FRARE GALLANT utilise d'ailleurs cette caméra à des fins d'assurance-qualité. Celle-ci nous permet de remettre à nos clients un rapport comprenant des photos infrarouges qui illustrent la qualité de l'isolation au niveau des travaux effectués.



Ainsi, comme vous le constatez, l'industrie de la construction n'y échappe pas et les différents intervenants sont constamment à la recherche et au développement d'outils et de nouveaux matériaux visant à rencontrer les nouvelles exigences de l'industrie!



**Manger mieux.**

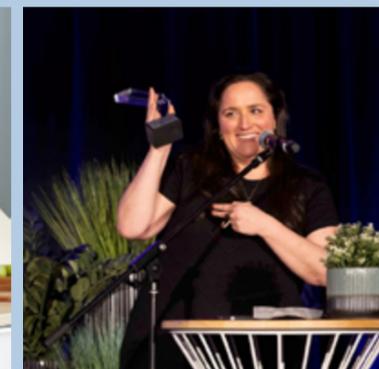
**Offrez des boites cadeaux uniques pour remercier vos employés et vos clients**

Des produits sains, locaux et écoresponsables, pour le plaisir de dire merci et pour le plaisir de bien manger.

**Contactez nous!**

**Vous aimeriez intégrer votre produit aux boites DUX? C'est possible!**

Écrivez-vous au [info@mouvementdux.com](mailto:info@mouvementdux.com) dès maintenant.



**Le Club**

**INSCRIVEZ VOTRE PRODUIT!**

Dans le but d'améliorer l'offre alimentaire et de faire rayonner les meilleurs produits qui aident les consommateurs à manger mieux, le Club DUX offre aux entreprises qui aspirent à innover et à améliorer leurs produits et leurs façons de faire de rejoindre un mouvement unique, qui les rapprochera du consommateur.

**AVANTAGES**

**Inscription aux Grands Prix DUX 2023**

- Évaluation par un jury d'experts
- Envoi de votre produit en dégustation et évaluation aux consommateurs
- Visibilités et rayonnement de votre produit

**Vente sur le Marché DUX & Boîtes DUX**

Un guide unique regroupant les meilleurs produits d'ici dans le but d'aider les consommateurs à manger mieux.

**POUR EN SAVOIR PLUS**

<https://mouvementdux.com/fr/le-club-pour-votre-marque/>

# TROIS CONSEILS DE GESTION

## *pour que l'industrie de la transformation alimentaire demeure rentable en temps de crise*

PAR : INNO-CENTRE, OBNL MANDATÉE PAR LE MAPAQ ACCOMPAGNER LES PME INNOVANTES

Hausse vertigineuse des coûts de transport ainsi que des matières premières. Difficultés d'approvisionnement. Raréfaction de la main-d'œuvre. Financement et modernisation de moins en moins accessibles. N'en jetez plus, la cour est pleine ! L'industrie de la transformation alimentaire, plus que d'autres, est actuellement sous pression au point où elle doit se transformer... elle-même pour retrouver le chemin de la rentabilité. Comment sécuriser la production ? Faut-il ajuster les prix, diversifier les fournisseurs, consentir des hausses de salaire afin de fidéliser les employés et, le cas échéant, dans quel ordre ? Les paris sont ouverts. Les enjeux sont élevés. Trois experts se prononcent ici, pour lesquels il y a principalement 3 conseils à suivre.

### 1<sup>ER</sup> CONSEIL : CALCULER LE COÛT DE REVIENT, C'EST POUVOIR ENSUITE ANALYSER LA RENTABILITÉ DE CHAQUE PRODUIT

Gilles Boileau est conseiller d'affaires principal chez Inno-centre. Il se spécialise dans la comptabilité des PME et des grandes entreprises. Ce qui est primordial, pour lui, c'est de calculer précisément le prix de revient de chacun des produits.

« C'est étonnant le nombre d'entreprises qui ne documentent pas précisément, en temps réel, le coût de revient de leurs produits, se désolent-ils. Pourtant, lorsqu'un gestionnaire sait où son entreprise perd de l'argent... il commence à savoir comment la rendre plus profitable ! Lorsque j'interviens auprès d'une PME, c'est donc vraiment le premier exercice que je conseille, car celui-ci permet de comprendre les effets des hausses de coûts, et d'ainsi identifier les décisions d'affaires qui s'imposent. »

Connaitre le coût de revient de manière précise et, surtout, procéder à une mise à jour en temps réel de celui-ci, comporte de nombreux avantages pour l'entreprise.

D'abord, cela permettra d'évaluer les conséquences des hausses de coûts sur la rentabilité de l'entreprise, mettant ainsi en évidence les endroits où concentrer les efforts de gestion pour réduire ceux-ci.

En effet, peut-être que certains produits demandent beaucoup de temps pour la mise en route de la chaîne de production ? Ou alors, beaucoup de temps machine ou de temps de main-d'œuvre directe ? Dans de tels cas, il peut être utile de revoir la place de ces produits dans l'organisation générale de la production ou, carrément, leur pertinence dans le portefeuille de produits de l'entreprise.

**MÊME DANS UNE PME QUI N'A PAS DE COMPTABLE PROFESSIONNEL, IL EST POSSIBLE DE SUIVRE LE COÛT DE REVIENT DES PRODUITS. CE N'EST PAS UN EXERCICE COMPLEXE, MAIS QUI DEMANDE DE LA RIGUEUR ET UN SUIVI RÉGULIER. LE SIMPLE FAIT DE SE PLIER À CET EXERCICE PERMET DE MIEUX ORIENTER LES DÉCISIONS D'AFFAIRES.**



Gilles Boileau, conseiller d'affaires principal chez Inno-Centre

« Pour sortir son entreprise d'une situation difficile, travailler avec moins de produits, en mettant l'accent sur les plus rentables et les gros volumes, peut constituer une stratégie gagnante ! »

#### COMMENT CALCULER LE COÛT DE REVIENT D'UN PRODUIT

Dans le calcul du coût de revient, l'expert Gilles Boileau, d'Inno-centre, insiste sur l'importance d'inclure les coûts suivants :

**Le coût de production**, lequel comprend :

- le coût des matières premières, incluant les pertes ;
- le coût de la main-d'œuvre<sup>1</sup> directement liée aux produits, en tenant compte du temps de mise en route des chaînes de production ;
- le temps machine, c'est-à-dire les frais généraux d'occupation ou de fabrication, ce qui inclut notamment le loyer, les coûts d'énergie, etc., lesquels sont à imputer par produit, et ce, en fonction des ressources que ce produit demande.

**Le coût de distribution**, c'est-à-dire les frais de transport vers l'entrepôt ou les frais de livraison directe aux détaillants, voire les frais de services d'un distributeur.

**Les réductions de prix**, en fonction des différents programmes négociés avec chaque grand distributeur, ce qui comprend, par exemple, les escomptes du bureau-chef, les rabais, les retours, etc.

<sup>1</sup>Plus un produit demande des ressources en main-d'œuvre directe (MOD) ou machine, plus il supporte de frais.

« Ce que je remarque souvent dans les PME du secteur de la transformation alimentaire, c'est que les coûts par produit, en toute logique, n'étant pas mis à jour, ne peuvent refléter les hausses à venir ! De plus, parfois, les pertes de fabrication ne sont pas correctement mesurées. Quant à la main-d'œuvre, son efficacité sur les chaînes de production est le plus souvent... surévaluée. »

« Une autre erreur fréquente est de ne pas imputer les frais généraux d'usine aux produits fabriqués. C'est pourtant important de les inclure, parce qu'ils varient selon les produits. Certains produits demandent un processus plus long ou plus lourd, calculable facilement en temps machine ou en temps de main-d'œuvre. »

« Même dans une PME qui n'a pas de comptable professionnel, il est possible de suivre le coût de revient des produits. Ce n'est pas un exercice complexe, mais qui demande de la rigueur et un suivi régulier. Le simple fait de se plier à cet exercice permet de mieux orienter les décisions d'affaires. »

### « ÉVIDEMMENT, UNE FOIS QU'ILS AURONT EFFECTUÉ L'ANALYSE DE RENTABILITÉ DES PRODUITS, LES DIRIGEANTS DE L'ENTREPRISE SERONT MIEUX ARMÉS POUR NÉGOCIER LES CONTRATS AVEC LES GRANDES CHAÎNES DE DISTRIBUTION ! »

Évidemment, une fois qu'ils auront effectué l'analyse de rentabilité des produits, les dirigeants de l'entreprise seront mieux armés pour négocier les contrats avec les grandes chaînes de distribution !

En effet, la documentation exacte des hausses de coûts permettra de mieux négocier avec les distributeurs. Quant au suivi régulier de l'évolution de ces coûts, celui-ci permettra de mieux prévoir les augmentations de prix de vente, lesquelles prennent souvent plusieurs semaines avant d'être effectives, particulièrement en cette période inflationniste.

« Enfin, et pour couronner le tout, la rentabilité des entreprises de transformation alimentaire n'est calculée qu'occasionnellement et partiellement. Alors que celle-ci devrait être dûment intégrée aux états financiers, ce qui permettrait de la comparer aux budgets mensuels et d'ainsi prendre à temps les mesures correctrices », résume l'expert.

### « POUR SORTIR SON ENTREPRISE D'UNE SITUATION DIFFICILE, LE FAIT DE TRAVAILLER AVEC MOINS DE PRODUITS, EN METTANT L'ACCENT SUR LES PLUS RENTABLES ET LES GROS VOLUMES, CELA PEUT ÊTRE UNE STRATÉGIE GAGNANTE ! »

Quand on fait face à une hausse des coûts de nos intrants, faut-il forcément augmenter son prix de vente ? « Sur le plan financier, c'est sûr que ce serait idéal, répond Gilles Boileau. Mais il faut prendre cette décision de façon bien raisonnée, en tenant compte des compétiteurs et de sa place dans tel ou tel marché », précise-t-il.

Prenons le cas d'une hausse comme celle, récente, du prix du soya. Si tous les transformateurs de soya font face à la hausse de cet intrant, alors il serait logique que toutes les entreprises qui le transforment augmentent leur prix de vente. En revanche, si le prix de vente de votre produit est déjà le plus élevé parmi l'ensemble des compétiteurs, alors là, il faut être plus prudent.

On peut, par exemple, penser à remplacer un ingrédient par un autre ou à réduire le format des produits mais là encore, avec prudence. Toutefois, lorsque les matières premières ont une durée de vie assez longue, on peut penser à les acheter en plus grande quantité, car cela permettra de profiter d'économies de volume et de réduire le coût de revient.

Fait non négligeable, le calcul précis des coûts de produits permettra de faire la démonstration qu'il est avantageux d'acheter des matières premières en plus grande quantité auprès d'une institution financière par un prêt ou une marge de crédit à court terme, sans pour autant affecter les flux de trésorerie de l'entreprise.

**2<sup>e</sup> CONSEIL :**  
**L'OBSERVATION ET LA SUPERVISION D'UNE CHAÎNE DE PRODUCTION PERMETTENT DE RÉDUIRE LES PERTES**

Quand une entreprise se trouve dans une situation financière difficile, il faut rapidement que celle-ci se serre la ceinture. Pour Ghislain Ouimet, spécialisé en gestion des opérations, des approvisionnements et de la logistique, « le simple fait d'assurer une présence et une supervision vigilante sur la chaîne de production permet le plus souvent d'identifier des pertes que l'on peut ensuite contrôler et réduire ».

En ce qui concerne les intrants, par exemple, on peut utilement se demander: est-ce que la recette est suivie de manière précise et rigoureuse? En effet, si la mesure d'un ingrédient est constamment arrondie à la hausse, il y a une perte chaque fois. Il en va de même pour les extrants: si l'on vend un produit de 500 g, est-ce qu'on peut s'assurer de ne pas dépasser cette quantité?



Ghislain Ouimet, conseiller d'affaires principal chez Inno-centre

Par ailleurs, l'observation et la supervision de la chaîne de production permettront également de monitorer les périodes d'arrêt sur la chaîne, d'une part, ainsi que le temps de mise en place de celle-ci lors d'un changement de produit, d'autre part. Peut-on diminuer les pertes, mieux organiser la production?

**« SI UN FOURNISSEUR EST DÉPENDANT D'UNE AUTRE PRODUCTION, QU'ARRIVERA-T-IL LE JOUR OÙ L'USINE QUI L'APPROVISIONNE FERMERA SES PORTES? »**

« Dans le cas d'une pénurie de pots de verre, comme cela a été le cas pendant la pandémie de COVID-19, on peut, par exemple, produire plus lentement, et ainsi s'assurer de ne pas échapper les contenants précieux, tandis que l'on tâche de trouver des solutions à plus long terme afin de réduire ce risque », explique Ghislain Ouimet. L'expert insiste sur l'importance de se renseigner sur les risques liés aux fournisseurs.

