

BŒUF CANADA

**Lévis, Québec
Les Producteurs de Bovins du Québec**



A
Le 19 novembre 2024
Éric Bienvenue

UN AVANT-GOÛT

[VIDÉO 1](#)

[VIDÉO 2](#)



Ecoboeuf, Dupuy, Abitibi-Ouest QC:

Frédérique Lavallée and Simon Lafontaine, established Ecoboeuf as a living laboratory, dedicated to advancing biodiversity, enhancing soil health, and reducing carbon emissions. Ongoing research and community outreach aims to share best practices, promoting a future where sustainable farming supports ecological resilience and economic viability.



RESTEZ INFORMÉ·E·S




BŒUF CANADIEN
**PORTAIL
D'INFORMATION**




BŒUF CANADIEN
**PAGE
FACEBOOK**

BŒUF CANADA

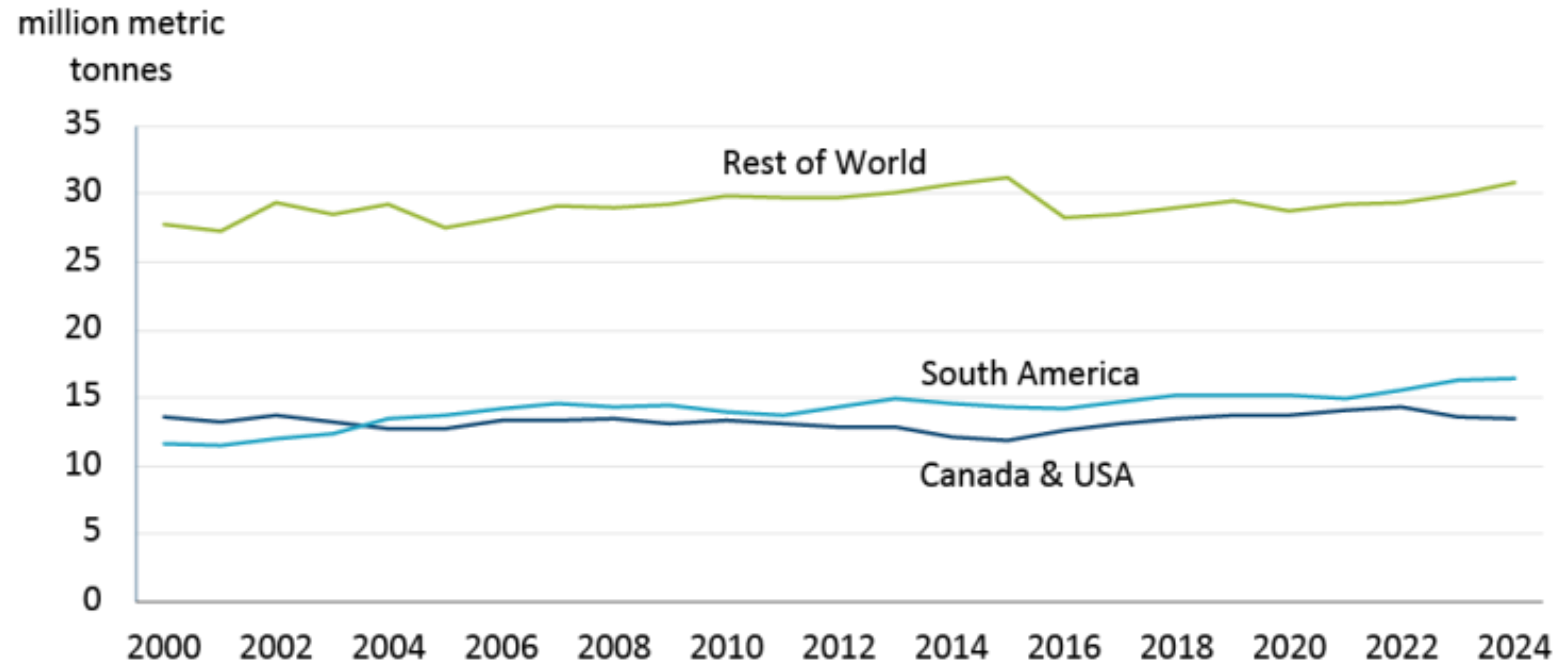
- Notre mandat : ***En tant qu'agence de marketing à but non-lucratif, nous créons de la valeur pour nos producteurs et productrices ainsi que pour l'ensemble de la filière bovine grâce à des solutions de marketing innovantes et percutantes. Bœuf Canada assure ainsi le maintien et la croissance de la demande en bœuf et en veau, l'amélioration de l'expérience client et culinaire, la diffusion des connaissances et la notoriété de la marque.***
- Nos valeurs : Respect, Collaboration, Authenticité, Responsabilité, Expertise.
- Notre équipe : 28 personnes
- Nos bureaux : Calgary, Mississauga, Japon, Corée du Sud, Vietnam, Taïwan, Chine, Mexique. Partenariats dans la région du Golfe et en Europe.
- Nos activités : Marketing de contenu, marketing événementiel, marketing numérique ou direct, marketing consommateur, marketing relationnel, marketing expérientiel, marketing vente au détail et services alimentaires, marketing à l'exportation, affaires corporatives, santé et nutrition, ressources et services, intelligence de marché, développement des marchés à l'exportation, optimisation des coupes et création de recettes.
- Notre budget : 14 millions de dollars

