

RAPPORT CANADIEN SUR  
**LES PRIX ALIMENTAIRES À LA  
CONSOMMATION**  
2019



# AUTEURS ET CONSEILLERS

## ÉQUIPE DALHOUSIE

**Sylvain Charlebois** (Chef d'équipe)  
Faculté en Management et Agriculture  
sylvain.charlebois@dal.ca

**Eamonn McGuinty**  
Faculté de l'Agriculture  
emcguinty@dal.ca

**Vlado Keselj**  
Faculté des Sciences Informatiques  
vlado.keselj@dal.ca

**Catherine Mah**  
Faculté de la Santé  
catherine.mah@dal.ca

**Andrea Giusto**  
Faculté des Sciences  
andrea.giusto@dal.ca

**Janet Music**  
Faculté en Management  
janet.music@dal.ca

## ÉQUIPE GUELPH

**Simon Somogyi**  
(Chef d'Équipe pour l'Université de Guelph)  
Collège en Management et Études économiques  
ssomogyi@uoguelph.ca

**Francis Tapon**  
Collège en Management et Études économique  
ftapon@uoguelph.ca

**Paul Uys**  
Arrell Food Institute  
pauluys@uoguelph.ca

**Erna Van Duren**  
Collège en Management et Études économiques  
evandure@uoguelph.ca

## NOVA SCOTIA COMMUNITY COLLEGE (NSCC)

**Jay Harris**  
Faculté des Sciences Informatiques  
jay.harris@nsccl.ca

**Joon Son**  
Faculté des Sciences Informatiques  
W0410150@nsccl.ca

# TABLE DES MATIÈRES

## AUTEURS ET CONSEILLERS

- Équipe Dalhousie 2
- Équipe Guelph 2
- Nova Scotia Community College (NSCC) 2

## RÉSUMÉ

- Prévisions pour 2019 5
- Prévisions pour chacune des provinces pour 2019 7

## RÉTROSPECTIVE 2018

- Tableau 1: Résultats 8

## FRÉQUENTATION DES ÉPICERIES EN 2018 : MOINS SOUVENT, MOINS LONGTEMPS 9

- Figure 1: Combien de fois visitez-vous des magasins dans le but d'acheter de la nourriture? 10
- Figure 2: En moyenne, combien de temps passez-vous en magasin à chaque visite? 10
- Figure 3: Avez-vous déjà acheté des aliments en ligne? 11
- Figure 4: à quelle fréquence utilisez-vous les caisses libre-service lorsque vous faites l'épicerie? 11

## PROTÉINE ANIMALE EN CRISE 12

- Figure 5: Diètes (par région) 12

## SCANDALE DU PAIN 13

## CANNABIS ET PRODUITS DÉRIVÉS 14

## TRANSACTIONS EN 2018 15

## AEUMC 15

## GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN 16

## PRÉVISIONS 2019

### MÉTHODOLOGIE 17

Tableau 2: Variables et catégories 18

### FACTEURS 2019 19

### LES LÉGUMES : À SURVEILLER EN 2019 21

Tableau 3: Prévisions pour 2019 21

Tableau 4: prévisions pour chacune des provinces pour 2019 22

## TENDANCES ET PERSPECTIVES POUR 2019

### CANNABIS ET PRODUITS DÉRIVÉS 23

### LE GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN 25

### LA GUERRE DES PROTÉINES 27



## RÉSUMÉ

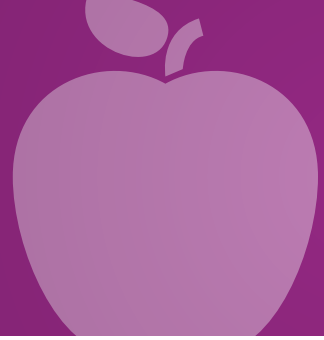
Pour une neuvième année, nous présentons le rapport canadien sur les prix alimentaires au détail. L'année 2018 marque une autre période durant laquelle tous nos pronostics se sont réalisés, sauf un, celui des fruits qui n'a pas augmenté autant que prévu. Pour les huit (8) autres catégories, nos prévisions visaient juste. Voici donc nos prévisions pour l'année 2019 :

### PRÉVISIONS POUR 2019

Catégories	Hausse anticipée
Restauration	2 % à 4 %
Produits laitiers et œufs	0 % à 2 %
Fruits et noix	1 % à 3 %
Pains et céréales	1 % à 3 %
Viandes	-3 % à -1 %
Légumes	4 % à 6 %
Épiceries	0 % à 2 %
Poissons et fruits de mer	-2 % à 0 %
<b>Prévisions toutes catégories confondues</b>	<b>1,5 % à 3,5%</b>

C'est la première fois que nous anticipons une baisse dans deux catégories de produits, soient les viandes ainsi que les poissons et fruits de mer. Des inventaires plus élevés ainsi qu'une demande chancelante pourraient être à l'origine d'une baisse de prix dans ces deux catégories. Mais la hausse globale du coût des aliments pourrait atteindre 3,5 % en 2019.

Malgré le pacte États-Unis-Mexique-Canada récemment signé et le nouveau **Congrès américain** élu en novembre, l'incertitude au niveau du commerce international persiste et créera un climat de précarité pour l'ensemble du pays en 2019. D'ailleurs, **l'Accord États-Unis-Mexique-Canada (AEUMC)** sera vraisemblablement un enjeu électoral pour les élections fédérales d'octobre 2019 au Canada. Les tarifs, la hausse des taux d'intérêt et de l'inflation feront en sorte que l'inflation alimentaire se maintiendra à un niveau plus élevé qu'au cours des deux dernières années. Puisque les **salaires** peinent à augmenter, le fardeau alimentaire sur les consommateurs risque d'augmenter en 2019.



L'année 2019 marquera la fin de **La Niña** et le retour probable d'**El Niño**. Pendant que l'Amérique du Sud et certaines parties de l'Asie seront affectées par des pluies abondantes, l'Amérique du Nord pourrait manquer d'eau. Comme c'est souvent le cas, **El Niño** sera vraisemblablement un facteur déterminant pour les prix alimentaires durant la prochaine année.

Pour la famille moyenne canadienne qui espère suivre les directives du Guide alimentaire canadien actuel, la hausse envisagée équivaut à environ **411 dollars** pour l'année 2019. Ainsi, une famille dépensera environ **12 157 dollars** en alimentation pour l'année qui vient. La hausse anticipée du prix des légumes sera l'un des facteurs les plus importants en 2019. Nous anticipons que l'achat alimentaire consommé hors ménage pour une famille augmentera d'environ **143 dollars** en 2019, une augmentation plus modeste que l'an dernier.