« Si un fournisseur est dépendant d'une autre production, qu'arrivera-t-il le jour où l'usine qui l'approvisionne ferme ses portes? Y aura-t-il d'autres fournisseurs qui pourront prendre le relais? Si, en dernière analyse, tel ou tel fournisseur entraîne un risque trop élevé pour une entreprise, il faut penser à une stratégie de diversification. »

Afin de réduire les risques pour une entreprise, il s'agit d'adapter celle-ci à la capacité de production de ses fournisseurs. « Peut-être s'agira-t-il de s'approvisionner chez une plus grande entreprise pour l'essentiel de la production, et ce, afin d'obtenir un meilleur prix sur le volume, tout en faisant l'acquisition d'une partie des matières premières ou des emballages chez un plus petit fournisseur... mais de manière régulière. Et ce, tant et si bien que, en cas de difficulté chez l'un, on pourra se tourner vers l'autre, du moins en partie. »

Dans cette stratégie, l'expert d'Inno-centre est catégorique sur un point: « Plus les négociations avec un fournisseur seront transparentes et raisonnables, meilleure sera la relation, ce qui en fin de compte viendra diminuer les risques du côté des approvisionnements. »

**VALORISER LA RELATION AVEC SES FOURNISSEURS : L'EXEMPLE DE LA BAISSÉ DES PRIX DU POISSON**

Le fait de pouvoir recourir à de multiples fournisseurs comporte plusieurs avantages, notamment lorsque des pénuries surviennent, comme cela a été le cas lors des derniers mois. Toutefois, peu importe la stratégie de votre entreprise, la relation humaine que vous développerez avec vos fournisseurs ne doit en aucun cas être négligée. En témoigne de façon éloquente l'exemple que voici.

Quand le prix du poisson a chuté, Samuel Gosselin, co-fondateur et directeur de Fumoirs Gosselin, a résisté à la tentation de changer de fournisseur afin d'obtenir le prix le plus bas possible.

Il a plutôt choisi de demeurer fidèle à son fournisseur, avec qui il avait une relation privilégiée. Bien lui en prit. En effet, cette décision lui a été très largement profitable lorsque est venu le temps où ce même prix du poisson a grimpé en flèche! Car grâce à cette relation-fournisseur empreinte de fidélité, il a pu continuer de s'approvisionner au prix habituel.

**3<sup>e</sup> CONSEIL :**  
**S'ATTAQUER AU TAUX DE ROULEMENT DU PERSONNEL AFIN D'ASSURER UNE PRODUCTION PLUS STABLE ET RÉGULIÈRE**

« Combien coûte l'embauche d'un nouvel employé à l'entreprise? s'interroge Flavie Tremblay, conseillère d'affaires principale chez Inno-centre. Probablement plus que vous ne l'imaginez, considérant qu'il faut du temps et des ressources pour chercher, rencontrer et, surtout, intégrer ce nouvel employé à l'équipe. Dans les entreprises de transformation alimentaire, les nouveaux employés restent parfois aussi peu que quelques jours ou quelques semaines », observe l'experte.



Flavie Tremblay, conseillère d'affaires principale chez Inno-centre

**« DANS LE CONTEXTE ACTUEL DE PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE, À PARTIR DE 75 EMPLOYÉS, JE RECOMMANDE FORTEMENT AUX ENTREPRISES D'AVOIR UNE RESSOURCE À TEMPS PLEIN DÉDIÉE AU RECRUTEMENT, DE MÊME QU'UNE RESSOURCE INTERNE POUR MENER DES CHANTIERS ET SUIVRE LES OBJECTIFS LIÉS AUX RESSOURCES HUMAINES. »**

De manière réaliste, ce ne sont pas toutes les PME qui peuvent se permettre d'avoir une ressource dédiée aux ressources humaines dans leur entreprise. Flavie Tremblay, conseillère d'affaires principale chez Inno-centre, recommande de confier des responsabilités liées aux ressources humaines à des membres de l'équipe qui ont un intérêt pour ce domaine.

« Dans le contexte actuel de pénurie de main-d'œuvre, à partir de 75 employés, je recommande fortement aux entreprises d'avoir une ressource à temps plein dédiée au recrutement, de même qu'une ressource interne pour mener des chantiers et suivre les objectifs liés aux ressources humaines. »

Attention toutefois, prévient-elle, ce conseil n'est pas un absolu. « Si l'entreprise ne vit pas de taux de roulement important, si l'entreprise n'est pas en croissance et que les gestionnaires ont de bonnes compétences en gestion des RH, il n'est pas nécessaire d'avoir un recruteur ou une personne qui se consacre aux RH. »

**COMMENT ASSURER UN SUIVI ADÉQUAT DES RESSOURCES HUMAINES ?**

Pour assurer un suivi adéquat des ressources humaines, l'experte en RH Flavie Tremblay recommande d'effectuer une évaluation régulière des employés d'une entreprise. Celui-ci peut s'effectuer à l'aide d'un simple fichier Excel et aura pour objectif d'identifier la situation de chaque employé par rapport à l'entreprise. Par exemple :

- Cet employé est-il à risque de départ ?
- Est-il parmi les employés clés ?
- Cet employé possède-t-il une connaissance de certains procédés ou une expertise précise dans l'entreprise qui n'est pas documentée et qui pourrait mettre à risque l'entreprise en cas de départ soudain ?
- Cet employé fait-il face à des mesures disciplinaires ?
- Cet employé est-il la bonne personne à la bonne place ?

À la conclusion de cet exercice, il serait idéal que 75 % des employés ou plus soient « la bonne personne à la bonne place ». En faisant la mise à jour de la situation des employés régulièrement, on peut accompagner les gestionnaires afin qu'ils aient un plan d'intervention précis pour chaque employé, lequel devra être révisé tous les 3 ou 6 mois.

Le recrutement est difficile? Même s'il est tentant de faire affaire avec un recruteur externe, Flavie Tremblay croit qu'il serait toujours préférable d'avoir un recruteur interne, qui connaît l'entreprise de l'intérieur et qui peut donner l'heure juste aux candidats qu'il rencontre.

Une fois cet exercice complété, Flavie Tremblay préconise de mettre en place des stratégies de rétention des employés.

Dans un marché de l'embauche qui s'avère de plus en plus compétitif, la conseillère-experte insiste sur l'importance d'offrir une culture unique. « Non seulement les entreprises doivent adapter les conditions qu'elles offrent au marché, mais elles doivent ajouter des avantages uniques, propres à leur entreprise. Par exemple, si la plupart des employés sont des parents de jeunes enfants, peut-on mettre en place des mesures pour les accommoder? Si l'environnement de travail est particulièrement aride ou difficile, est-ce qu'on peut augmenter le nombre de pauses par jour ou, par exemple, offrir une pause payée plus longue afin de permettre aux employés d'avoir le temps d'aller à l'extérieur pour changer d'air? »

L'intégration des nouveaux employés aura aussi un fort impact sur la rétention. En identifiant la meilleure personne de l'équipe pour effectuer la formation, en identifiant la personne qui se sent valorisée alors qu'elle forme les nouveaux employés, on maximise les chances que les nouveaux employés sentent dès les premiers jours qu'ils font partie de l'équipe.

### FUMOIR GRIZZLY : SE PRÉPARER AU PIRE, ET INNOVER SANS RELÂCHE

Fumoir Grizzly est une PME de Saint-Augustin-de-Desmaures. Fondé en 1991, ce leader du prêt-à-manger à base de poissons compte aujourd'hui 90 employés et commercialise, bon an, mal an, plus de 640 tonnes de saumon sur les marchés québécois et canadien.

« Lorsque la pandémie a paralysé l'économie québécoise, entraînant la fermeture des restaurants, des bars et des traiteurs, notre entreprise a perdu plus de 70 % de ses ventes », se souvient la présidente de l'entreprise, Laura Boivin. Avec l'équipe, nous avons rapidement appliqué notre plan de contingence. C'est ainsi que, pendant de longues semaines, l'entreprise est passée en mode de survie, lequel a essentiellement consisté à réduire le plus possible les dépenses... tout en veillant au maintien de nos opérations. »

« Évidemment, dans un tel exercice, plusieurs postes budgétaires, comme la R & D, les projets d'agrandissement de l'usine, la modernisation des équipements, ainsi que la formation aux employés... sont vite passés à la trappe », regrette la cheffe d'entreprise.

« Dans un même souffle, toutefois, nous avons pu lancer en priorité, et en grand volume, la production de quelques plats vedettes et emblématiques de notre succès, parce que ceux-ci étaient plus rentables. C'est donc au prix de l'arrêt de plusieurs productions que nous avons réduit la voilure pour traverser cette tempête. »

« Là où le plan de contingence nous a été le plus salutaire, c'est lorsque s'est imposée la question épineuse des stocks. En effet, croyez-moi : quand on transforme du poisson, on ne rigole pas avec la chaîne du froid et les normes ! Alors nous

voici, soudainement, avec des tonnes de poisson périssable à très court terme... et des ventes qui partent en vrille ! raconte Laura Boivin. Or, les commandes de saumon avaient été passées pour toute l'année. Que faire ? »

« Bien sûr, à court terme, j'aurais pu contacter mes fournisseurs et annuler les commandes. Après tout, c'était indubitablement un cas de force majeure. Mais le fait de ne pas respecter mes engagements auprès d'eux... aurait pu avoir un effet dévastateur à la sortie du tunnel pandémique, n'est-ce pas ? »

« Par contre, si je décidais de respecter tous nos engagements, il y avait clairement un risque de ne pas être capable de payer ces mêmes fournisseurs. Ne pas parvenir à transformer et à vendre nos produits, ce serait gaspiller la matière première, et mettre notre collectif de travail en péril. »

Face à ce dilemme, la présidente de Fumoir Grizzly a finalement choisi de privilégier ses engagements auprès de ses fournisseurs.

« Pour nous, il s'agissait de transformer le saumon commandé en développant spontanément de nouveaux produits pour un nouveau marché. Destination : le commerce de détail ! Nous avons donc relancé la recherche et le développement, et conçu neuf nouveaux produits et... nos commerciaux ont fait le reste. »

« Bilan ? Certains produits ont surgi sur les tablettes des détaillants de façon temporaire, puisque les équipements de l'entreprise ne permettaient pas leur production à plus large volume. D'autres, par contre, sont restés et se taillent tranquillement une place dans le panier d'épicerie des consommateurs, en plus d'augmenter la visibilité de la marque sur les tablettes des détaillants. »

En somme, lorsque l'entreprise navigue dans l'incertitude, il y a une foule d'éléments dont on n'a pas le contrôle. On peut néanmoins agir sur plusieurs fronts pour diminuer les risques.

La première chose à faire ? Calculez. Mettez des chiffres... et les nuages de l'incertitude se dissiperont. Analysez la rentabilité de vos produits, de vos clients et les différents scénarios. C'est ainsi que vous aurez plus d'outils pour prendre des décisions d'affaires éclairées.

En deuxième lieu ? Observez, supervisez et contrôlez rigoureusement votre chaîne de production afin de réduire les pertes de temps et de matière.

### LA PREMIÈRE CHOSE À FAIRE ? CALCULEZ. METTEZ DES CHIFFRES... ET LES NUAGES DE L'INCERTITUDE SE DISSIPERONT.

Et enfin, troisièmement, tous les experts sont d'accord : investissez dans vos ressources humaines ! Prenez le pouls de vos employés, les anciens comme les nouveaux, puis voyez comment améliorer votre processus d'intégration.

SIAL  
L'INSPIRATION ALIMENTAIRE

Canada

#OWNTHECHANGE

Transitions, réinventions et responsabilité globale dans l'agro-alimentaire

9 au 11 mai 2023, Enercare Centre, Toronto

La 20<sup>e</sup> édition du SIAL Canada se tiendra du 9 au 11 mai prochain au Enercare Center de Toronto. Le projet de 2023 est ambitieux, s'investit pleinement dans les mutations majeures de l'industrie agroalimentaire en invitant la réflexion autour du puissant thème « Own The Change ».

Dans un monde en constante évolution où l'industrie se doit de se redéfinir afin de savoir relever les défis climatiques, éthiques, numériques et démographiques qui se présentent à elle, le SIAL Canada propose à ses 800 exposants et 20 000 visiteurs professionnels, les moyens de relever les enjeux auxquels ils sont confrontés. En plus de les encourager à incarner un avenir durable, le SIAL Canada se donne le mandat de les aider à se positionner en tant que gardiens du changement.

Nos conférences et événements sur site tiendront compte de la thématique « Own The Change » afin d'aborder les sujets de l'urbanisation, de la santé, de la technologie, du packaging, de l'accès à de la nourriture de qualité, la préservation des environnements agricoles et plus encore.