Hein ?! Tsé, là... euh ?

- Les producteurs et productrices ont besoin de trois indicateurs économiques pour croître : le prix (soutenu et présent), la disponibilité des fourrages (en amélioration mais pas à 100 % dans l'Ouest) et les perspectives de marché (des incertitudes demeurent). Sommes-nous face à un statu quo, à une croissance modeste ou à une décroissance lente ?
- Quel rôle jouera l'intelligence artificielle ? Déjà cette technologie peut cibler nos préférences d'achat et notre état émotionnel. Que sera demain ?
- Le modèle traditionnel de production bovine sera-t-il viable à long terme face aux nouvelles technologies (viandes de laboratoire, substituts de viande) ?
- Quel doit être le volume idéal pour une industrie en santé ?
- Le bœuf est-il maintenant le nouveau caviar ? Devons-nous continuer à investir dans un bœuf premium avec des stratégies de durabilité, alors que les consommateurs et consommatrices sont plus que jamais focalisés sur l'équité et l'accessibilité du produit ?
- Sommes-nous suffisamment centrés sur l'expérience client ?
- Y a-t-il de la place pour le marketing axé sur la tradition face à la modernité et à l'innovation ?
- À quoi ressemblera le monde de la restauration dans trois ans ? Le bœuf y sera-t-il encore offert ?
- Quel sera l'impact Trump ? Annuellement, par capita, nous consommons 700\$ en produit agricole américain, alors que les Américains consomment 100\$ en produit agricole canadien.

PRODUCTION

La production et la croissance de l'industrie du bœuf ont lieu à l'extérieur du Canada et des États-Unis