L'an dernier, nos estimations par province se sont avérées bonnes en grande partie. Étonnamment, c'est en **Ontario** où les prix ont augmenté le plus jusqu'à maintenant (2,7 %) en 2018 et c'est en **Saskatchewan**, où les prix ont diminué le plus (-0,4 %). Voici nos prévisions pour chacune des provinces pour 2019. Nos modèles d'analyse prédictive et économétrique nous ont aussi permis d'évaluer des hausses anticipées pour chacune des provinces pour la prochaine année.



## PRÉVISIONS POUR CHACUNE DES PROVINCES POUR 2019

Provinces	Changement en 2018 <sup>1</sup>	Changement anticipé pour 2019 <sup>2</sup>
Alberta	↓	↑
Colombie-Britannique	↑	↑
Manitoba	↓	-
Nouveau-Brunswick	↓	↓
Terre-Neuve et Labrador	↑	↓
Nouvelle-Écosse	↓	↓
Ontario	↑	↑
Île-du-Prince-Édouard	↓	↓
Saskatchewan	↓	↑
Québec	↓	-

Soulignons quelques tendances à l'honneur qui marqueront l'univers alimentaire en 2019 : le **cannabis** et l'arrivée de ses produits dérivés, le nouveau **Guide alimentaire canadien** et la continuation de la **guerre des protéines**.

Pour une explication en détail de la méthodologie de cette étude, vous pouvez vous référer au document « *Canada's Food Price Report 2019 : Supplemental Report* » (en anglais seulement).

- 1 (↑) Hausse anticipée plus haute que la moyenne, (↓) Hausse anticipée plus basse que la moyenne, (-) Moyenne nationale. Intervalle de confiance moins élevé pour les provinces.
- 2 (↑) Hausse anticipée plus haute que la moyenne, (↓) Hausse anticipée plus basse que la moyenne, (-) Moyenne nationale. Intervalle de confiance moins élevé pour les provinces.



## RÉTROSPECTIVE 2018

L'année 2018 fut une année exceptionnelle au niveau de nos prévisions (Voir Tableau 1). Nos prévisions effectuées en décembre 2017 se sont avérées exactes pour l'ensemble des catégories, à l'exception des **fruits et noix**.<sup>3</sup>

**TABLEAU 1: RÉSULTATS<sup>4</sup>**

Catégories	Hausse anticipée (12/2017)	Résultats (10/2017 à 9/2018) <sup>5</sup>
Restauration	4 % à 6 %	4 %
Produits laitiers et œufs	0 % à 2 %	0 %
Fruits et noix	1 % à 3 %	0 %
Pains et céréales	0 % à 2 %	0 %
Viandes	0 % à 2 %	1 %
Légumes	4 % à 6 %	4 %
Épiceries	0 % à 2 %	0 %
Poissons et fruits de mer	0 % à 2 %	2 %
<b>Prévisions toutes catégories confondues</b>	<b>1% à 3%</b>	<b>1,8%</b>

Nous estimons que la famille moyenne au Canada paiera **211 dollars** de plus pour son alimentation, comparativement à l'an dernier, si elle désire suivre le guide alimentaire canadien.

3 Canada's Food Price Report expects restaurant spending to reach record levels in 2018. (2017). *Canada NewsWire*, p. Canada NewsWire, Dec 13, 2017.

4 Malgré ses limites, le rapport sur les prix alimentaires de l'Université Dalhousie et de l'Université de Guelph utilise l'indice des prix à la consommation à titre indicateur.

5 Estimations, selon Statistiques Canada.





## FRÉQUENTATION DES ÉPICERIES EN 2018 : MOINS SOUVENT, MOINS LONGTEMPS

L'Université Dalhousie effectuait une étude pancanadienne en **novembre 2018** afin de mesurer le comportement des consommateurs canadiens à l'épicerie. Voici quelques constats intéressants qui émanent de cette étude. Dans un premier temps, en moyenne, un Canadien visite régulièrement 2,3 épicerie différentes. De plus, en moyenne, un Canadien visitera une épicerie 5,43 fois par mois, soit 1,29 fois par semaine. C'est un peu moins que par le passé. La moyenne américaine est de 1,6 fois par semaine.<sup>6</sup> Un Canadien se rendra dans un détaillant alimentaire 24 % moins souvent qu'un Américain. Le temps de visite moyen, selon le même sondage, est maintenant de 32 minutes, soit 11 minutes de moins qu'en 2008 (43 minutes).<sup>7</sup> C'est vraisemblablement 34 % moins de temps en seulement 10 ans, une différence énorme. Puisque nous sommes à l'ère de l'instantanéité, les consommateurs magasinent de plus en plus à la hâte.<sup>8</sup>

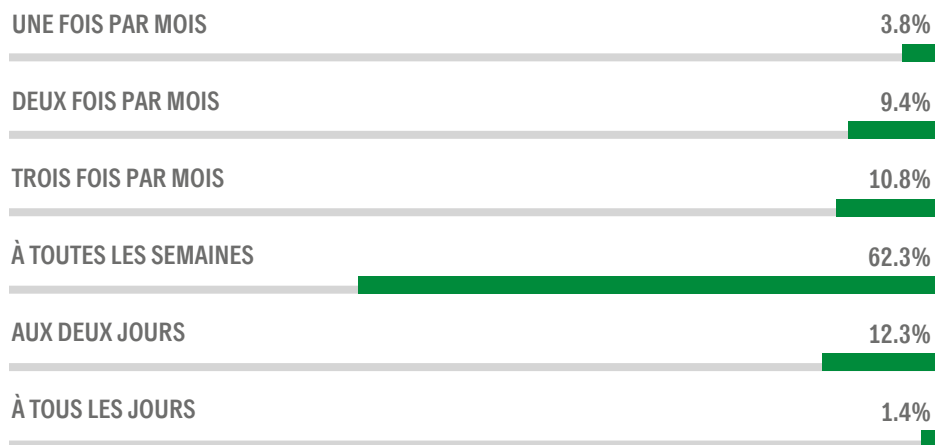
6 <https://www.statista.com/statistics/251728/weekly-number-of-us-grocery-shopping-trips-per-household/>

7 Bassett, R., Beagan, B., & Chapman, G. (2008). Grocery lists: Connecting family, household and grocery store. *British Food Journal*, 110(2), 206-217.