#### À Propos du SIAL Canada

SIAL Canada fait partie intégrante du réseau SIAL, premier réseau mondial de salons dédiés à l'industrie alimentaire, avec 10 salons professionnels, regroupant 16 700 exposants et 700 000 visiteurs professionnels provenant de plus de 200 pays. Mis en place en 2001, SIAL Canada est le fruit du travail de trois organismes, tous actionnaires de l'événement : l'ADAQ (Association des détaillants en alimentation du Québec), le Groupe Export agroalimentaire Québec-Canada et la société Comexposium, en plus de bénéficier du soutien d'Agriculture Agroalimentaire Canada (AAC), du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), du Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires Rurales de l'Ontario (OMAFRA), ainsi que du Département Américain de l'Agriculture (USDA).



#### VOUS SOUHAITEZ EXPOSER ?

Rejoignez tous les acteurs majeurs de l'industrie tout en restant à la pointe de l'innovation. Bénéficiez d'une visibilité exceptionnelle pour votre marque !

#### CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE COMMERCIALE

**Mélissa Charbonneau**  
Responsable des ventes développement  
+1 (438) 476-2232  
mcharbonneau@expocanadafrance.com

# PERSONNALITÉS D'OCTOBRE

## de L'actualité ALIMENTAIRE – Découvrez la famille EDIKOM!

Ce mois-ci, les personnalités de L'actualité ALIMENTAIRE sont les membres de la famille EDIKOM! Ces personnalités travaillent tous les jours pour améliorer les habitudes et l'alimentation des québécois. Passionnés, dévoués et travailleurs, découvrez les employés qui se cachent derrière les marques L'actualité ALIMENTAIRE, DUX manger mieux ainsi que la distribution des produits de grandes compagnies précurseurs du manger mieux, tel qu'Evive Nutrition, Isabelle huot, La boîte du Chef, madame Labriski, YUMI, les boîtes DUX et bien d'autres. EDIKOM, reconnu pour ces multiples projets et événements porte une vision unique qui se reflète dans le travail de chaque employé: **Du cœur à l'action!**

Henry Ford, industriel et fondateur de Ford à dit un jour! *Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès, travailler ensemble est la réussite.*

Ça me fascine à chaque fois! Quand les gens entrent dans nos bureaux, le commentaire qu'on entend constamment est: «L'énergie est belle ici!» Cette énergie c'est vous, l'ensemble, incluant chaque personne de la production. Chacun de vous, dans votre unicité êtes un

élément crucial au sein de notre équipe et c'est votre tout qui forme l'équipe que nous sommes. C'est votre cœur dans l'action qui crée cette énergie et ces accomplissements, et qui, un pas à la fois, fait bouger les choses et crée la table de demain!!



NOTRE PROMESSE

**Du cœur à l'action. C'est nous!**  
Ensemble on crée la table de demain!

**MERCI DU FOND DU COEUR**

### EDIKOM CONTENU



Présidente et Cofondatrice  
Lyne Gosselin



Vice Président et Cofondateur  
Martin Lemire



Comptable  
Olessya Reznik



Chef de marque DUX et nutritionniste  
Julia Morin



Coordonnateur aux ventes  
Tommy Boyer



Graphiste  
Maude Labelle



Analyste de données  
Nermin Zaki



Gestionnaire de communauté DUX  
Émilie Farrell

### EDIKOM DISTRIBUTION



Conseillère RH  
Véronique Laberge



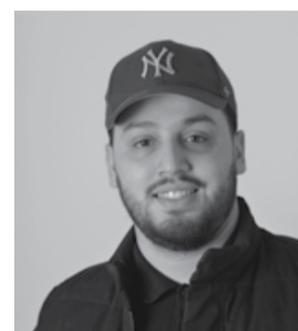
Adjointe administrative / Service client  
Jessie-Marie Léveillé



Coordonnateur Logistique  
Arnel Ndounkeu Tchouankeu



Superviseur de ligne et logistique  
Mylaine Fafard



Coordonnateur réception  
Taha Malih

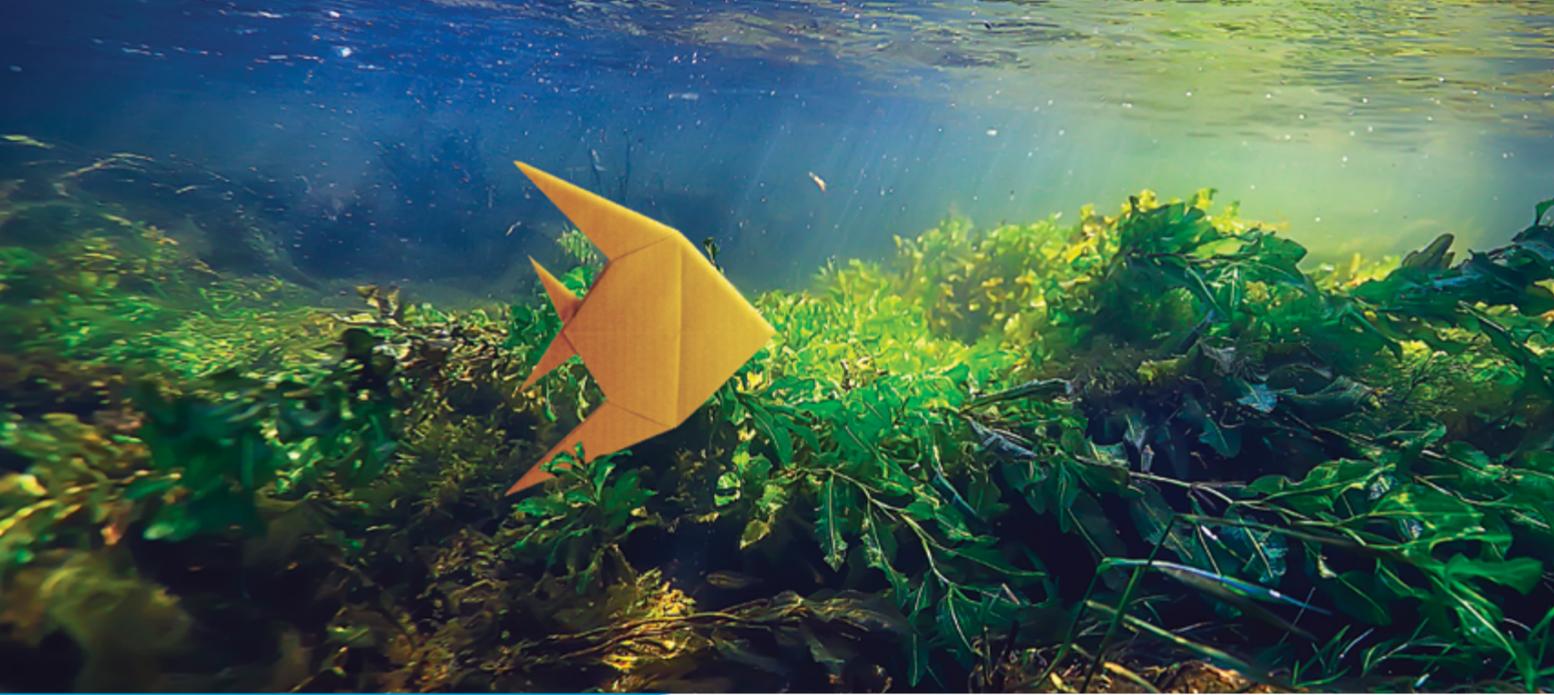


Inventaire / Logistique  
Jean-Christophe Fex



Superviseur de production  
Dominique Lapierre

**ÉQUIPE  
DE PROD  
EXCEPTIONNELLE**



## Nos produits d'emballage alimentaire et nos lave-vaisselles contribuent à préserver les ressources de la planète

### Notre entreprise est une référence en emballage durable écoresponsable au Canada

Que vous soyez propriétaire d'un hôtel, d'un restaurant ou d'un bar, vous trouverez chez Carrousel des produits d'emballage et des lave-vaisselles ultra performants qui répondent autant à vos besoins spécifiques qu'aux enjeux environnementaux. Parce qu'ensemble, nous pouvons avoir un impact positif sur l'avenir de la planète.

[carrousel.ca/eco](http://carrousel.ca/eco)



Profitez de nos solutions dans les secteurs suivants :  
Alimentaire • Industriel • Équipement • Produits sanitaires



# L'INFLATION

# LES STATS DU CLUB DUX :

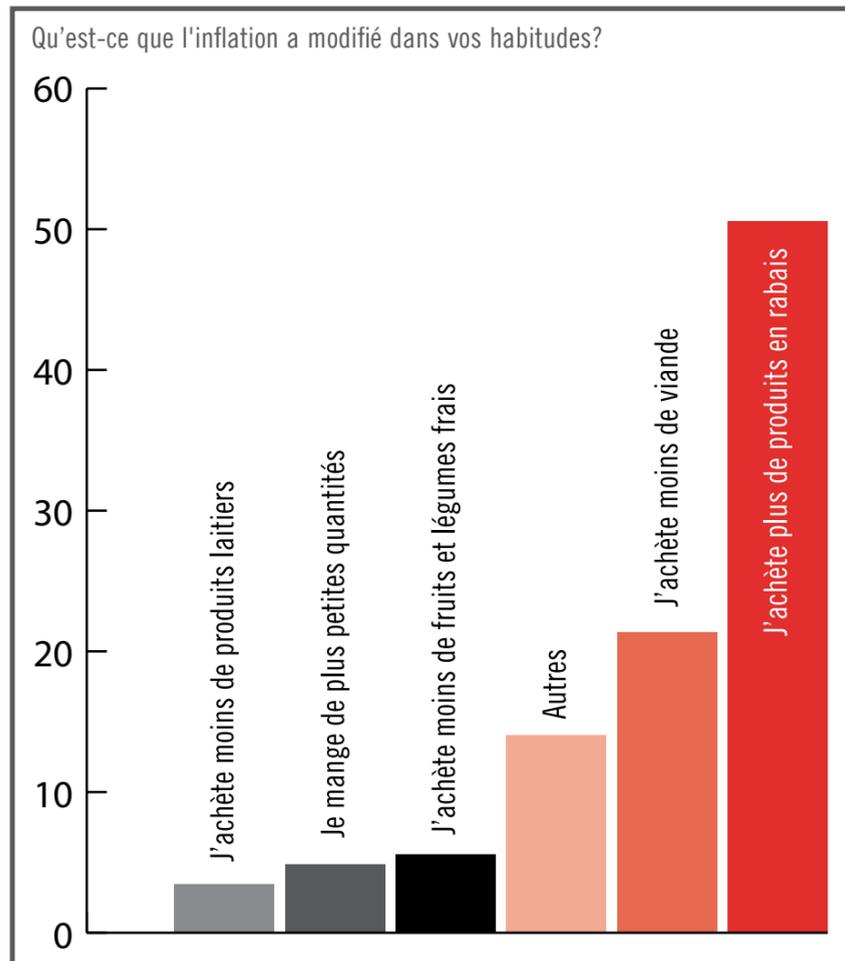
## les impacts de l'inflation sur les habitudes alimentaires

Chaque mois, DUX récupère des données provenant de la communauté du Club DUX via des sondages sur leurs besoins, leurs habitudes et leurs préférences concernant différents sujets reliés à l'alimentation et l'environnement. Données compilées et analysées, cette rubrique mensuelle offre une vision unique sur les consommateurs et leurs besoins afin d'encourager l'industrie à s'adapter et s'améliorer continuellement. Les Stats du Club DUX s'inscrivent dans la mission DUX, unir l'industrie aux consommateurs pour manger mieux, tous ensemble. | Par : **Émilie Farrel**

Depuis plusieurs mois, on voit les prix des produits alimentaires augmenter graduellement. Face à l'inflation des prix, les consommateurs sont forcés de déboursier plus pour des produits souvent essentiels. Ont-ils modifié leurs habitudes et leurs choix face à cette augmentation? Quelles astuces entreprennent-ils pour réduire leur facture? DUX voulait connaître les impacts de la hausse des prix des aliments sur les habitudes alimentaires des Québécois. Les résultats assez surprenants!

### PLUS DE 75 % DISENT AVOIR CHANGÉ LEURS HABITUDES ALIMENTAIRES

Plus de 75 % des répondants disent avoir changé leurs habitudes alimentaires à cause de l'inflation. Les prix des produits augmentent, mais les budgets restent souvent les mêmes. Pour s'adapter à ces nouveaux prix, les consommateurs doivent ajuster leurs façons de magasiner et couper dans certains produits qui ne sont plus accessibles avec le budget. Plus de 20 % des répondants déclarent acheter moins de viandes qu'avant et se tournent plutôt vers les protéines végétales qui coûtent moins chers. Environ 5 % disent même manger de plus petites portions pour sauver un peu d'argent.