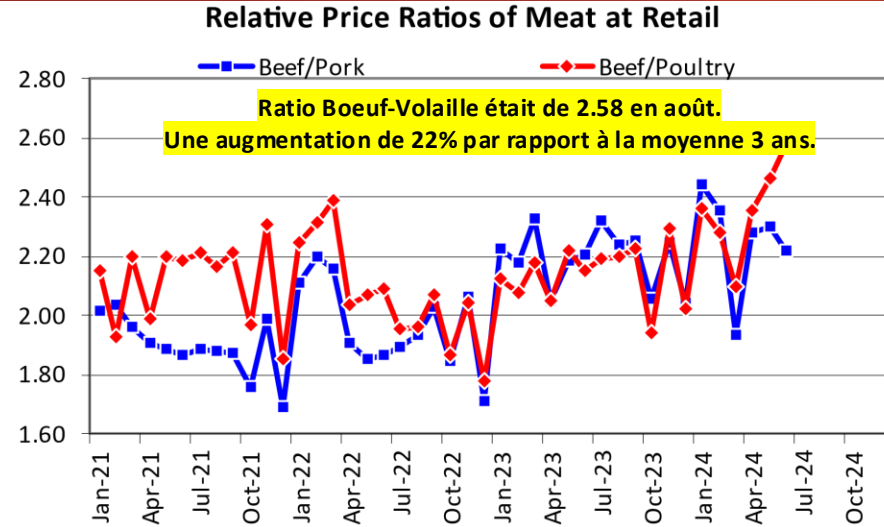


Source : USDA PSD

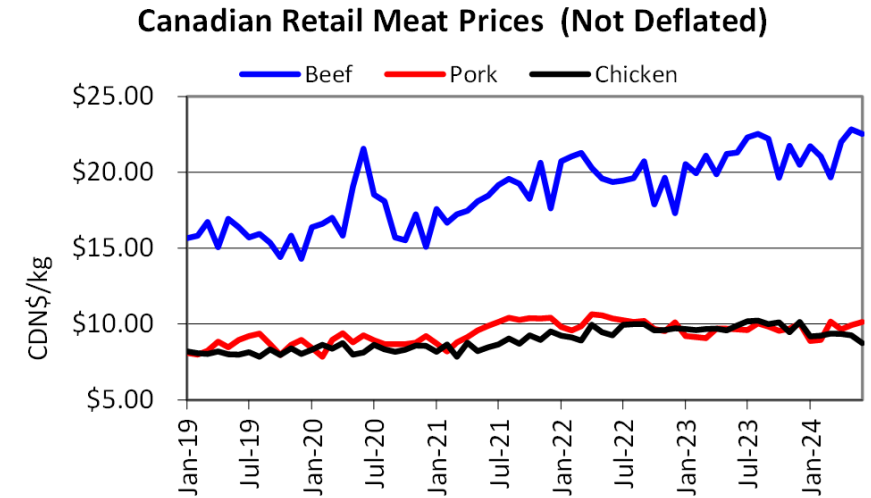
INFOS SUR LE BŒUF

- Les exportations en dollars se maintiennent toujours à des niveaux record.
- L'offre est très limitée, la demande est forte, les prix sont élevés et les marges sont excellentes dans le commerce de détail.
- On retrouve toujours le bœuf dans les circulaires d'au moins 40 % des détaillants, ce qui représente une part de marché de 25 à 30 % des viandes fraîches.
- Les services alimentaires continuent de revoir leurs menus et de modifier leurs recettes afin de proposer un prix attrayant pour le bœuf. Sans innovation, le bœuf est délaissé. On observe également une baisse du volume d'achat du bœuf en épicerie de 2 à 6 % comparativement à l'an dernier.
- La biodiversité, le vieillissement de la population, l'environnement et l'inclusivité sont devenus nos priorités en marketing. Plus que jamais, les méthodes de production, la science, l'aspect environnemental, la santé, la nutrition, la contribution humaine et l'expérience sont des incontournables.
- Les inventaires semblent bien ajustés depuis plusieurs mois.
- La consommation de bœuf au niveau mondial devrait augmenter de 2 % cette année.
- 91 % de nos exportations se retrouvent au États-Unis, au Japon et au Mexique.
- D'ici 2040, 25 % de la population canadienne aura 65 ans et plus, comparativement à 19 % aujourd'hui. Ce segment démographique est celui qui connaît la croissance la plus rapide.

TENDANCES – VENTE AU DÉTAIL



Source: Statistics Canada



Source: Statistics Canada

Viandes	Prix moyen au détail Cumul de 2023	Prix moyen au détail Cumul à ce jour 2024	Écart annuel
Bœuf	15,47 \$/kg	16,89 \$/kg	+ 9,19 %
Porc	9,31 \$/kg	9,51 \$/kg	+ 2,17 %

Viandes	Kg vendus Cumul de 2023	Kg vendus Cumul à ce jour - 2024	Écart annuel
Bœuf	163 580 929	157 863 775	- 3,50 %
Porc	102 280 758	99 441 444	- 2,78 %

Source : Nielsen
Semaine se terminant le 5 octobre 2024



NIELSEN – CATÉGORIE BŒUF

Prix moyen (kg)