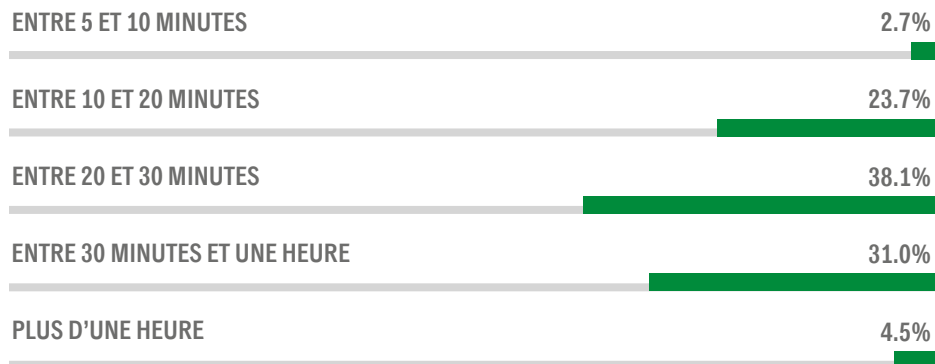
8 Veuillez consulter: *Expérience en épicerie Rapport d'une étude nationale, Automne 2018, une enquête de l'Université Dalhousie, Dal-83722.*



### FIGURE 1: COMBIEN DE FOIS VISITEZ-VOUS DES MAGASINS DANS LE BUT D'ACHETER DE LA NOURRITURE?



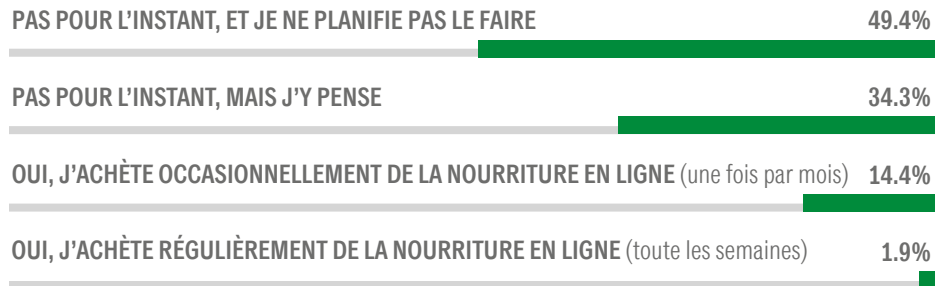
### FIGURE 2: EN MOYENNE, COMBIEN DE TEMPS PASSEZ-VOUS EN MAGASIN À CHAQUE VISITE?



Au niveau du service offert, quelques tendances se dessinent. L'achat en ligne n'est pas nécessairement plus populaire, mais il semble gagner de l'intérêt chez certaines personnes. Selon le sondage, pendant que 1,9 % des consommateurs achètent de la nourriture en ligne régulièrement (avec livraison ou non), 49,4 % des Canadiens n'ont pas l'intention d'acheter de la nourriture en ligne. Mais un total de 34,3 % des Canadiens y songent, un pourcentage nettement supérieur à celui anticipé. Il y a déjà plus de 14,4 % des consommateurs qui achètent en ligne de façon régulière.

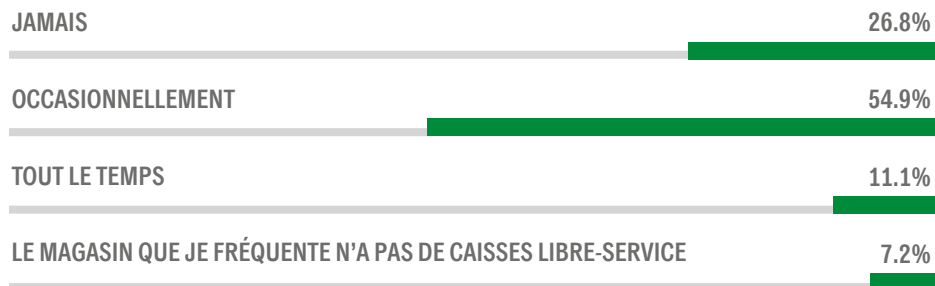


### FIGURE 3: AVEZ-VOUS DÉJÀ ACHETÉ DES ALIMENTS EN LIGNE?



Pendant que l'achat en ligne permet au consommateur de demeurer à la maison, la technologie fait aussi son œuvre en magasin. Depuis ses débuts au Canada en 2000, les guichets libre-service gagnent en popularité. Pour la rapidité du service, 66 % des Canadiens ont déjà utilisé un guichet libre-service.

### FIGURE 4: À QUELLE FRÉQUENCE UTILISEZ-VOUS LES CAISSES LIBRE-SERVICE LORSQUE VOUS FAITES L'ÉPICERIE?



Ce sont quelques exemples qui indiquent à quel point la technologie prend progressivement sa place en distribution alimentaire pour servir un consommateur de plus en plus pressé. Pour plus de détails, veuillez consulter notre rapport *Expérience en épicerie Rapport d'une étude nationale, Automne 2018*.



*L'achat en ligne intéresse de plus en plus de consommateurs, mais les ventes se font toujours attendre.*