La technique d'économie la plus utilisée pour 50 % des répondants est de parcourir les rabais en épicerie afin de trouver les meilleurs prix pour chaque produit. Certains font même plus d'une épicerie durant leurs courses hebdomadaires. C'est au total 94 % des consommateurs qui portent attention aux différents rabais dans les épiceries.

Une autre technique bien connue est celle de planifier son menu de la semaine en fonction des spéciaux dans les circulaires. Plus de la moitié des répondants le faisait avant l'inflation et plus de 10 % disent avoir commencé depuis la hausse des prix des aliments.

La saine alimentation est souvent reliée à une alimentation plus coûteuse. Évidemment, cette association n'est pas toujours vraie. C'est tout de même 78 % des répondants qui considèrent que manger mieux coûte plus cher qu'auparavant. Malgré la hausse du prix de aliments, certains produits restent essentiels et la majorité des consommateurs continueront de les acheter peu importe le prix. Parmi ces produits on retrouve les fruits, les légumes, les produits laitiers et les produits céréaliers.

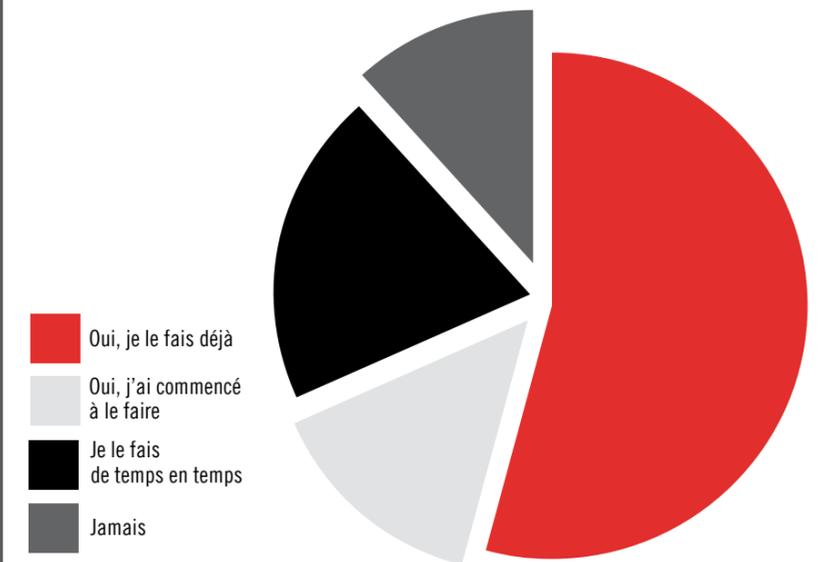
Quelles pourraient être les solutions? Comment aider les consommateurs à manger sainement sans avoir à vider leur portefeuille? C'est une question qui évolue de jour en jour, tout comme l'inflation actuelle.

Vous aimeriez donner votre avis lors de notre prochain sondage DUX, inscrivez-vous au Club DUX dès maintenant : <https://mouvementdux.com/fr/le-club-pour-vous/>

# 94%

des consommateurs portent attention aux différents rabais dans les épiceries

Préparez-vous votre menu de la semaine en fonction des spéciaux à l'épicerie depuis la hausse des prix des aliments?



Considérez-vous que manger mieux coûte plus cher maintenant qu'auparavant?

# OUI

78%

# NON

15%

En présentiel, en virtuel, plus de 100 formations continues sont offertes!  
Trouvez celle qui convient à votre besoin. Inscrivez-vous dès maintenant : [itaq.ca](http://itaq.ca)

Découvrez une panoplie de formations de perfectionnement et de développement professionnel ainsi que des activités sur mesure dans les domaines alimentaire, agricole, horticole et équin. Les contenus répondent aux enjeux actuels du monde agroalimentaire et du Plan d'agriculture durable.



<p><b>FORMATIONS AGRICOLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Agroécologie – Permaculture Santé des sols</li> <li>&gt; Agroenvironnement</li> <li>&gt; Gestion</li> <li>&gt; Mise en marché</li> <li>&gt; Productions animales</li> <li>&gt; Productions fruitières</li> <li>&gt; Productions végétales</li> <li>&gt; Sols et génie rural</li> </ul>	<p><b>FORMATIONS ALIMENTAIRES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Aliments biologiques – préparé et valorisé</li> <li>&gt; Conservation sous vide</li> <li>&gt; Étiquetage et durée de vie</li> <li>&gt; Hygiène et salubrité</li> <li>&gt; Management de la sécurité</li> <li>&gt; Produits carnés</li> <li>&gt; Produits laitiers</li> <li>&gt; Produits végétaux</li> </ul>
<p><b>FORMATIONS ÉQUESTRES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Approches et disciplines équestres</li> <li>&gt; Bien-être et soins aux chevaux</li> <li>&gt; Thérapie utilisant le cheval</li> <li>&gt; Travaux effectués par les chevaux</li> </ul>	<p><b>FORMATIONS HORTICOLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Agriculture urbaine</li> <li>&gt; Aménagement</li> <li>&gt; Conception</li> <li>&gt; Entretien et lutte intégrée</li> <li>&gt; Infrastructures vertes</li> </ul>

Pour tous les détails, consultez  
[itaq.ca/formation-continue/](http://itaq.ca/formation-continue/)

## SURFER SUR LA VAGUE *de la hausse des coûts*

PAR : [WWW.FCC-FAC.CA](http://WWW.FCC-FAC.CA)

Lorsqu'on dirige une entreprise, il peut sembler difficile de bénéficier d'un certain répit pour ce qui est de la hausse des coûts. L'augmentation des taux d'intérêt et des coûts du carburant ainsi que les difficultés à accéder à des matières ou des ingrédients particuliers peuvent être des conséquences de l'inflation, qui entraîne une diminution du pouvoir d'achat. Et tous ces facteurs échappent à votre contrôle.



La réalité est que tout coûte plus cher – chacun des intrants d'une entreprise. La diminution des coûts est l'une des méthodes pour régler le problème, de même que la révision de vos stratégies pour essayer de nouvelles approches. M. Boudreau recommande de vérifier si l'une ou plusieurs des stratégies suivantes pourraient convenir à votre entreprise afin de réaliser des économies.

- Cherchez des produits de substitution (sans sacrifier la qualité) et de nouveaux fournisseurs avec qui vous pouvez négocier de façon équitable.

- Cessez d'offrir des produits qui sont à peine rentables ou qui ne le sont pas du tout.

- Prenez soin des employés et envisagez de réduire leurs heures au lieu de les mettre à pied.

- Optez pour une automatisation ou des mises à niveau qui augmentent la productivité.

- Évaluez soigneusement les dépenses de marketing et de promotion et conservez celles qui sont efficaces. Fidélisez la clientèle existante afin de lui vendre plus de produits.

- Reportez la conquête de nouveaux marchés et offrez des incitatifs pour susciter un plus grand nombre de commandes afin d'optimiser les coûts liés au transport.

Selon Patrick Khouzam, directeur général au sein de MNP Financement d'entreprises, on parle d'inflation dès que des prix plus élevés s'appliquent aux matières premières et aux salaires.

«L'inflation qui touche les matières premières est variable, et vous pouvez contrôler, dans une certaine mesure, combien vous payez et combien vous achetez, déclare M. Khouzam. Les salaires, par contre, sont dictés par le marché et sont plus difficiles à contrôler.»

### IDÉES POUR GÉRER L'INFLATION

Tous les transformateurs doivent composer avec l'inflation et des retards dans la chaîne d'approvisionnement, mentionne Dwayne Boudreau, spécialiste des marques de l'Atlantique chez Aliments et Boissons Atlantique.

«Chacun tient compte de la nécessité de trouver de nouvelles stratégies d'achats parce que la chaîne d'approvisionnement est ébranlée», déclare-t-il.

• Évaluez la taille des emballages afin de permettre une augmentation modérée des prix et offrez des produits à prix plus élevé et à valeur ajoutée.

« CHACUN TIENT COMPTE DE LA NÉCESSITÉ DE TROUVER DE NOUVELLES STRATÉGIES D'ACHATS PARCE QUE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT EST ÉBRANLÉE »  
— DWAYNE BOUDREAU

Candice Appleby, directrice exécutive de la Small Scale Food Processor Association, affirme que les transformateurs peuvent créer des économies en s'unissant à d'autres fournisseurs.

Certains transformateurs alimentaires de la Colombie-Britannique ont créé le marché [BuyBCFoodandDrink.com](http://BuyBCFoodandDrink.com) [en anglais seulement]. La collaboration permet de mettre les ressources en commun et de pallier les coûts de marketing, tout en faisant économiser temps et argent aux transformateurs puisqu'ils collaborent avec un groupe de marketing plus important, ce qui permet d'accroître la résilience des petits transformateurs alimentaires, mentionne Mme Appleby.

Pour sa part, Patrick Khouzam recommande aux transformateurs de bloquer les prix avec les fournisseurs, lorsque c'est possible, afin d'assurer un niveau de prix constant. Il suggère également que les transformateurs fassent affaire avec plusieurs fournisseurs. En achetant auprès de plusieurs fournisseurs, vous vous trouvez dans une meilleure position pour négocier, puisque vous pouvez magasiner afin de conclure le meilleur marché.

**EXPLIQUEZ AUX CONSOMMATEURS LES RAISONS DE LA HAUSSE DES PRIX**

Puisque les consommateurs font également face à une hausse de prix de leur panier d'épicerie, ils pourraient remplacer les produits alimentaires à prix plus élevé par des produits moins chers. M. Khouzam mentionne que les transformateurs peuvent atténuer cela.

Selon lui, dans un cycle d'inflation, les consommateurs s'attendent à une augmentation des prix. Il est par conséquent logique de leur transmettre une partie de cette hausse des prix. L'essentiel est de s'assurer que les consommateurs en comprennent les raisons.

« Êtes-vous en mesure de transmettre votre message au consommateur, afin de lui faire comprendre pourquoi le fait de remplacer votre produit par un produit moins cher ne sera pas avantageux pour lui? », affirme M. Khouzam. « Pourquoi votre option est-elle meilleure que l'option la moins chère? Pourquoi serait-ce le meilleur choix? »

Quant à Dwayne Boudreau, il se demande si les consommateurs qui délaissent votre produit étaient vraiment vos clients au départ.

« Les consommateurs que vous perdez parce qu'ils achètent des produits moins chers n'étaient jamais vraiment fidèles au départ, déclare M. Boudreau. Pour conserver la fidélité de la clientèle, offrez des forfaits, des tailles d'emballage différentes et des programmes de fidélisation », mentionne-t-il.

Si l'augmentation des prix fait partie de la stratégie, expliquez-en franchement les raisons à vos clients. Personne ne s'enrichit en ajoutant 0,50 \$ au prix d'un produit; c'est plutôt un prix qui contribuera à assurer une certaine survie.

Cet article est repris avec la permission de l'auteur et de FAC. Il a été initialement publié dans l'Infolettre agroalimentaire de FAC. Pour vous abonner à l'Infolettre agroalimentaire de FAC, cliquez sur: <https://www.fcc-fac.ca/fr/savoir/l-infolettre-de-savoir-fac.html>

# L'INFLATION ALIMENTAIRE

## et son incidence exceptionnelle sur les investisseurs obligataires des marchés émergents

PAR : PERSPECTIVES.AGF.COM

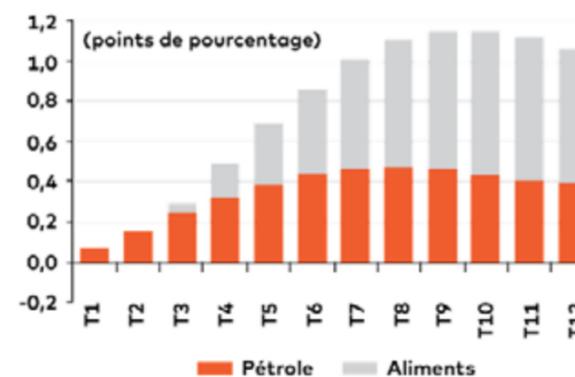
Au-delà des pertes humaines déconcertantes, le conflit qui fait rage en Ukraine a eu des répercussions partout dans le monde. Pour les entreprises et les consommateurs occidentaux, la plus remarquable de ces répercussions est sans doute la flambée des prix de l'essence (ils ont atteint des sommets inégalés au Canada et ailleurs). Parallèlement, la presse financière est dominée par les rumeurs d'une nouvelle crise énergétique provoquée par l'isolement économique croissant de la Russie, ce pays produisant environ 10 % du pétrole mondial. Pourtant, même si les prix de l'énergie jouent assurément un rôle dans l'inflation mondiale, une autre pénurie

découlant de la crise en Ukraine se prépare, celle-ci dans le secteur de l'alimentation. En fait, la crise mondiale de l'offre alimentaire et la flambée des prix des aliments qui en découle pourraient bien propulser l'inflation de façon plus importante et plus durable que l'énergie. Durant les mois, voire les années à venir, l'inflation alimentaire aura sans doute des conséquences démesurées sur les marchés émergents (ME), mais celles-ci ne seront probablement pas uniformes. Certains pays profiteront de ce contexte alors que d'autres en souffriront, ce qui pourrait avoir des répercussions importantes pour les investisseurs en titres à revenu fixe des ME.