Segment	YTD 2023	YTD 2024	YoY Variance
NET : BŒUF	15,47 \$	16,89 \$	+ 9,19 %
Cubes	18,51 \$	18,88 \$	- 2,03 %
Haché	11,32 \$	12,57 \$	+ 10,99 %
Brochettes	19,90 \$	19,61 \$	- 1,42 %
Rôtis	16,02 \$	17,74 \$	+ 10,73 %
Biftecks	24,80 \$	27,06 \$	+ 9,13 %
Coupes minces	19,05 \$	19,38 \$	+ 1,72 %
Autres	15,74 \$	16,32 \$	+ 3,92 %

Volumes vendus (kg)

Segment	YTD 2023	YTD 2024	YoY Variance
NET : BŒUF	163 580 929	157 863 775	- 3,50 %
Cubes	5 503 879	6 022 455	+ 9,42 %
Haché	92 903 774	90 330 339	- 2,77 %
Brochettes	1 217 905	1 228 525	+ 0,87 %
Rôtis	17 486 636	15 654 387	- 10,48 %
Biftecks	36 436 431	35 085 733	- 3,71 %
Coupes minces	3 180 805	3 353 141	+ 5,42 %
Autres	6 851 988	6 189 195	- 9,67 %

Volumes achetés en promo (%)

Segment	YTD 2023	YTD 2024
NET : BŒUF	64,78 %	61,45 %
Cubes	67,48 %	64,27 %
Haché	63,35 %	60,10 %
Brochettes	52,90 %	48,47 %
Rôtis	76,72 %	72,61 %
Biftecks	67,54 %	63,58 %
Coupes minces	49,19 %	49,37 %
Autres	46,27 %	47,18 %

Le bœuf se transige principalement en Haché 56,8 % • Biftecks 22,04 % • Rôtis 9,55 % • Cubes 3,91 % • Mince 2,09 %

NOS EXPORTATIONS

EXPORTATION - Boeuf et Veau.					Sep-24							
PAYS	Variations	\$ Canadian (000)		Place	Variations	Volume (TM)		Place	Variations	Prix (\$/kg)		Place
	anu. \$	2023	2024		anu. TM	2023	2024		anu. \$/KG	2023	2024	
États-Unis	-3.1%	2,846,740	2,759,250	1	2.6%	268,838	275,728	1	-5.5%	10.59 \$	10.01 \$	8
Japon	7.4%	264,375	283,833	2	-1.0%	34,750	34,407	2	8.4%	7.61 \$	8.25 \$	12
Mexique	-0.8%	210,849	209,153	3	-6.2%	24,124	22,620	3	5.8%	8.74 \$	9.25 \$	10
Corée du Sud	35.6%	84,006	113,885	4	8.1%	10,429	11,274	4	25.4%	8.05 \$	10.10 \$	7
Vietnam	27.5%	60,463	77,091	5	-10.6%	9,485	8,480	5	42.6%	6.37 \$	9.09 \$	11
Hong Kong	-35.2%	39,381	25,537	6	-39.2%	3,715	2,259	6	6.6%	10.60 \$	11.30 \$	4
Taiwan	45.1%	8,134	11,801	7	23.9%	849	1,052	9	17.1%	9.58 \$	11.22 \$	5
Philippines	104.9%	5,001	10,248	8	6.3%	1,442	1,533	8	92.8%	3.47 \$	6.68 \$	13
Colombie	3079.0%	309	9,817	9	520.0%	297	1,840	7	412.8%	1.04 \$	5.33 \$	14
Arabie Saoudite	-9.2%	9,937	9,020	10	-10.4%	1,042	934	10	1.3%	9.54 \$	9.66 \$	9
Italie	20.3%	6,176	7,430	11	10.3%	315	348	14	9.1%	19.58 \$	21.36 \$	1
Koweït		7	5,845	12		0	541	12	-32.2%	15.92 \$	10.80 \$	6
Émirats arabes unis	4.9%	4,706	4,938	13	4.6%	406	425	13	0.3%	11.59 \$	11.62 \$	2
Chili	-53.8%	7,321	3,384	14	-63.7%	803	292	15	27.3%	9.12 \$	11.60 \$	3
Egypte		0	2,355	15		0	556	11			4.24 \$	15
Autre	-25.2%	26,554	19,851		-2.5%	5,426	5,288		-23.3%	4.89 \$	3.75 \$	
Total	-0.6%	3,573,959	3,553,438		1.6%	361,923	367,576		-2.1%	9.87 \$	9.67 \$	



