



Portrait des produits de fromage disponibles au Québec 2020-2021



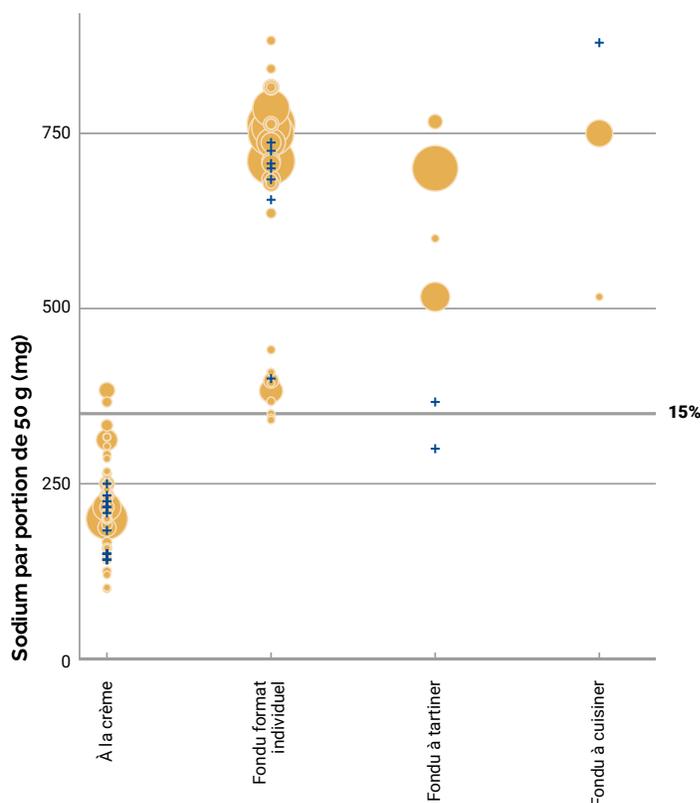
La mission de l'Observatoire est de mesurer et suivre l'évolution de l'offre alimentaire afin de contribuer à l'effort collectif pour améliorer sa qualité et son accessibilité. Les études sectorielles permettent de situer la qualité nutritionnelle des aliments offerts et achetés au Québec et de les suivre dans le temps.

1 Les résultats sur les 118 produits de fromage répertoriés montrent que :

Un peu moins de la moitié (40 %) des produits de fromage dépasse le seuil de 15% de la valeur quotidienne **pour le sodium**¹. Or, la totalité des produits de fromage fondu à cuisiner (100 %) et la presque totalité des produits de fromage fondu de format individuel (95 %) dépassent ce seuil. D'ailleurs, 80 % des produits de fromage fondu de format individuel dépassent leur cible de réduction volontaire du sodium² (données non illustrées).



Les produits de fromage fondu de format individuel ont des teneurs plus élevées en sodium que les autres produits de fromage.



Légende des figures : Chaque cercle représente un produit selon sa classification (horizontal). Plus le cercle est gros, plus le volume de ventes est élevé. Plus les cercles sont hauts, plus la teneur en ce nutriment est élevée (vertical). Les croix (+) représentent les produits pour lesquels les données de ventes n'étaient pas disponibles.

¹ Seuil de la valeur quotidienne : Selon une proposition de Santé Canada, ce seuil représente une quantité élevée d'un nutriment pour une quantité de référence (50 g).
² Cible de réduction volontaire du sodium : Santé Canada, en consultation avec l'industrie, a établi des cibles ayant pour but d'encourager la réduction de sodium - par étape - dans les aliments transformés (350 mg / 100 g pour les produits de fromage à la crème, 460 mg / 100 g pour les produits de fromage d'origine végétale et 1240 mg / 100 g pour les produits de fromage fondu de format individuel, à tartiner et à cuisiner).

2 Classification des produits de fromage selon leur type, en ordre décroissant de variété :



Fromage à la crème (59%) :
Produit de fromage à la crème. Inclut les imitations végétales.



Fromage fondu de format individuel (33%) :
Produit de fromage fondu généralement présenté en tranche ou en triangle pour consommation individuelle. Inclut les imitations végétales. Ils représentent 61% de l'ensemble des ventes de la catégorie.



Fromage fondu à tartiner (5%) :
Produit de fromage fondu à tartiner. Inclut les imitations végétales.



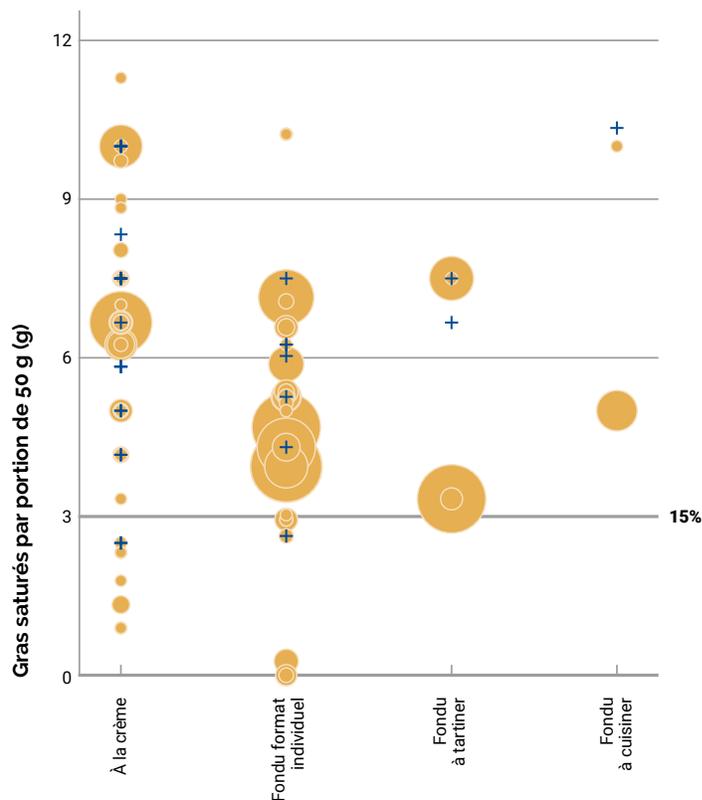
Fromage fondu à cuisiner (3%) :
Produit de fromage fondu généralement présenté en bloc et souvent utilisé pour cuisiner. Inclut les imitations végétales.



Les produits de fromage à la crème ont des teneurs supérieures en lipides comparativement aux autres produits de fromage.

3 Les résultats sur les 118 produits de fromage répertoriés montrent que :

Plus du trois-quart des produits de fromage (83%) dépassent le seuil de 15% de la valeur quotidienne **pour les gras saturés**³. La totalité des produits de fromage à tartiner et à cuisiner (100%) ainsi que 83% des produits de fromage à la crème et 79% des produits de fromage fondu de format individuel excèdent ce seuil.



4 Conclusion & pistes d'action

Considérant leur grand volume de ventes et leur teneur élevée en sodium et en gras saturés, des stratégies de suivi et d'amélioration de l'offre devraient cibler prioritairement les **produits de fromage fondu de format individuel**.

³ Le Règlement sur les aliments et drogues du Gouvernement du Canada limite le potentiel de reformulation des gras saturés, puisque les produits de fromage doivent contenir un minimum de 20% de matières grasses laitières pour pouvoir être identifiés « produit de fromage ».

Les données de ce portrait des produits de fromage proviennent :



Composition nutritionnelle



Achats des consommateurs

Couverture du marché

74% de l'offre
72% des ventes

Les étapes pour réaliser ce portrait sont :