Auparavant, la Russie et l'Ukraine assuraient plus de 25 % des exportations mondiales de blé et plus de 15 % des exportations de maïs; la guerre en Ukraine a retiré des chaînes d'approvisionnement mondiales deux des plus grands exportateurs de ces céréales essentielles. Le conflit crée aussi des pénuries d'engrais, qui pourraient réduire le rendement des cultures et augmenter les coûts des intrants des agriculteurs dans un contexte où les prix des engrais étaient déjà très élevés. Ces facteurs ont eu une incidence manifeste sur les prix : les contrats à terme sur le blé ont grimpé de plus de 40 % dès l'invasion de la Russie, et les contrats

GRAPHIQUE 1 : INFLATION ALIMENTAIRE ET MARCHÉS ÉMERGENTS

Les conséquences du choc alimentaire sur l'inflation sont plus importantes et persistent plus longtemps



Il faut généralement du temps pour que les prix des aliments à l'échelle mondiale se répercutent dans l'IPC des aliments

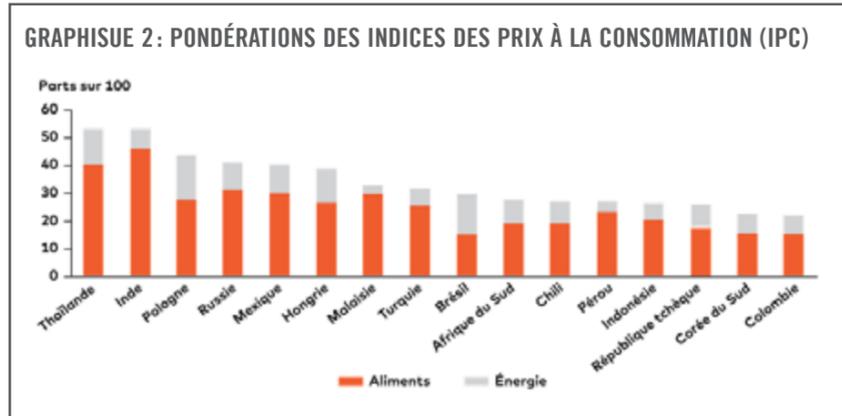


Source : HSBC, More Complications for EM, 16 mars 2022.

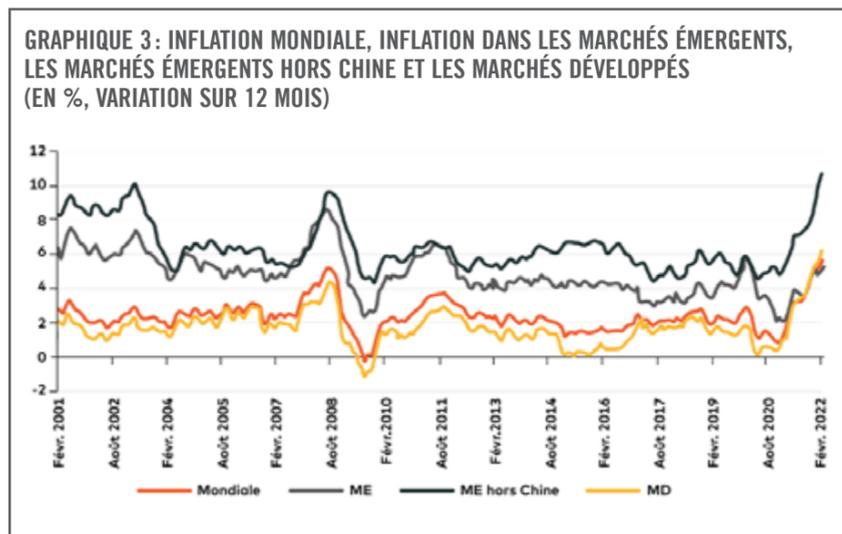
à terme sur le maïs sont près de 20 % plus élevés qu'à la mi-février, selon les données de Bloomberg. Il faudra peut-être un certain temps avant que ces hausses soient ressenties par les consommateurs, mais si l'on se fie au passé, le choc alimentaire pourrait bien propulser l'inflation de façon plus importante et plus durable que le choc pétrolier. (Voir les graphiques 1)

De façon générale, les ME sont plus vulnérables à l'inflation alimentaire simplement parce que les aliments représentent une plus grande proportion des dépenses de consommation. Dans de nombreux ME, l'alimentation compte pour plus de 40 % de l'ensemble des dépenses de consommation; aux États-Unis et au Canada, elle représente moins de 10 %, selon le Forum économique mondial. Par conséquent, les prix à la consommation dans les ME sont généralement plus sensibles à l'inflation alimentaire qu'à l'inflation énergétique, ce qui explique les hausses de prix supérieures à la tendance dans l'ensemble. (Voir les graphiques 2 et 3)

Pour de nombreux ME, la hausse des prix des aliments pourrait poser des défis économiques et sociaux difficiles. Plusieurs d'entre eux étaient déjà aux prises avec une remontée de l'inflation l'an dernier lorsqu'ils ont commencé à émerger des restrictions et des difficultés économiques liées à la pandémie de COVID-19. Certaines banques centrales – notamment celles du Brésil, du Mexique, de la République tchèque et de la Hongrie – ont devancé leurs homologues des marchés développés en relevant les taux. En fait, seulement 11 marchés de l'EMOA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) et d'Amérique latine ont augmenté de plus de 4 000 points de base leur taux directeur depuis le milieu de 2021, selon UBS Investment Bank. Toutefois, la guerre en Ukraine a amplifié les pressions inflationnistes, et les autorités monétaires des ME n'auront peut-être pas d'autre choix que de relever davantage les taux ou, au mieux, de retarder les mesures pour les atténuer. En Égypte – un importateur net d'aliments et d'énergie –, la banque centrale n'avait pas relevé ses taux depuis 2017, mais les a relevés de 100 points de base en mars, invoquant la guerre en Ukraine comme facteur inflationniste.



Source : Credit Suisse, Emerging Market Quarterly: T2 2022, 5 avril 2022.

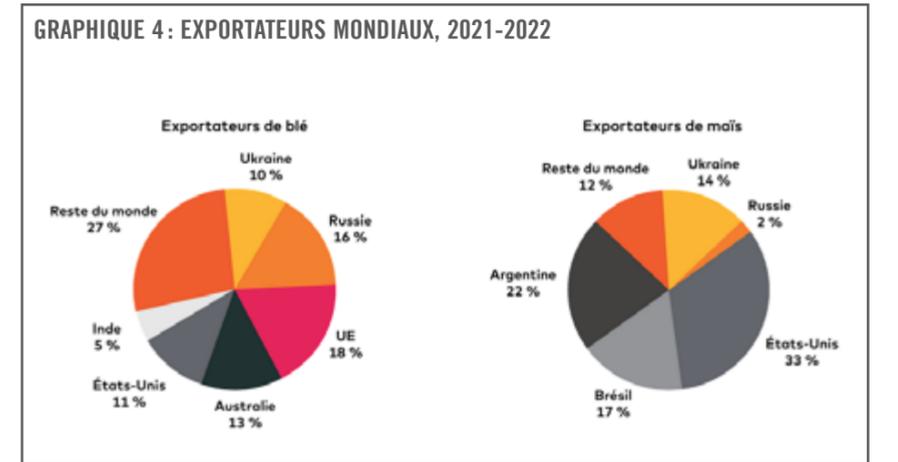


Source : Credit Suisse, Emerging Market Quarterly: T2 2022, 5 avril 2022.

Par ailleurs, la hausse des prix des aliments (et les pénuries) a été source de troubles sociaux au Sri Lanka – où l'inflation alimentaire a dépassé les 30 % en mars, selon Reuters – et au Pakistan – où elle se situe dans les deux chiffres, selon le Pakistan Bureau of Statistics. Pour les investisseurs en titres à revenu fixe, de tels conflits civils pourraient accroître le risque politique lié aux titres de créance des ME. Et si l'insatisfaction des consommateurs continue de grandir par rapport à la hausse des biens de première nécessité, certains gouvernements des ME pourraient recourir aux mesures budgétaires (ou les bonifier) connues que sont les subventions, l'aide financière ou le contrôle des exportations. Une telle approche pourrait avoir pour effet de creuser davantage les déficits budgétaires, de nuire aux devises et de forcer les gouvernements à émettre davantage de titres de créance, ce qui exercerait des pressions à la hausse sur les taux de rendement, même si les banques centrales relèvent les taux d'intérêt.

De toute évidence, il existe des risques de baisse, mais les perspectives ne sont pas que négatives. En effet, plusieurs ME pourraient profiter de la hausse des prix des aliments. Par exemple, l'Argentine et le Brésil se démarquent sur les ME en tant qu'importants exportateurs de maïs; ils comptent respectivement pour 22 % et 17 % des exportations mondiales. De plus, l'Inde est le septième exportateur de blé en importance au monde, selon Citigroup. Son exercice terminé en mars a établi de nouveaux records pour les exportations de blé; le secteur cherche maintenant à élargir ses marchés d'exportation et s'attend à une récolte exceptionnelle pour 2022, selon Reuters. (Voir graphique 4)

Pour ces grands producteurs de céréales, les prix élevés des produits de base et l'augmentation des exportations pourraient contribuer à atténuer les effets de l'inflation en améliorant les termes de l'échange, en soutenant les monnaies locales et en donnant aux gouvernements une plus grande marge de manœuvre budgétaire pour gérer la hausse des prix dans d'autres secteurs, comme l'énergie. Dans ce contexte, les banques centrales de ces pays pourraient avoir moins tendance à relever les taux ou, du moins, elles pourraient se limiter aux hausses qu'elles auraient autrement



Source : CitiGroup, Emerging Markets Strategy Weekly, 7 avril 2022.

## PAR AILLEURS, LA HAUSSE DES PRIX DES ALIMENTS (ET LES PÉNURIES) A ÉTÉ SOURCE DE TROUBLES SOCIAUX AU SRI LANKA – OÙ L'INFLATION ALIMENTAIRE A DÉPASSÉ LES 30 % EN MARS, SELON REUTERS – ET AU PAKISTAN – OÙ ELLE SE SITUE DANS LES DEUX CHIFFRES, SELON LE PAKISTAN BUREAU OF STATISTICS.

apportées. De plus, dans la mesure où ils peuvent combler l'écart créé par la guerre en Ukraine, ces exportateurs pourraient aider d'autres pays émergents à mieux composer avec les pénuries alimentaires et la hausse des prix, plus particulièrement dans leurs régions respectives. Par exemple, l'Inde expédie du blé au Bangladesh, en Oman, au Qatar, au Sri Lanka et en Corée du Sud, selon Reuters.

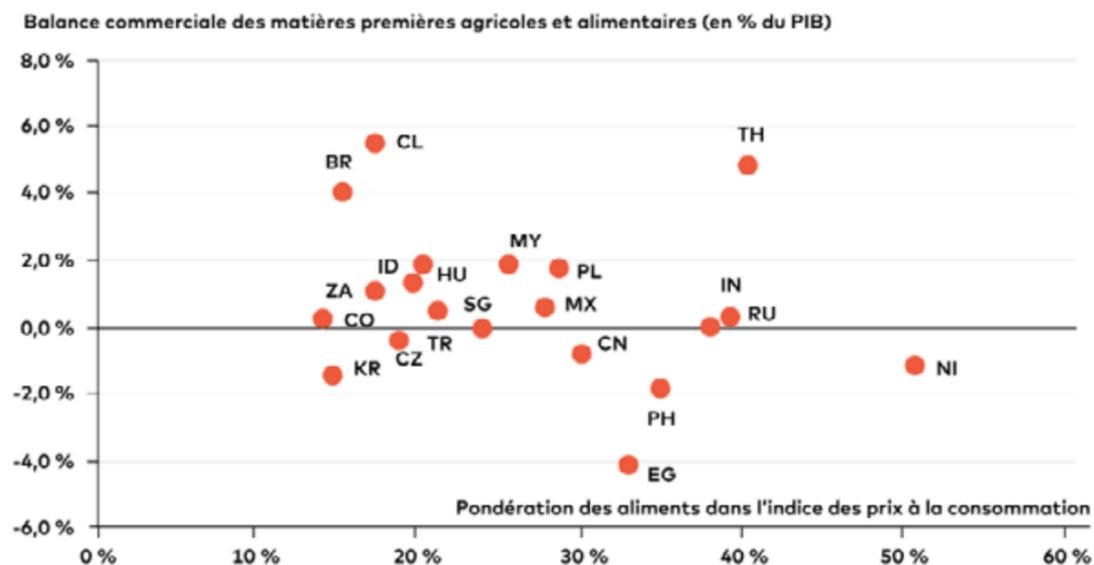
Toutefois, même à ce chapitre, la conjoncture des ME présente des zones grises, et lorsque nous comparons les deux facteurs mentionnés ci-dessus – la part des aliments dans l'IPC et la position des exportations – un tableau plus complexe prend forme. (Voir graphique 5)

L'endroit idéal dans le graphique ci-dessus se situe dans le quadrant supérieur gauche, où les pays affichent une balance commerciale des matières agricoles positive et une pondération des aliments plus faible dans l'IPC. Le Brésil, le Chili, l'Indonésie, la Colombie, la Hongrie et l'Afrique du Sud figurent parmi les « gagnants » potentiels

de l'inflation alimentaire, et nous pouvons nous attendre à ce que la hausse des prix des aliments favorise leur balance commerciale et leur situation budgétaire. D'autres marchés – par exemple, les grands producteurs de riz – pourraient être en mesure de tirer parti de la demande de substituts de blé et de maïs, et les grands importateurs de riz pourraient être protégés contre une hausse de l'inflation, du moins dans une certaine mesure.