BŒUF CANADIEN
DE PREMIÈRE
QUALITÉ
NOURRI AU GRAIN

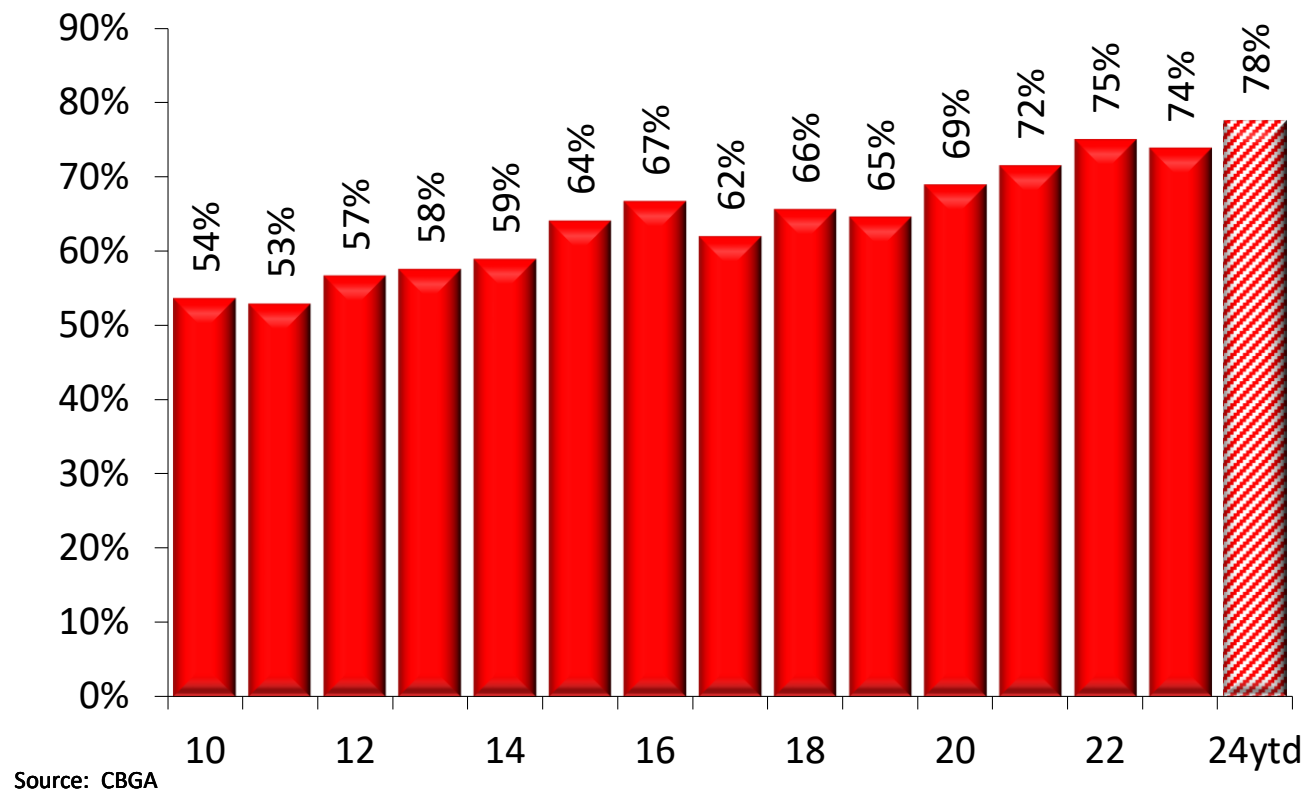
TENDANCES

- On n'est plus dans un mode « De la ferme à la table », mais plutôt « Du laboratoire à l'assiette ». L'information est devenue la première commodité d'échange.
- Étiquetage volontaire du pays d'origine (2026) et l'élection des républicains.
- Points de différenciation (*Augmentation considérable du bœuf non classé, nourri au grain, nourri à l'herbe, bœuf laitier, ...*)
- Emballages, GES et empreinte environnementale (loi sur la concurrence relative à l'écoblanchiment).
- En 2023, la viande à base de plantes a chuté de 16,7 % aux É.-U. (352m\$) comparativement à + 0,1 % pour la viande (99 milliards \$). On prévoit un déclin de 10 à 12 % cette année comparativement à 2023.
- L'abattage est en baisse au Canada et aux É.-U. (- 4 à 6%)
- La consommation de bœuf (10 prochaines années) : + 1 % dans les pays développés et + 13 % dans les pays en développement.
- Qu'est-ce que la génération Z (1992-2012) valorise ? Marque - nutrition - expérience. Les boomers ? Prix – qualité - économie.
- En moyenne, les gens utilisent 6 à 7 plateformes différentes à chaque mois et passent 2 h 27 min par jour sur les réseaux sociaux (dATArEPORtal). 64 % de la génération Z et 49 % de la génération X (1965-1980) utilisent TikTok comme moteur de recherche, alors que 67 % de la gén. Z utilisent Instagram. Facebook est le 3e moteur de recherche préféré. Plus de 62 % des gens utilisent maintenant ChatGPT ou Google Gemini pour trouver des infos sur des produits ou services, mais 56 % des consommateurs disent utiliser Amazon pour trouver leur produit et comparer. (Source : Forbes, Engine Journal, Ignite Visibility et Jungle Scout).