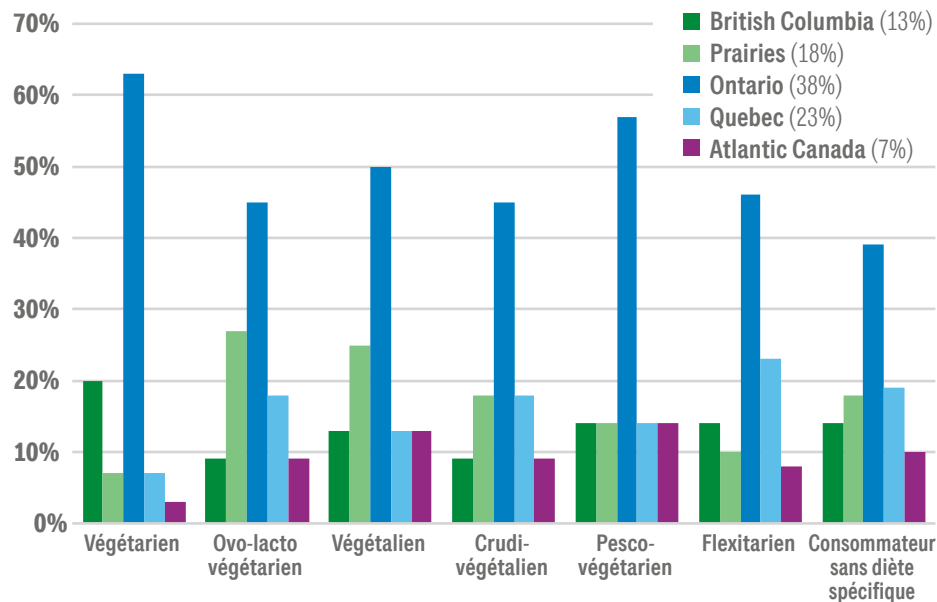


## PROTÉINE ANIMALE EN CRISE

Une autre étude, de l'Université Dalhousie et de l'Université de Guelph, effectuée au mois de septembre, démontrait que les Canadiens s'intéressent de moins en moins à la viande, de façon générale.<sup>9</sup> Près de 20 % des gens sondés ont des restrictions alimentaires. Les résidents questionnés de l'Ontario sont les plus probables à avoir des préférences diététiques. Selon certains rapports, les ventes de viande au pays sont nettement en baisse et les détaillants essaient tant bien que mal de réorganiser leur stratégie. En 2018, plusieurs boucheries ont fermé leurs portes et cette tendance risque de continuer en 2019. Les détaillants seront sûrement tentés d'offrir des produits à base de protéines végétales. Les produits de l'entreprise américaine **Beyond Meat** sont maintenant offerts dans 25 000 restaurants à travers le monde.<sup>10</sup>

« Le succès du Beyond Burger chez A&W dérange et les industries qui misent sur la protéine animale se sentent de plus en plus menacées. »

FIGURE 5: DIÈTES (PAR RÉGION)



9 [https://www.dal.ca/faculty/management/news-events/news/2018/10/30/release\\_new\\_dalhousie\\_study\\_finds\\_that\\_6\\_4\\_million\\_canadians\\_limit\\_the\\_amount\\_of\\_meat\\_they\\_eat\\_and\\_number\\_will\\_likely\\_grow.html](https://www.dal.ca/faculty/management/news-events/news/2018/10/30/release_new_dalhousie_study_finds_that_6_4_million_canadians_limit_the_amount_of_meat_they_eat_and_number_will_likely_grow.html)

10 <https://www.livekindly.co/beyond-meat-europe-reaction-overwhelming/>



## SCANDALE DU PAIN

L'année avait commencé sur une bien mauvaise note. Dans la foulée du scandale provoqué par l'aveu de **Loblaw-Provigo** qui se prêtait à un schème de fixation de prix du pain avec **Weston Bakeries**, les Canadiens ont eu droit en 2018 à un chèque-cadeau de 25 \$.<sup>11</sup> L'entreprise demandait le pardon pour avoir imposé son influence sur les prix du pain au détail, de 2001 à 2015, pendant 14 ans. Depuis l'aveu d'avant les fêtes 2017-18, les poursuites se succèdent.<sup>12</sup> Jusqu'à maintenant, deux recours collectifs se sont ajoutés aux multiples critiques à l'égard du géant de l'alimentation. Ses rivaux, **Sobeys-IGA** et **Métro**, ont rapidement réagi en critiquant à leur tour le message hautain de Loblaw-Provigo. Fait intéressant, le prix du **pain** en moyenne au pays a **diminué de 1,8 %** cette année depuis l'annonce de Loblaw-Provigo, en décembre 2017.<sup>13</sup>



*Les répercussions du scandale du pain en début d'année sur les consommateurs furent momentanées, mais la tension reste palpable au sein de l'industrie.*



- 11 Sagan, A. (2017). How to register to receive \$25 Loblaw card after bread price-fixing arrangement admission. The Canadian Press, p. The Canadian Press, Dec 19, 2017.
- 12 Strauss, M. (2017). Loblaw admits to bread price-fixing scheme. The Globe and Mail (Index-only), p. A.1.
- 13 <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1810000201>



## CANNABIS ET PRODUITS DÉRIVÉS

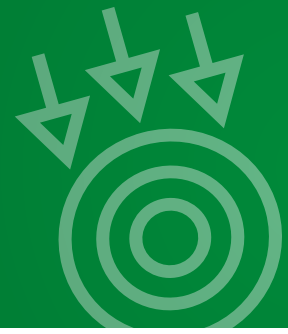
C'est fait, depuis le 17 octobre dernier, le Canada est devenu le premier pays du G7 à légaliser le cannabis non médicinal.<sup>14</sup> Cependant, pour les produits comestibles il faudra patienter une année de plus, mais le compte à rebours est déjà commencé. D'ici moins d'un an, les produits dérivés seront permis, ouvrant la porte à un nouveau marché pour le secteur agroalimentaire.

La quête pour de nouvelles ouvertures au sein d'un marché à maturité n'est jamais facile et la transformation alimentaire ne fait pas exception. L'arrivée du cannabis à usage récréatif offre une chance en or à l'industrie de développer un marché inexploité jusqu'à maintenant. Pourtant, dans le domaine des collations et des produits alimentaires, le niveau d'enthousiasme demeure timide jusqu'à maintenant. C'est vraiment dans le secteur des breuvages et boissons alcoolisées que l'intérêt est manifeste.<sup>15</sup>

Au cours des derniers mois, des entreprises comme **Molson-Coors** et **Constellation Brands** ont déjà investi dans le domaine du cannabis et anticipent la commercialisation de certains produits aussi tôt que possible.<sup>16</sup> Même **Coca Cola**, le maître de la boisson gazeuse a suivi le pas de l'industrie brassicole. En effet, l'industrie du breuvage agit à titre de précurseur pour l'ensemble de la filière puisqu'elle peut perdre beaucoup avec la légalisation des produits comestibles à base de cannabis. Aux États-Unis, plusieurs entreprises brassicoles avaient perdu des parts de marché lorsque les produits comestibles étaient devenus légaux dans certains États américains. En effet, plusieurs consommateurs troquent leur boisson favorite pour un produit comestible contenant du cannabis. Mais en attendant cette deuxième phase de la légalisation, les autres transformateurs un peu moins pressés se font attendre pour témoigner de leur intérêt. L'année 2019 sera une période importante pour **Santé Canada** et pour l'arrivée des produits dérivés à base de cannabis.<sup>17</sup>

« En 2019, l'arrivée des produits dérivés à base de cannabis incitera la plupart des entreprises du secteur agroalimentaire à réfléchir. »

- 14 Bewley-Taylor, D. (2018). Canada, cannabis legalization and uncertainty around the United Nations drug control conventions. *Addiction*, 113(7), 1226-1228.
- 15 Elrod, M. (2017). Cannabis prohibition harms Canada's youth. *CMAJ : Canadian Medical Association Journal = Journal De L'Association Médicale Canadienne*, 189(29), E970.
- 16 Britner, L. (2018). Consumer acceptance of cannabis in Canada is increasing - Molson Coors. *Just - Drinks Global News*, pp. Just - drinks global news, Aug 2, 2018.
- 17 Charlebois, S., Somogyi, S., & Sterling, B. (2018). Cannabis-infused food and Canadian consumers' willingness to consider "recreational" cannabis as a food ingredient. *Trends in Food Science & Technology*, 74, 112.