Par ailleurs, les exportations de matières agricoles de l'Inde et de la Thaïlande sont positives, mais les aliments grugent une part importante des revenus des consommateurs, ce qui pourrait inciter les autorités monétaires de ces pays à faire preuve de fermeté face à la hausse des prix des aliments pendant les prochains mois. En revanche, la Corée du Sud est un importateur net, mais les aliments représentent une portion relativement faible de l'IPC, ce qui devrait atténuer les répercussions économiques de l'inflation. Assurément, la Chine, l'Égypte, les Philippines et le Nigeria font figure d'exceptions puisqu'il s'agit de

GRAPHIQUE 5 : BALANCE COMMERCIALE DES MATIÈRES AGRICOLES PAR RAPPORT À LA PONDÉRATION DES ALIMENTS DANS LES PANIERS DE L'IPC NATIONAL



Source : UBS, Spillovers from Russia/Ukraine to broader EM in 10 Charts, 25 février 2022.

pays importateurs nets d'aliments et que ces derniers occupent une grande part de l'IPC; nous nous attendons à ce que l'inflation alimentaire se répercute davantage sur la politique des banques centrales de ces marchés.

## POUR CES PAYS IMPORTATEURS D'ALIMENTS, LE DÉFI SERA DE S'ATTAQUER AUX PRESSIONS INFLATIONNISTES SANS NUIRE À LEUR ÉCONOMIE ET À LA QUALITÉ DE LEUR CRÉDIT À LONG TERME.

Pour ces pays importateurs d'aliments, le défi sera de s'attaquer aux pressions inflationnistes sans nuire à leur économie et à la qualité de leur crédit à long terme. D'un point de vue monétaire, les banques centrales pourraient relever les taux pour contenir l'inflation et stabiliser leur monnaie dans leur quête de dé-

montrer leur crédibilité, mais elles pourraient ainsi créer un risque de baisse découlant d'une croissance économique en perte de vitesse, négative ou inversée. Entretemps, les efforts du gouvernement visant à subventionner des aliments ou à augmenter les revenus pourraient s'avérer fructueux, mais un soutien budgétaire trop important est susceptible d'entraîner une décote des titres d'emprunt et de semer le doute parmi les investisseurs mondiaux quant à la viabilité de la dette. Trouver la politique parfaite pourrait relever de l'acrobatie.

En revanche, pour les exportateurs de produits alimentaires, la hausse des prix devrait soutenir leur croissance et leur capacité à rembourser leur dette, améliorant ainsi leur profil de crédit. Si l'inflation alimentaire procure un élan économique suffisant, ces pays pourraient même décider d'émettre de nouvelles obligations sur le marché. Leurs banques centrales pourraient aussi adopter un ton plus conciliant sur le plan des politiques, toutes choses étant égales par ailleurs. Bien sûr, « toutes choses » étant rarement égales. L'inflation alimentaire ne se produit pas en vase clos. La hausse des prix des secteurs des matériels et de l'énergie pourrait freiner les avantages, même pour

les exportateurs de produits alimentaires.

C'est l'une des raisons pour lesquelles les investisseurs en titres à revenu fixe des ME doivent garder à l'esprit que les ME ne sont pas tous pareils. Chacun a ses propres particularités et complexités qu'il pourrait être important de garder en tête lorsqu'on mise sur les risques et les occasions que l'inflation alimentaire créera.

Tristan Sones est vice-président et gestionnaire de portefeuille et cochef, Titres à revenu fixe à Placements AGF Inc. Il collabore régulièrement à Perspectives AGF.

Tom Nakamura est vice-président et gestionnaire de portefeuille, Stratégie de devises, et cochef, Titres à revenu fixe à Placements AGF Inc. Il collabore régulièrement à Perspectives AGF.

Pour en savoir plus sur nos compétences en matière d'analyse fondamentale, veuillez [cliquer ici](#).

Expert en construction agroalimentaire depuis près de 45 ans



NOS SERVICES

▶ Conception, construction, agrandissement et mise aux normes d'usines agroalimentaires et d'entrepôts frigorifiques

## VOUS AVEZ UN PROJET À EXÉCUTER ? Il n'est jamais trop tôt pour le planifier !

FRARE GALLANT est un réel partenaire de votre croissance et vous offre les meilleurs services pour atteindre l'excellence dans l'exécution de vos projets de construction.

Vous accompagner et vous conseiller pour répondre à vos besoins et vos objectifs d'entreprise, c'est notre mission.

Faites-nous confiance pour vous aider à bâtir votre succès !

COMMUNIQUEZ AVEC NOUS DÈS MAINTENANT

450 664-4590 | [info@fraregallant.com](mailto:info@fraregallant.com) | [fraregallant.com](http://fraregallant.com)

## VOTRE ÉQUIPEMENT EST ENTRE BONNES MAINS

Grâce à notre division **BERWIL Mécanique Industrielle**, nous offrons plusieurs services de construction, d'installation et d'entretien d'équipement industriel :

- Mécanique industrielle et tuyauterie sanitaire
- Fabrication sur mesure
- Maintenance industrielle
- Dessin 2D et 3D
- Support technique et service d'urgence



# PÉNURIES CROISSANTES

## et fortes hausses de prix des emballages

PAR : [INTERSAC.BE](https://intersac.be)

L'abandon des mesures coviduelles et la recherche d'emballages plus durables entraînent une pénurie croissante et une forte augmentation des prix des emballages en papier et en carton. La hausse des prix de l'énergie résultant de la croissance économique atteint désormais des niveaux record en raison de la guerre en Ukraine. Il en résulte une pression énorme sur les matières premières et les capacités de production. Des mesures devront être prises pour éviter une récession européenne. La production locale est un élément important de la solution. Également dans l'emballage. À court terme, cependant, nous n'échapperons pas à une pénurie de matières premières et à des hausses de prix importantes.

### LA DEMANDE DÉPASSE TOUJOURS L'OFFRE

Les mesures coviduelles sont progressivement supprimées dans un nombre croissant de pays, ce qui, à court terme, donne une impulsion supplémentaire à la consommation. L'économie s'est déjà redressée plus rapidement que prévu. Les fournisseurs de matières premières pour le papier et le carton ont déjà épuisé leurs capacités pour les prochains mois. Afin de compenser le faible niveau des stocks, de nombreuses commandes supplémentaires sont passées. En Europe, la demande de papier et de carton est toujours nettement supérieure à l'offre. Le fait qu'une partie de l'offre se soit déplacée vers l'Asie n'est pas admis avec autant de mots, mais c'est un fait. Le réflexe d'emballer de manière plus durable crée une pression supplémentaire à la hausse sur les quantités commandées d'emballages en papier et en carton. En plus des conteneurs beaucoup plus chers, il y a toujours une pénurie de transporteurs, ce qui fait également augmenter les coûts logistiques. Les principales augmentations de prix des emballages se poursuivent donc sans relâche.

### LES PRIX DE L'ÉNERGIE CONTINUENT D'AUGMENTER

Même avant l'invasion de l'Ukraine par la Russie, la volatilité des prix de l'énergie était très élevée. La forte reprise économique, les



projets visant à rendre l'énergie plus verte et les tensions géopolitiques ont entraîné une forte hausse des prix du gaz, du pétrole et de l'électricité au cours des derniers mois. En attendant la mise en œuvre du Green Deal européen, les anciens mécanismes restent en place, comme le fait de lier le prix de l'électricité à l'évolution du prix du gaz. Là aussi, une demande accrue des ménages et des entreprises a déjà provoqué un premier

pic des prix de l'énergie. Les producteurs de matières premières de papier et de carton utilisent beaucoup d'énergie, en plus de l'eau. Ces coûts ont donc été répercutés directement depuis le dernier trimestre de l'année dernière. Les producteurs d'emballages en ressentent également l'impact directement sur les factures d'énergie de leurs machines et doivent les répercuter sur les prix de leurs emballages pour garder la tête hors de l'eau.

### CONSÉQUENCES À COURT ET À LONG TERME DE LA GUERRE EN UKRAINE

L'Europe achète environ 40 % de son gaz naturel à la Russie. Avec la perspective d'une éventuelle réduction des importations de gaz russe, les prix battent tous les records. Il en va de même pour les prix du pétrole, qui n'ont jamais été aussi élevés. L'électricité suit cette évolution. Les prix des résines atteignent également des niveaux sans précédent. La combinaison de ces facteurs entraîne des augmentations de prix des plastiques de plusieurs dizaines de pour cent. Les marques mondiales et les grandes entreprises sont désormais prêtes à payer les prix les plus élevés pour les emballages. « Mieux vaut payer cher et avoir des ressources que de ne pas en avoir », tel est le raisonnement. Cette situation, ainsi que la demande constante d'alternatives au plastique, font encore grimper les prix des emballages. La guerre met également le feu aux prix d'autres secteurs. Les prix du palladium, des céréales, du maïs, de l'huile de tournesol, de l'aluminium et de nombreuses autres matières premières s'envolent. L'inflation entraîne alors une hausse des coûts de fabrication des emballages. De fortes augmentations des prix des emballages sont donc inévitables.

### FORTE AUGMENTATION DES PRIX DES EMBALLAGES

Des coûts de transport élevés, des délais de livraison plus longs, des coûts de matières premières plus élevés et des coûts de production en hausse sont le cocktail parfait pour de nouvelles augmentations de prix. L'exemple de Pro-Gest, premier producteur de papier en Italie, prouve que la situation est grave. Neuf machines de cette entreprise sont arrêtées pour des raisons de force majeure. Les bénéfices ne compensent plus l'augmentation explosive des prix du gaz et de l'électricité. De plus en plus de fournisseurs de papier et de carton envoient des augmentations de prix mensuelles, imposent des restrictions sur les volumes disponibles et facturent des surcharges d'énergie élevées depuis janvier. L'inflation augmente les coûts pour les ménages. À court terme, cela augmente la demande pour des rémunérations plus élevées et exerce une nouvelle pression sur le prix de revient de la production d'emballages. À moyen terme, nous sommes confrontés à une baisse de la consommation et le spectre de la récession est à portée de main. L'augmentation des coûts, la hausse



**DES COÛTS DE TRANSPORT ÉLEVÉS, DES DÉLAIS DE LIVRAISON PLUS LONGS, DES COÛTS DE MATIÈRES PREMIÈRES PLUS ÉLEVÉS ET DES COÛTS DE PRODUCTION EN HAUSSE SONT LE COCKTAIL PARFAIT POUR DE NOUVELLES AUGMENTATIONS DE PRIX.**

des coûts de la main-d'œuvre et les pénuries de matières premières, combinées à une baisse de la confiance des consommateurs, rendront les choses très difficiles pour nous tous cette année.

### COMMENT CONTINUER ?

Des mesures gouvernementales peuvent alléger la pression, mais tout dépend de l'évolution de la guerre. Après la France, d'autres pays appellent désormais au renforcement de l'appareil industriel en Europe. Les Pays-Bas le font concrètement et l'on espère que d'autres pays suivront bientôt. La situation actuelle montre très clairement à quel point nous sommes dépendants de la production industrielle étrangère. Pour

réduire ce phénomène, nous devons investir dans l'industrie locale. Pendant trop longtemps, l'emballage a été considéré comme un coût nécessaire. Trop souvent, la solution la moins chère venait de pays lointains. Cette crise et la demande de solutions plus durables font ressortir l'importance de produire localement. L'emballage ne doit plus être considéré comme un coût mais comme une ressource réutilisable. La production locale est désormais compétitive par rapport aux prix pratiqués à l'étranger. Les autres avantages sont la flexibilité et le service. Surtout aujourd'hui, il est très important de soutenir sa propre économie, avant tout pour tous les employés pour lesquels la vie devient rapidement beaucoup plus chère.