- Selon les prévisions, le commerce électronique devrait augmenter de 14 % au Canada vs 11 % aux É.-U. en 2024.
- Les prix élevés vont demeurer, et peut-être même augmenter, au cours des 12 prochains mois. Les importations seront toujours présentes et combleront les manques.

CLASSIFICATION DE LA QUALITÉ DU BŒUF

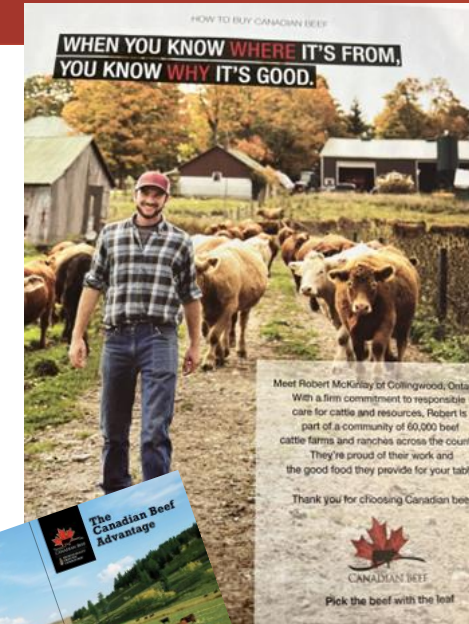
- À ce jour, les catégories Prime et AAA sont à 77,7 %, comparativement à 73,9 % l'an dernier. Méchante amélioration – FÉLICITATIONS!!!

PRIME et AAA



NOS ACTIVITÉS À CE JOUR

- + de 500 initiatives depuis avril
- Brochure « Les avantages du bœuf canadien »
- Vignettes
- Pyramide de la qualité
- Nutrition (IMS, Nutrient Rich Alliance, Associations médicales, U of T, PFSNRA)
- Stampede, FarmFair, Royal Fair, Agribition
- Influenceurs (Maddie and Kikki, Andrea Buckett, CTV, etc.)
- Activités culinaires - événements, bourses (20K\$)
- Détaillants – épicerie (Farm Boy, Loblaws, Sobeys, Metro, T&T)
- Marketing digital – réseaux sociaux (+ de 5 M visiteurs +)
- Cours « Certifié Bœuf Canada »
- Études de marché, consommateur et autres (6)
- Analyse « Perception de la qualité du bœuf » – CA, US, AU, MX
- Portail d'information (Sysco, GFS et C&C)
- Embauche de notre Boucher expert – Services alimentaires
- Semaine en FER (CTV-Influenceurs-Taux d'ouv. 33 % - 105 M – 10 M nouveaux)



CENTRE D'EXCELLENCE

- Deux chefs, un sous-chef et deux bouchers !
- Vidéos : 2 439 (40/mois)
- Photos : 2 689 (40/mois)
- Vidéos de recettes - consommateurs : 428 (10/mois)
- Recettes Cuisines du monde : 43
- Recettes Services alimentaires : 160
- Émissions télé Bœuf Canada : 6
- Blogue : 1/mois
- Imagerie 3D : 263 coupes
- Formation › chefs internationaux, Chaîne des Rôtisseurs et missions.