## TRANSACTIONS EN 2018

Contrairement aux années passées, l'année 2018 n'a pas enregistré de grande transaction. La plus importante fut celle de **Farm Boy** par **Sobeys/IGA** en septembre dernier pour la somme de 800 millions de dollars.<sup>18</sup> Farm Boy était l'un des épiciers indépendants les plus importants au Canada. Même si l'ensemble de ses magasins se situe en Ontario, Sobeys/IGA se positionne maintenant comme un joueur important au sein du marché lucratif de l'Ontario. En amont, l'annonce de l'achat pour 1 milliard de dollars de **F. Ménard**, le transformateur de porcs à l'Ange-Gardien, par **Olymel** a bousculé l'industrie. La transaction n'a pas encore été conclue.<sup>19</sup>

## AEUMC

Pendant que le Québec élisait un nouveau premier ministre en octobre, le gouvernement Trudeau annonçait la fin de notre système de gestion de l'offre, ou presque. Avec l'**Accord États-Unis-Mexique-Canada (AEUMC)**, notre vache sacrée de l'agriculture canadienne a pris toute une baffe, et nos producteurs le savent très bien.<sup>20</sup> Ainsi, une fois l'accord ratifié, les effets de l'AEUMC s'ajouteront aux dégâts créés par les deux autres ententes signées depuis trois ans, l'accord Canada-Union européenne et l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste. L'AEUMC prévoit notamment une ouverture de 3,59 % du marché du lait et des produits laitiers canadiens aux Américains, ce qui dépasse nettement les compromis consentis lors des deux précédentes ententes. Le cumul des trois équivaut à presque 9 % de notre marché laitier. Il sera intéressant de voir comment les choses se dérouleront en 2019.<sup>21</sup>

18 <https://ottawacitizen.com/business/local-business/farm-boy-stores-to-be-sold-to-owner-of-sobeys-grocery-chain>

19 <https://www.lavoixdelest.ca/actualites/olymel-sur-le-point-dacheter-f-menard-617e410d4a47d332df8cf5367d564e10>

20 <https://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/general/aeumc-mexico-ne-signera-pas-si-les-tarifs-douaniers-demeurent/605992>

21 <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1128458/aeumc-des-producteurs-laitiers-ontariens-craignent-le-pire>



## GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN

Un vent de folie souffle partout au Canada. Les festivals, congrès, ateliers sur le végétarisme et le véganisme abondent. Ne pas vouloir manger de la viande devient visiblement à la mode et certaines statistiques le démontrent. Dans le cas du bœuf, les Canadiens consomment environ **94 millions de kilos en moins, par année comparativement à 2010**. Une diminution énorme. Nos politiques semblent vouloir suivre cette mouvance.

Même si le nouveau Guide alimentaire canadien se fait attendre, Santé Canada sera en mesure d'annoncer ses couleurs d'ici quelques mois. Si l'on se fie aux principes directeurs publiés l'an dernier, Santé Canada mettra l'accent sur les aliments d'origine végétale.<sup>22</sup> Mais l'agence a aussi mentionné que le nouveau guide n'exclura pas non plus les aliments d'origine animale. Ces affirmations ne font que confirmer à quel point la tension entre les groupes d'intérêts en agriculture demeure palpable. Les producteurs bovins et laitiers surtout, se sentent menacés par le ton des messages provenant d'Ottawa. Mais la vitesse à laquelle le mouvement végétarien et végane prend le contrôle des tribunes et des réseaux sociaux fascine. Pour plusieurs, tout semble arriver d'un coup.<sup>23</sup>

«  
Espérons que  
le prochain  
Guide  
alimentaire  
devienne le  
parchemin  
d'un Canada  
alimentaire  
plus moderne.  
»

- 22 Colin Macleod Health naturally. (2017). Canada's Food Guide changes; Health Canada is set to update its recommendations for healthy eating, so make sure you're ready. *Chronicle - Herald*, p. V10.
- 23 Anderson, Mah, & Sellen. (2015). Eating well with Canada's food guide? Authoritative knowledge about food and health among newcomer mothers. *Appetite*, 91, 357-365.





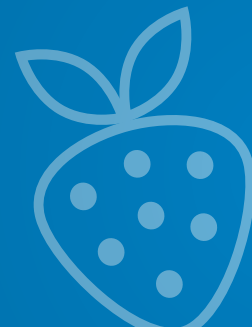
## PRÉVISIONS 2019

### MÉTHODOLOGIE

Pour une neuvième année, nous présentons le rapport canadien sur les prix alimentaires au détail. C'est la seconde fois que ce rapport est publié conjointement par l'**Université Dalhousie** et l'**Université de Guelph**. Compte tenu de son expertise dans le domaine de l'analyse prédictive et de l'apprentissage automatique, l'Université Dalhousie a développé une expertise intéressante dans le domaine des prévisions<sup>24</sup>. L'Université de Guelph, bien connue pour sa recherche pointue dans le domaine de l'agroalimentaire et munie d'un modèle d'analyse économétrique avancé, contribue à nouveau au rapport cette année. Pour une explication en détail de la méthodologie de cette étude, vous pouvez vous référer au document « *Canada's Food Price Report 2019 : Supplemental Report* » (en anglais seulement).

---

24 Harris, Faculty of Computer Science, Master of Electronic Commerce, N/A, Dr. Vlado Keselj, Dr. Carolyn Watters, . . . Yes. (2017). A Machine Learning Approach to Forecasting Consumer Food Prices.