**QUE POUVEZ-VOUS EN FAIRE, EN TANT QUE CLIENT, POUR VOS EMBALLAGES EN PAPIER ET EN CARTON ?**

Voici nos conseils à la lumière de la situation actuelle :

- Planifiez plus longtemps à l'avance : analysez et faites savoir quels volumes doivent être planifiés afin de pouvoir fournir à la fois les matières premières et les capacités de production nécessaires. Planifiez au moins un trimestre à l'avance et essayez de penser deux trimestres à l'avance en ce qui concerne l'emballage requis.

- Déterminez vos volumes : réfléchissez et déterminez une stratégie pour contracter votre volume, ou une partie de votre volume, dans le cadre de bons accords et, si vous le souhaitez, pour le stocker, car cela donne une certitude et vous permet également de prendre des engagements plus importants envers les producteurs.

- Communiquez beaucoup plus : faites savoir à vos clients ce qui se passe et fournissez des informations claires sur les raisons pour lesquelles les prix sont plus élevés et les temps d'attente plus longs. Mais surtout, ne faites pas comme si tout allait bien, car ce n'est pas tenable.

- Soyez flexible : parfois, une certaine qualité n'est tout simplement pas disponible. Choisissez ensuite une autre qualité qui pourrait être déjà en stock et qui peut résoudre rapidement votre problème d'emballage.

- Achetez localement : préférez la production locale et ne vous laissez pas bernier par les fournisseurs qui disent produire localement et qui sous-traitent ensuite tout loin d'ici.

La situation n'a jamais été aussi complexe. Malgré des délais d'attente plus longs et des prix plus élevés, nous parvenons toujours à approvisionner nos clients fidèles. Surtout lorsqu'il existe des accords pour stocker et, en même temps, pour ajuster continuellement la planification sur la base de prévisions discutées ensemble. Nous sommes synonymes de qualité, de service, de durabilité et de flexibilité. Bien que ce dernier point soit le plus grand défi pour le moment. Vous devez donc être prêt à payer plus cher vos emballages et à attendre parfois un peu plus longtemps pour vos emballages alimentaires. À la guerre comme à la guerre ... malheureusement.



**ACHETEZ LOCALEMENT : PRÉFÉREZ LA PRODUCTION LOCALE ET NE VOUS LAISSEZ PAS BERNER PAR LES FOURNISSEURS QUI DISENT PRODUIRE LOCALEMENT ET QUI SOUS-TRAITENT ENSUITE TOUT LOIN D'ICI.**



## ESPACE DE TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

Un tout nouveau local permettant la transformation et le développement de nouveaux produits alimentaires.

### Une initiative lancée par l'accélérateur alimentaire Food Hub!

Doté d'équipements à la fine pointe, cet espace locatif offre aux nouveaux entrepreneurs de l'industrie alimentaire la possibilité de faire leurs premiers pas dans un environnement professionnel.

Un espace abordable qui répond aux exigences du permis de transformation alimentaire, et qui permet aux entrepreneurs de prendre le temps de tester leurs produits ainsi que leur marché sans avoir à se soucier des investissements.

### La Cuisine offre:

-  Un accès à un équipement professionnel
-  Un accès à du coaching professionnel
-  Un accès à de l'assistance technique

 **Adresse de l'espace :**  
1401 rue Legendre Ouest Montréal, QC,  
H4N 2R9, Suite 201B

 **Pour plus de détails:** [info@foodhub.coop](mailto:info@foodhub.coop)



# ALIMENTS:

## autres hausses de prix annoncées par des fournisseurs pour l'automne

PAR : [WWW.LATRIBUNE.CA](http://WWW.LATRIBUNE.CA)

Les fournisseurs canadiens de produits alimentaires ont fait parvenir aux détaillants en alimentation de nouveaux avis pour les informer de hausses de prix à venir.



- Archives le quotidien

Ces lettres signalent de nouvelles hausses de prix dans les épiceries cet automne, pour terminer une année qui a déjà vu des augmentations de près de 10 % du coût des aliments.

Dans certains cas, les prix plus élevés sont attribuables à l'approbation, par la Commission canadienne du lait (CCL), d'une deuxième augmentation du prix du lait cette année. Les prix du lait à la ferme vont augmenter d'environ 2 cents le litre, soit 2,5 %, le 1<sup>er</sup> septembre.

Et maintenant les entreprises de transformation laitière semblent également envisager leurs propres augmentations, répercutant les hausses, comme les observateurs de l'industrie l'avaient prédit.

Lactalis Canada, par exemple, a indiqué dans une lettre aux clients qu'elle devait mettre en oeuvre une augmentation moyenne du marché national de 5 % en septembre, un taux qui, selon elle, tient compte de l'aug-

mentation des prix de la CCL ainsi que des « coûts inflationnistes importants » auxquels elle est confrontée.

Arla Foods Canada a publié un avis similaire, affirmant que les augmentations de prix de ses produits à venir en septembre refléteraient la hausse des coûts des ingrédients laitiers et les « impacts inflationnistes sur le transport et l'emballage ».

Saputo a également indiqué qu'elle appliquerait des augmentations de prix de l'ordre de 5 %, selon la catégorie.

« Les producteurs ont dû faire face à une augmentation des coûts de production ainsi qu'à une augmentation des coûts des aliments pour animaux, de l'énergie et des engrais, qui ont eu un impact significatif sur l'ajustement du prix du lait à la ferme de cette année », a expliqué Saputo dans une lettre à ses clients détaillants.

« En plus de ces augmentations réglementées, il y a eu des pressions inflationnistes sans précédent et soutenues affectant les coûts de fabrication, d'énergie, de main-d'oeuvre et de distribution tout au long de la chaîne d'approvisionnement. »

Les augmentations de prix partagées avec les épiciers soulignent à quel point les hausses de prix réglementées des produits laitiers sont amplifiées par des augmentations de prix supplémentaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement, a estimé Gary Sands, vice-président principal des politiques publiques de la Fédération canadienne des épiciers indépendants.

« Le calendrier des augmentations semble presque s'ajouter aux augmentations réglementées, a-t-il affirmé. L'effet net est d'exacerber davantage le problème et les préoccupations concernant l'abordabilité. »

### LE PRIX DES ALIMENTS ACHETÉS DANS LES MAGASINS A AUGMENTÉ DE 9,7 % EN MAI, PAR RAPPORT À IL Y A UN AN

Ces préoccupations sont particulièrement aiguës dans les communautés rurales et éloignées, où les suppléments pour le transport et le carburant sont plus élevés, a ajouté M. Sands.

« L'augmentation du prix de ces produits essentiels est particulièrement préoccupante dans ces communautés », a-t-il précisé.

Le prix des aliments achetés dans les magasins a augmenté de 9,7 % en mai, par rapport

à il y a un an, le coût de presque tout dans le panier d'épicerie ayant augmenté, a indiqué Statistique Canada le mois dernier.

### « NOUS NOUS ATTENDONS À CE QUE L'INFLATION ALIMENTAIRE PLAFONNE D'ICI LA FIN SEPTEMBRE, A-T-IL PRÉCISÉ. CELA POURRAIT EN FAIT ÊTRE SUPÉRIEUR À 10 % AVANT QUE LES CHOSSES NE COMMENCENT À SE CALMER. »

#### UN PLAFOND D'ICI LA FIN SEPTEMBRE ?

Sylvain Charlebois, directeur du Laboratoire de sciences analytiques en agroalimentaire de l'Université Dalhousie, a estimé que le rythme des augmentations des prix des aliments pourrait atteindre 10 % avant de commencer à ralentir.

« Nous nous attendons à ce que l'inflation alimentaire plafonne d'ici la fin septembre, a-t-il précisé. Cela pourrait en fait être supérieur à 10 % avant que les choses ne commencent à se calmer. »

Le bureau des statistiques du travail des États-Unis a indiqué mercredi que l'inflation annuelle pour les aliments consommés à domicile dans ce pays avait atteint 10,4 % en juin, montrant la plus forte augmentation de prix sur 12 mois pour ces produits depuis 1981.

M. Charlebois croit que Statistique Canada dévoilera des chiffres similaires sur l'inflation des aliments lorsqu'il publiera ses données sur l'indice des prix à la consommation pour le mois de juin, la semaine prochaine.

La flambée des prix incitera les épiciers à promouvoir leurs options de marque maison, a-t-il estimé.

« Les consommateurs négocient de côté ou négocient sur tout et n'importe quoi en ce moment, et ils se tournent vers les magasins à bas prix, a-t-il observé. Ils sont vraiment plus sensibles au coût de la vie. »

En outre, les lettres envoyées par les fournisseurs aux détaillants pour expliquer le raisonnement derrière les augmentations de coûts font partie d'un effort pour ne pas être accusé de « cupidité », a-t-il fait valoir.

« La dernière chose que veulent les transformateurs, c'est de devenir un bouc émissaire et d'être blâmé pour la hausse de l'inflation alimentaire », a affirmé M. Charlebois.

« L'inflation a un impact sur tous les Canadiens, mais elle a également un impact sur l'économie politique de l'alimentation et sur la façon dont l'industrie alimentaire est perçue. »

Lactalis a indiqué dans sa lettre aux clients qu'elle était « très consciente de l'impact de l'inflation sur les consommateurs ».

« Comme nous le savons tous, ce cycle d'inflation est en grande partie entraîné par la dernière phase de l'évolution de la pandémie et par la situation géopolitique mondiale déclenchée par l'invasion de l'Ukraine par la Russie et le conflit en cours », a fait valoir la société.

# 5 EMBALLAGES EMBALLANTS

Chaque mois, nous vous proposons de découvrir cinq emballages créatifs. Ils savent mettre le produit en valeur parce qu'ils sont beaux, astucieux, drôle, pratiques, durables ou peut-être même un peu de tout ça. Chose certaine, ils font réagir pour le plaisir des yeux ou de leur message.



# DONATEURS EN DENRÉES RECHERCHÉS

**Vous avez des surplus alimentaires ?  
Offrez-les pour nourrir les gens  
dans le besoin.**



**Quantité minimum pour une cueillette  
(sans frais) :**

**1 palette**

**Quantité maximale:**

**Aucune limite (entrepôt de 11 000 mètres<sup>2</sup>  
et espace additionnel disponible)**

**Produits recherchés :**

**Aliments frais ou surgelés (incluant  
viandes, produits laitiers, fruits et  
légumes), aliments secs (incluant pâtes  
alimentaires, céréales, riz, épices,  
aliments secs ou en conserves), produits  
de première nécessité (couches, lingettes  
pour bébés, papiers hygiéniques, savons,  
etc.)**

## COMMENT LA GUERRE EN UKRAINE *se répercute dans toutes les régions du monde*

PAR : [WWW.IMF.ORG](http://WWW.IMF.ORG) – ALFRED KAMMER, JIHAD AZOUR, ABEBE AEMRO SELASSIE, IIAN GOLDFAJN ET CHANGYONG RHEE

Le conflit est un coup dur pour l'économie mondiale : il va nuire à la croissance et entraîner une hausse des prix.



Au-delà des souffrances et de la crise humanitaire provoquées par l'invasion de l'Ukraine par la Russie, l'ensemble de l'économie mondiale va ressentir les effets du ralentissement de la croissance et de l'accélération de l'inflation.

Les répercussions se produiront de trois manières principales. Premièrement, la hausse des prix des matières premières, telles que les denrées alimentaires et l'énergie, fera encore augmenter l'inflation, ce qui aura pour effet d'éroder la valeur des revenus et de peser sur la demande. Deuxièmement, les pays voisins, en particulier, devront faire face à une per-

turbation des échanges commerciaux, des chaînes d'approvisionnement et des transferts de fonds, ainsi qu'à une augmentation historique des flux de réfugiés. Enfin, la perte de confiance des entreprises et l'incertitude accrue des investisseurs pèseront sur le prix des actifs, ce qui aura pour effet de resserrer les conditions financières et de provoquer éventuellement des sorties de capitaux des marchés émergents.

La Russie et l'Ukraine étant d'importants producteurs de matières premières, les perturbations ont provoqué une flambée des prix

mondiaux, notamment du pétrole et du gaz naturel. Le coût des denrées alimentaires a fortement augmenté ; le blé, dont l'Ukraine et la Russie assurent 30 % des exportations mondiales, a ainsi atteint un niveau record.

Au-delà des retombées mondiales, les pays directement exposés aux risques dans les domaines commerciaux, touristiques et financiers subiront des pressions supplémentaires. Les pays qui dépendent des importations de pétrole verront leurs déficits budgétaires et commerciaux se creuser et la pression inflationniste s'accroître, même

si certains pays exportateurs, comme ceux du Moyen-Orient et de l'Afrique, pourraient bénéficier de la hausse des prix.