EXPOS À L'INTERNATIONAL

- Japon : 5
- Amérique latine : 3 (Mexique et Colombie)
- Philippines : 1
- Corée du Sud : 4
- Taïwan : 2
- Vietnam : 1
- Europe : 3
- Événements particuliers : 51
- Visites au Canada : 15

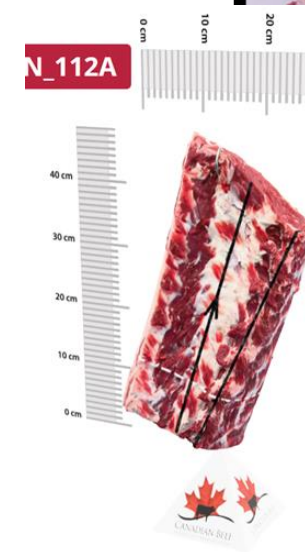


À CE JOUR – À L'EXPORTATION – 2024-2025

- + de 131 projets en développement ou en marche
- 421 nouvelles opportunités de vente
- + de 4,8 millions de lecteurs (magazines, radio, etc.)
- 3,64 millions d'impressions
- 22 % d'augmentation d'abonné·e·s aux réseaux sociaux
- 80 125 visiteurs·euses sur notre site
- 81 500 abonné·e·s à l'infolettre mensuelle
- 502 585 ressources marketing créées
- 1 305 jours de dégustation
- 165 promotions auprès des clients - détaillants
- 59 nouvelles recettes de/avec nos clients internationaux
- 25 séminaires – événements éducatifs avec plus de 1 548 participants

À VENIR

- Programme en collaboration 50-50
- Vignettes › parcs d'engraissement, usines, camionneurs, vét., chefs
- Nouveau guide de référence sur les coupes de veau
- Détaillants alimentaires › bœuf haché
- Restaurants Canada
- Portail d'information sur le bœuf canadien
- Portail › Diététistes du Canada
- Concours
- Guide de référence sur la qualité
- Affiches › en chinois, en espagnol et en hindi
- Collaborations › Sobeys, Loblaws, Metro et T&T
- Commerce électronique
- IA – Chef et boucher
- Imagerie 3D – Écoles, transformateurs et détaillants
- Coupes sous-utilisées
- Vidéo en 5 langues sur « Les avantages du bœuf »
- Marketing digital
- Cours « Certifié Bœuf Canada »



CONSOMMATION

- En moyenne, les Québécois·e·s mangent du bœuf 2,9 fois par semaine.
- Le Québec est à égalité avec l'Alberta et devance la C.-B., la Saskatchewan, le Manitoba, l'Ontario et les provinces de l'Atlantique.
- 77 % des Québécois·e·s pensent acheter la même quantité de bœuf au cours des trois prochains mois.
- Ce taux s'avère le même que l'ensemble des autres provinces, à part l'Alberta, où plus de 87 % des consommateurs·trices pensent en acheter plus.
- 80 % des Québécois·e·s sont entièrement satisfait·e·s de sa qualité.
- Encore une fois, plus de 80 % des Québécois·e·s considèrent que le bœuf est un aliment très santé.

CONSOMMATION - NIELSEN

- Ventes (\$) : + 5,4 % au Canada (3 milliards \$)
- Ventes (\$) : + 5,0 % au Québec (850 millions \$)
- Coupes : Cubes, Haché, Petits morceaux
- Ventes (kg) : - 3,5 % au Canada (- 157 millions de kg)
- Ventes (kg) : - 3,7 % au Québec (- 45 millions de kg)
- Coupes (kg) : Rôtis – 15,4 %
- Prix moyen/kg : + 9,2 % au Canada (16,89 \$)
- Prix moyen/kg : + 9,0 % au Québec (16,14 \$)
- Coupes : Haché + 11 % • Rôtis + 10,7 % • Biftecks + 11,4 %

MERCI

Travaillons ensemble !

Éric Bienvenue

819.816.8293

ebienvenue@canadabeef.ca