**TABLEAU 2: VARIABLES ET CATÉGORIES**

Variables	Catégories	Niveau d'influence	Effet sur les prix au détail	Probabilité
<b>Macroéconomiques</b>	Variation climatique	<b>Significatif</b>	<b>Imprévisible</b>	<b>Probable</b>
	Risques géopolitiques et économiques	<b>Très significatif</b>	<b>Imprévisible</b>	<b>Très probable</b>
	Coûts des intrants	<b>Significatif</b>	<b>Hausse</b>	<b>Probable</b>
	Prix de l'énergie	<b>Modeste</b>	<b>Négligeable</b>	<b>Probable</b>
	Inflation	<b>Significatif</b>	<b>Hausse</b>	<b>Très probable</b>
	Monnaie et commerce international	<b>Significatif</b>	<b>Imprévisible</b>	<b>Très probable</b>
<b>Sectorielles</b>	Secteur de la distribution	<b>Très significatif</b>	<b>Baisse</b>	<b>Probable</b>
	Changement dans la transformation alimentaire	<b>Significatif</b>	<b>Hausse</b>	<b>Très probable</b>
	Contexte réglementaire	<b>Très significatif</b>	<b>Imprévisible</b>	<b>Très probable</b>
	Comportement du consommateur	<b>Significatif</b>	<b>Baisse</b>	<b>Très probable</b>
<b>Domestiques</b>	Dettes des consommateurs	<b>Significatif</b>	<b>Baisse</b>	<b>Très probable</b>
	Revenu des consommateurs	<b>Significatif</b>	<b>Baisse</b>	<b>Très probable</b>



## FACTEURS 2019

L'année 2019 marquera la fin de **La Niña** et le retour probable d'**El Niño**. Pendant que l'Amérique du Sud et certaines parties de l'Asie seront affectées par des pluies abondantes, l'Amérique du Nord pourrait manquer d'eau. Comme c'est souvent le cas, **El Niño** sera vraisemblablement un facteur déterminant pour les prix alimentaires pour la prochaine année.<sup>25</sup>

Les facteurs macroéconomiques seront encore une fois à l'avant-scène en 2019. Les pactes signés et ratifiés par le Canada ces dernières années s'accumulent mais ne semblent pas offrir quoi que ce soit aux consommateurs canadiens. Les prix ne semblent pas être influencés par le traité signé avec l'Europe, en vigueur depuis plus d'un an, par exemple.

Pour l'Accord États-Unis-Mexique-Canada, l'enjeu est énorme, surtout pour nos filières assujetties à la gestion de l'offre. L'entente mettra fin à la fameuse Classe 7 au Canada, le point de discorde qui a tout changé entre les Américains et le Canada. L'ingrédient, le lait diafiltré, mis au point aux États-Unis, s'utilise dans la fabrication des yogourts, du fromage et d'autres produits laitiers. Pendant quelques années, les transformateurs canadiens achetaient du lait diafiltré américain, vu son prix avantageux. La Classe 7 permettait aux producteurs d'abaisser les prix du lait diafiltré et d'inciter les transformateurs à acheter des produits canadiens.

L'ancien pacte, l'ALENA, ne reconnaissait pas l'existence du lait diafiltré, ce qui n'est plus le cas pour l'AEUMC. Pour plusieurs producteurs laitiers, l'élimination de la Classe 7 représente des pertes de revenu d'environ 30 %. Ces accords, et surtout l'AEUMC, minent à tout jamais l'influence de notre système de quotas et de tarifs à l'importation qui se répercute sur les filières laitières et avicoles. Bien sûr, pour notre économie, la signature d'une entente était souhaitable. La gestion de l'offre ne représente que 1 % de notre économie et le reste de

25 Zhang, Y., Wang, R., Yang, M., Zhu, M., & Ye, C. (2018). Using full-traversal addition-subtraction frequency (ASF) method to predict possible el nino events in 2019,2020 and so forth. *Chinese Control And Decision Conference (CCDC), 2018*, 2652-2657.



l'ensemble de nos activités en avait besoin. Mais le manque d'attention envers les conséquences permanentes à nos filières assujetties à la gestion de l'offre fait preuve d'une irresponsabilité cruelle. Les secteurs sous la gestion de l'offre n'ont toujours reçu aucun plan de contingence afin d'absorber les contrecoups des ententes signées précédemment ces dernières années. L'AEUMC deviendra un enjeu électoral en 2019 puisque les filières tenteront de négocier des compensations avec l'ensemble des partis politiques.

L'inflation sera un facteur considérable pour l'année 2019.<sup>26</sup> L'économie américaine fonctionne à plein régime et épaulera l'économie jusqu'à un certain point. La Banque du Canada maintiendra le cap afin de maintenir les taux d'intérêt élevés afin de maintenir la valeur de notre dollar à un niveau respectable. La Banque semble être sur une trajectoire qui permettra à l'ensemble de l'économie canadienne de mieux valoriser l'argent, après des années où les coûts d'emprunt étaient pratiquement nuls. Mais la Banque du Canada a augmenté son taux directeur 5 fois en 16 mois. Et malgré une économie en bonne santé, le Canada a créé environ 62 000 emplois en 10 mois en 2018, l'une des pires performances depuis la grande récession de 2008.<sup>27</sup> Les salaires ont augmenté d'environ 1,9 % depuis un an, soit 0,1 % de plus que le taux d'inflation.<sup>28</sup> Les hypothèques, prêts pour voiture, tout sera plus dispendieux. C'est un objectif louable, mais puisque les salaires augmentent peu, les consommateurs seront exposés à une pression financière supplémentaire.

« Après des années au cours desquelles l'argent ne coûtait pas grand-chose, peu à peu, le coût d'emprunt augmente. Mais avec les salaires qui n'augmentent pas tellement, les ménages canadiens auront de la difficulté à suivre le rythme en 2019.



- 26 Lee, U. (2018). Predictive Performance of Alternative Inflation Forecasting Models: New International Evidence. *The Journal of Applied Business and Economics*, 20(6), 161-177.
- 27 <https://www.bnnbloomberg.ca/canada-unexpectedly-adds-11-200-jobs-in-october-1.1162370>
- 28 Wagner, J. (2018). Downward nominal wage rigidity in Canada: Evidence against a "greasing effect". *Canadian Journal of Economics/Revue Canadienne D'économique*, 51(3), 1003-1028.



## LES LÉGUMES : À SURVEILLER EN 2019

Le coût des aliments pourrait augmenter jusqu'à 3,5 % en 2019. Les légumes composent la catégorie de produits qui connaîtra la hausse la plus forte. Fait inusité, nous anticipons une baisse des prix pour les viandes, poissons et fruits de mer en raison d'inventaires plus élevés et d'une demande légèrement plus faible pour la prochaine année. D'ailleurs, nous pensons que le prix de la viande continuera de diminuer jusqu'à la fin de 2020.