La forte hausse des prix des denrées alimentaires et des carburants pourrait accroître le risque de troubles dans certaines régions, telles que l'Afrique subsaharienne, l'Amérique latine, le Caucase et l'Asie centrale, tandis que l'insécurité alimentaire devrait encore empirer dans certaines parties de l'Afrique et du Moyen-Orient.

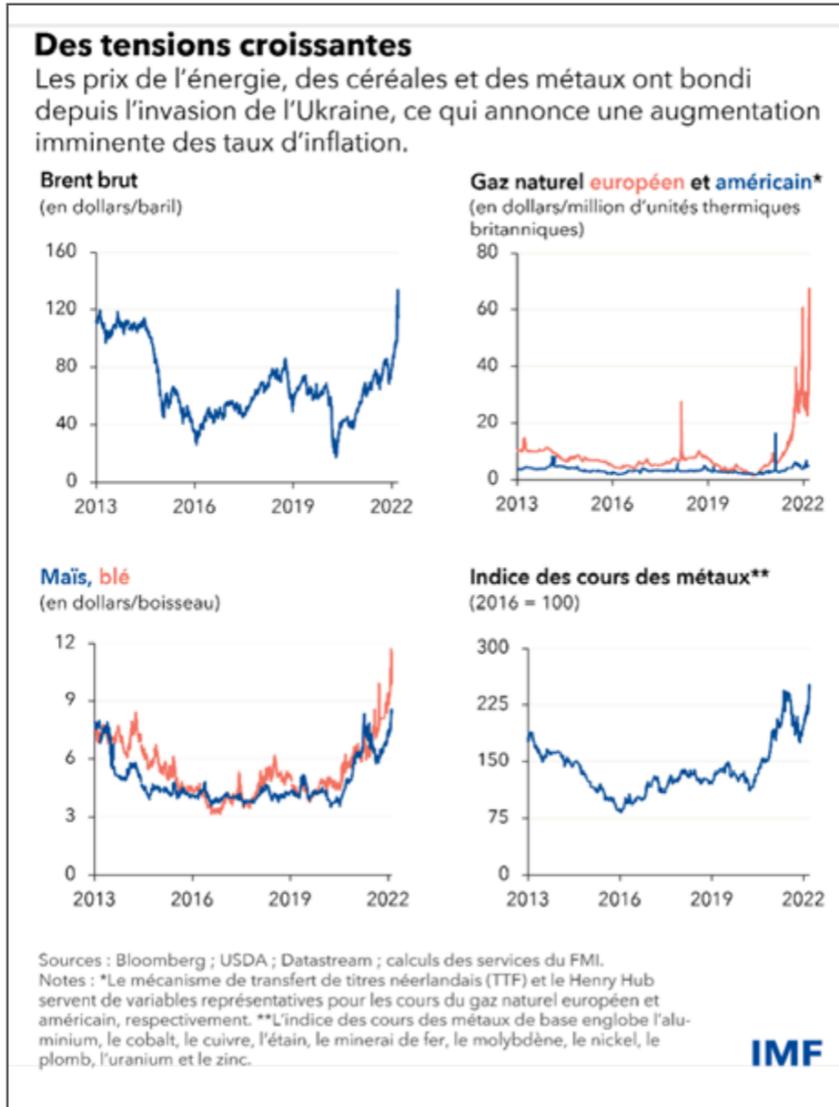
Il est difficile d'évaluer ces répercussions, mais nous estimons déjà que nos prévisions de croissance seront probablement revues à la baisse le mois prochain, lorsque nous présenterons un tableau plus complet dans nos Perspectives de l'économie mondiale et nos évaluations régionales.

À plus long terme, la guerre pourrait modifier fondamentalement l'ordre économique et géopolitique mondial si le commerce de l'énergie se déplace, si les chaînes d'approvisionnement se reconfigurent, si les réseaux de paiement se fragmentent et si les pays réexaminent leurs réserves de devises. L'augmentation des tensions géopolitiques accroît encore les risques de fragmentation économique, notamment pour le commerce et la technologie.

#### EUROPE

Le bilan est déjà très lourd en Ukraine. Les sanctions sans précédent prises à l'encontre de la Russie vont entraver l'intermédiation financière et le commerce, provoquant inévitablement une profonde récession dans ce pays. La dépréciation du rouble alimente l'inflation, ce qui réduit encore le niveau de vie de la population.

L'énergie est le principal vecteur de retombées en Europe, la Russie étant une source essentielle pour les importations de gaz naturel. Des ruptures plus larges de la chaîne d'approvisionnement pourraient également avoir des conséquences. Ces effets vont alimenter l'inflation et ralentir la reprise après la pandémie. L'Europe de l'Est connaîtra une hausse des coûts de financement et un afflux de réfugiés. Selon les données des Nations Unies, elle a absorbé la majeure partie des 3 millions de personnes qui ont récemment fui l'Ukraine.



## LE COÛT DES DENRÉES ALIMENTAIRES A FORTEMENT AUGMENTÉ ; LE BLÉ, DONT L'UKRAINE ET LA RUSSIE ASSURENT 30 % DES EXPORTATIONS MONDIALES, A AINSI ATTEINT UN NIVEAU RECORD.

Les finances publiques des pays européens pourraient également pâtir des dépenses supplémentaires pour la sécurité énergétique et les budgets de défense.

Les expositions étrangères à la chute libre des actifs russes restent limitées à l'échelle mondiale, mais les pressions sur les marchés émergents pourraient s'accroître si

les investisseurs recherchaient des refuges plus sûrs. De même, la plupart des banques européennes ont un risque direct limité et gérable lié à la Russie.

#### CAUCASE ET ASIE CENTRALE

Au-delà de l'Europe, ces nations voisines ressentiront davantage les conséquences de la récession et des sanctions frappant

la Russie. En raison de relations étroites en matière de commerce et de systèmes de paiement, les échanges commerciaux, les envois de fonds, les investissements et le tourisme seront freinés, ce qui aura des répercussions négatives sur la croissance économique, l'inflation et les comptes extérieurs et budgétaires.

Certes, les pays exportateurs de matières premières devraient bénéficier de la hausse des prix internationaux, mais ils risquent de voir une baisse des exportations d'énergie si les sanctions s'étendent aux pipelines traversant la Russie.

#### MOYEN-ORIENT ET AFRIQUE DU NORD

La hausse des prix des denrées alimentaires et de l'énergie et le resserrement des conditions financières mondiales risquent d'avoir d'importantes répercussions. L'Égypte, par exemple, importe environ 80 % de son blé de Russie et d'Ukraine. Destination touristique prisée par ces deux pays, elle subira également une baisse des dépenses des visiteurs.

Les mesures visant à maîtriser l'inflation, telles que l'augmentation des subventions publiques, pourraient peser sur des comptes budgétaires déjà fragiles. En outre, la détérioration des conditions de financement extérieur pourrait provoquer des sorties de capitaux et entraver encore la croissance des pays dont la dette est élevée et les besoins de financement importants.

La hausse des prix peut susciter des tensions sociales dans certains pays, notamment ceux où les dispositifs de protection sociale sont faibles, les possibilités d'emploi peu nombreuses, la marge de manœuvre budgétaire limitée et les gouvernements impopulaires.

#### AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Alors que le continent se remettait progressivement de la pandémie, cette crise est venue bouleverser ces progrès. De nombreux pays de la région sont particulièrement vulnérables aux retombées de la guerre, notamment en raison de la hausse des prix de l'énergie et des denrées alimentaires, de la réduction du tourisme et des difficultés potentielles d'accès aux marchés de capitaux internationaux.

Le conflit survient alors que la plupart des pays disposent d'une marge de manœuvre minimale pour contrer les effets de ce choc.

Cette situation risque d'aggraver les pressions socioéconomiques, la vulnérabilité liée à la dette publique et les séquelles de la pandémie auxquelles étaient déjà confrontés des millions de ménages et d'entreprises.

Les prix record du blé sont particulièrement préoccupants pour une région dont les importations représentent environ 85 % de l'approvisionnement, dont un tiers provient de Russie ou d'Ukraine.

#### HÉMISPHERE OCCIDENTAL

Les prix des denrées alimentaires et de l'énergie sont le principal vecteur de retombées, qui seront substantielles dans certains cas. Les prix élevés des matières premières risquent d'accroître considérablement l'inflation en Amérique latine et dans les Caraïbes, où le taux annuel moyen est déjà de 8 % dans cinq grands pays : le Brésil, le Mexique, le Chili, la Colombie et le Pérou. Les banques centrales vont sans doute devoir défendre davantage leur crédibilité en matière de lutte contre l'inflation.



Les effets du coût élevé des matières premières sur la croissance sont variables. La hausse des prix du pétrole nuit aux importateurs d'Amérique centrale et des Caraïbes, tandis que les pays exportateurs de pétrole, de cuivre, de minerai de fer, de maïs, de blé et de métaux peuvent augmenter le prix de leurs produits et atténuer l'impact sur la croissance.

Les conditions financières restent relativement favorables, mais l'intensification du conflit pourrait créer des difficultés à l'échelle mondiale, ce qui, conjugué au resserrement de la politique monétaire intérieure, pèsera sur la croissance.

Les États-Unis ont peu de liens avec l'Ukraine et la Russie, ce qui dilue les effets directs, mais l'inflation était déjà à son plus haut niveau depuis quatre décennies avant que la guerre ne fasse grimper les prix des matières premières. Par conséquent, les prix pourraient continuer à augmenter lorsque la Réserve fédérale commencera à relever ses taux d'intérêt.



#### ASIA ET PACIFIQUE

Les retombées liées à la Russie seront probablement limitées en raison de l'absence de liens économiques étroits, mais le ralentissement de la croissance en Europe et de l'économie mondiale aura un fort impact sur les principaux pays exportateurs.

Les effets les plus importants sur les comptes courants se feront sentir dans les pays importateurs de pétrole de l'ASEAN, en Inde et dans les pays préémergents, y compris certaines îles du Pacifique. Cette situation pourrait être amplifiée par le déclin du tourisme dans les nations dépendant des visiteurs russes.

En Chine, les effets immédiats devraient être limités, car les mesures de relance budgétaire soutiendront l'objectif de croissance de 5,5 % fixé pour cette année et la Russie achète une quantité relativement faible des exportations. Toutefois, les prix des matières premières et l'affaiblissement de la demande sur les grands marchés d'exportation ne font qu'ajouter aux difficultés.

Les retombées sont similaires au Japon et en Corée, où les nouvelles subventions pétrolières pourraient atténuer les effets. La hausse des prix de l'énergie entraînera une augmentation de l'inflation en Inde, qui se situe déjà dans la partie supérieure de la fourchette cible de la banque centrale.

Les tensions sur les prix des denrées alimentaires en Asie devraient être atténuées

par la production locale et une plus grande dépendance à l'égard du riz que du blé. Le coût élevé des importations de denrées alimentaires et d'énergie fera grimper les prix à la consommation, même si les subventions et le plafonnement des prix pour les carburants, les denrées alimentaires et les engrais peuvent atténuer l'impact immédiat, mais avec des coûts budgétaires.

#### CHOC PLANÉTAIRE

Les conséquences de la guerre que la Russie mène contre l'Ukraine ont déjà ébranlé non seulement ces deux pays, mais aussi la région et le monde entier, et montrent l'importance d'un filet de sécurité mondial et d'accords régionaux pour amortir les risques.

« Nous vivons dans un monde plus exposé aux chocs », a déclaré la directrice générale du FMI aux journalistes lors d'un point de presse à Washington. « Et nous avons besoin de la force du collectif pour faire face aux chocs à venir. »

Si certains effets ne se feront sans doute pas sentir pleinement avant de nombreuses années, certains signes montrent déjà clairement que la guerre et la hausse consécutive du coût des matières premières essentielles compliqueront la tâche des responsables politiques de certains pays, qui devront trouver un délicat équilibre entre la maîtrise de l'inflation et le soutien de la reprise économique après la pandémie.

**ek**  
**EDIKOM**  
**DISTRIBUTION**

## CONCENTREZ-VOUS SUR CE QUE VOUS FAITES DE MIEUX

Notre service de distribution en 3PL (third-party logistics) spécialisé dans le surgelé et le réfrigéré vous permet d'expédier facilement vos commandes partout au Canada, en toute quiétude. Avec une multitude de services connexes, nous deviendrons rapidement votre extension logistique.

Contactez-nous ! — [info@edikom.ca](mailto:info@edikom.ca)



## Grands Prix 2023

Vous avez développé un produit ou une initiative qui aident les Canadiens à manger mieux ?

# LES GRANDS PRIX DUX SONT POUR VOUS!

Dépôts des candidatures jusqu'au 30 novembre 2022

Partenaire gouvernemental



Présenté par



Partenaires majeurs