**TABLEAU 3: PRÉVISIONS POUR 2019**

Catégories	Hausse anticipée
Restauration	2 % à 4 %
Produits laitiers et œufs	0 % à 2 %
Fruits et noix	1 % à 3 %
Pains et céréales	1 % à 3 %
Viandes	-3 % à -1 %
Légumes	4 % à 6 %
Épiceries	0 % à 2 %
Poissons et fruits de mer	-2 % à 0 %
<b>Prévisions toutes catégories confondues</b>	<b>1,5 % à 3,5%</b>

Pour la famille moyenne canadienne qui espère suivre les directives du Guide alimentaire canadien actuel, la hausse envisagée équivaut à environ **411 dollars** pour l'année 2019. Ainsi, une famille dépensera environ **12 157 dollars** en alimentation pour l'année qui vient. La hausse anticipée des légumes sera l'un des facteurs les plus importants en 2019. Nous anticipons que l'achat alimentaire consommé hors ménage pour une famille augmentera d'environ **143 dollars** en 2019, une augmentation plus modeste que l'an dernier.



L'an dernier, nos estimations par province se sont avérées bonnes en grande partie. Étonnamment, c'est en **Ontario** où les prix ont augmenté le plus jusqu'à maintenant (2,7 %) en 2018 et c'est en **Saskatchewan**, où les prix ont diminué le plus (-0,4 %). Voici nos prévisions pour chacune des provinces pour 2019. Nos modèles d'analyse prédictive et économétrique nous ont aussi permis d'évaluer des hausses anticipées pour chacune des provinces pour la prochaine année.

**TABLEAU 4: PRÉVISIONS POUR CHACUNE DES PROVINCES POUR 2019**

Provinces	Changement en 2018 <sup>29</sup>	Changement anticipé pour 2019 <sup>30</sup>
Alberta	↓	↑
Colombie-Britannique	↑	↑
Manitoba	↓	-
Nouveau-Brunswick	↓	↓
Terre-Neuve et Labrador	↑	↓
Nouvelle-Écosse	↓	↓
Ontario	↑	↑
Île-du-Prince-Édouard	↓	↓
Saskatchewan	↓	↑
Québec	↓	-

Soulignons quelques tendances à l'honneur qui marqueront l'univers alimentaire en 2019 : le **cannabis** et l'arrivée de ses produits dérivés, le nouveau **Guide alimentaire canadien** et la continuation de la **guerre des protéines**.

29 (↑) Hausse anticipée plus haute que la moyenne, (↓) Hausse anticipée plus basse que la moyenne, (-) Moyenne nationale. Intervalle de confiance moins élevé pour les provinces.

30 (↑) Hausse anticipée plus haute que la moyenne, (↓) Hausse anticipée plus basse que la moyenne, (-) Moyenne nationale. Intervalle de confiance moins élevé pour les provinces.



## TENDANCES ET PERSPECTIVES POUR 2019

# CANNABIS ET PRODUITS DÉRIVÉS

Difficile de passer à côté. À l'origine, le projet de loi C-45 n'incluait pas les produits comestibles à base de cannabis.<sup>31</sup> Le comité parlementaire a immédiatement reconnu l'erreur. Les produits comestibles seront désormais légaux dans moins d'un an. Malgré tout, il reste encore énormément de travail à faire. Le 17 octobre 2018, le Canada devenait le deuxième pays au monde à légaliser le cannabis pour des fins récréatives. La majorité des Canadiens sont favorables à l'idée mais plusieurs se posent des questions sur les dangers que représente le cannabis pour la santé publique. Surtout, il existe encore un flou important pour les produits comestibles.

Ottawa a laissé sa place aux provinces afin que chacune d'elles puisse établir un cadre de réglementation acceptable pour les consommateurs. Mais les aliments à base de cannabis se retrouveront partout et l'arrivée du cannabis récréatif pourrait engendrer des problèmes de santé publique importants si la réglementation demeure inadéquate. Au Colorado, où la légalisation de la marijuana récréative s'est faite pratiquement du jour au lendemain, le marché se retrouve maintenant inondé de produits alimentaires contenant du cannabis. Des muffins, huiles, beurre, et même des bonbons au cannabis existent et se vendent à profusion. Imaginez, des oursins à la gélatine (gummy bear) à base de cannabis... En service alimentaire, plusieurs restaurants s'adonnent à la préparation de divers plats à base de cannabis. La transparence, l'information sur le dosage, l'origine et le type de cannabis demeurent très flous aussi bien sur les menus que sur les étiquettes alimentaires.

Depuis, le Colorado a resserré ses règles en interdisant les bondons en forme de personnage et en forçant les transformateurs à l'emballage individuel et sécuritaire pour les enfants. Une surveillance accrue délimite le dosage. Par



*Le cannabis sera pour le monde agroalimentaire la prochaine manne semblable à la folie du sans-gluten, un miracle venant de nulle part.*



31 Gomez, L., & Martins, M. (2018). Eat your cannabis and have it too: Edibles will present unique regulatory challenges. *Food in Canada*, 79(5), 14.



exemple, un biscuit de 30 grammes doit avoir un emballage distinct et il ne peut contenir plus de 10 mg de tétrahydrocannabinol (THC), l'agent psychoactif de la marijuana. Il en va de même en restauration. Quant au Canada, on opte pour une interdiction pure et simple, et les régulateurs publics préfèrent garder la tête dans le sable, du moins pour l'instant.

Il faut accepter le fait que les produits comestibles à base de cannabis existeront, même si leur distribution et leur consommation restent interdites. En sachant que certains préféreront ingérer le cannabis au lieu de le fumer, le marché noir des produits comestibles pourrait prendre de l'ampleur et profiter de la nébulosité des règles au cours des prochaines années. Comme le cannabis est une substance illicite au Canada depuis plus de 90 ans, de toute évidence le marché canadien n'est pas éduqué ou apte à comprendre ses effets secondaires et sa toxicité. Il faut donner une chance aux consommateurs de s'habituer à cette nouvelle réalité. Même chose pour l'industrie qui voit dans le cannabis une manne intéressante.

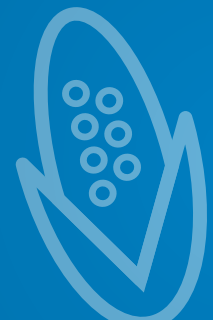
Certains estiment que le cannabis représente pour l'industrie alimentaire canadienne une occasion incroyable. D'ailleurs, un rapport de Deloitte l'an dernier suggérait que les produits comestibles pourraient représenter un marché dépassant les 5 milliards de dollars au Canada, d'ici les cinq prochaines années.<sup>32</sup> Pour l'industrie agroalimentaire canadienne qui peine à croître, le cannabis représente pratiquement une bouée de sauvetage. L'arrivée du cannabis pourrait aussi déranger certains secteurs. La filière vinicole, quant à elle, considère le cannabis comme un substitut. Au lieu d'opter pour un verre de vin, par exemple, certains pourraient choisir une sauce infusée de cannabis pour accompagner leur repas. C'est un univers totalement nouveau qui s'installe.

Une fois légalisés, les produits comestibles à base de cannabis seront assurément apprivoisés par un nombre important de Canadiens. En effet, une étude de l'Université Dalhousie à Halifax démontre que 68 % des Canadiens étaient favorables à la légalisation du cannabis. Cependant, de ce groupe, plus de 93 % seront tentés d'essayer au moins un produit comestible. C'est presque 10 millions

---

32 Harris, R. (2018). The New Baked Goods. *Food in Canada*, 78(1), 18.





de Canadiens d'âge adulte.<sup>33</sup> Ce n'est donc pas rien. D'ailleurs Santé Canada reconnaît que le corps humain n'est pas fait pour inhaler de la drogue. Pour le cannabis médical, l'agence publique a toujours encouragé les Canadiens à ingérer le cannabis le plus souvent possible. Alors l'adoption de produits comestibles s'inscrit dans un registre déjà bien déterminé par Santé Canada.

Le flou existant autour de la taxation du cannabis à usage récréatif n'aide pas non plus. Avec la légalisation du cannabis, Ottawa voulait en tout premier lieu éliminer le marché noir. Sans connaître le prix au détail du cannabis, il est difficile de croire que le marché noir disparaîtra. Alors pour vos muffins, huiles ou beurre à base de cannabis, il va falloir attendre un peu. Mais si vous ne pouvez pas attendre, faites attention.

## LE GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN

L'endoctrinement du Guide alimentaire est tel que la plupart d'entre nous ignorent à quel point le document influence nos vies. Le Guide alimentaire de Santé Canada est une ressource indispensable pour les institutions publiques qui desservent une clientèle particulière, telle que les hôpitaux, les écoles et les centres pour personnes âgées. En tant que société, le guide est le reflet de ce que l'on priorise en alimentation.<sup>34</sup> De façon implicite, le guide offre un portrait de nos habitudes alimentaires au reste du monde. Bref, sans s'en apercevoir, c'est un document d'une importance capitale.

Par contre, pour les consommateurs c'est une autre histoire. Plusieurs se souviennent des cours d'économie familiale durant lesquels le Guide alimentaire canadien était mis en vedette et dont le contenu était matière à examen en fin d'année.<sup>35</sup> Depuis lors, les vertus de ce Guide ont constamment été critiquées par plusieurs, incluant des chercheurs en nutrition. Ceux qui pourfendent le Guide et

33 Rudolph, G. (2017). The opportunity of legal cannabis edibles. *Snack Food & Wholesale Bakery*, 106(11), 46.

34 Jessri, M., & L'Abbe, M. (2015). The time for an updated Canadian Food Guide has arrived. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 40(8), 854-857.

35 Liu, X., Franco-Arellano, B., Molon-Leites, G., & L'Abbe, M. (2018). Do foods and beverages advertised in Canadian grocery flyers adhere to Canada's Food Guide? *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 43(4), S24.



le processus qui mène à sa rédaction estiment qu'il faut maintenant passer à autre chose et adopter une approche plus contemporaine.

Au Canada, le premier guide alimentaire a vu le jour en 1942. Après avoir vécu la grande dépression et la guerre, le gouvernement croyait bon d'offrir aux Canadiens un parchemin normatif pour éliminer la malnutrition. À ce moment-là, plus de 60 % des Canadiens souffraient d'une alimentation mal équilibrée. De nos jours, la situation est fort différente et le Guide canadien émane plus que jamais d'une démarche très politisée sans nécessairement oublier ses origines.

D'abord, quelques commentaires sur le processus de rédaction incroyablement long pour ce genre de document. Le Guide que nous consultons actuellement est en vigueur depuis 2007. Santé Canada a pris 15 ans pour pondre cette nouvelle version qui démontre en somme des changements très élémentaires. Par ailleurs, aux États-Unis, le guide alimentaire est revu tous les cinq ans. Nous avons beau dire que les Américains mangent mal, mais au moins, leur guide est actualisé beaucoup plus fréquemment que le nôtre. Avec les courants alimentaires en constante évolution et les influences qui proviennent d'un peu partout dans le monde, un ajustement plus fréquent est de mise.

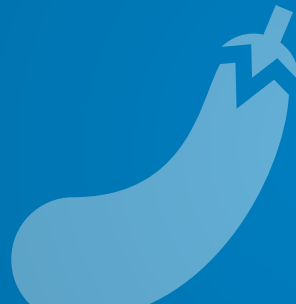
Puisque le processus est interminable, plusieurs y collaborent. Santé Canada insiste pour que l'équipe de rédaction ne soit formée que de chercheurs inspirés par des connaissances scientifiques actuelles. Sans doute, sauf qu'il demeure difficile de croire que certains groupes d'intérêts n'y participent pas du tout! En regardant les groupes alimentaires suggérés dans le présent Guide, les piliers du monde agricole canadien y sont très bien représentés. Le lait, les viandes, les céréales, tout y est. Certes, ce principe ne date pas d'hier, puisqu'en 1942 l'un des objectifs du Guide était de promouvoir les denrées agricoles canadiennes. Même avec une approche plus subtile aujourd'hui, l'objectif semble demeurer le même.

Quant au contenu, l'approche normative est un peu obsolète. Le Guide ne traite aucunement d'excès de sodium et de sucre, ni même d'obésité. Il ne tient pas compte non plus du vieillissement de la population et du fait que presque la moitié de nos repas sont consommés à l'extérieur de la maison. En vue d'améliorer la santé des consommateurs canadiens, un guide alimentaire doit



*Il y a fort à parier que le prochain Guide alimentaire canadien sera différent et il déplaira à plusieurs groupes d'intérêts ayant des acquis. Si le guide était un document sans valeur, l'indifférence serait manifeste, mais c'est loin d'être le cas.*





désormais cibler ses efforts sur de bonnes habitudes alimentaires, telles que la cuisine et d'autres éléments en périphérie qui sont tout aussi importants.<sup>36</sup>

Nos législateurs doivent montrer l'exemple en adoptant un guide alimentaire digne du 21e siècle. Espérons que l'édition 2019 sera la bonne.

## LA GUERRE DES PROTÉINES

La protéine animale vit une crise. Depuis quelques années, il semble y avoir un nombre grandissant de consommateurs qui n'attache plus d'importance aux viandes et produits laitiers pour se consacrer plutôt à une diète végétarienne ou même végane. Le poisson, le quinoa, les pois chiches, les lentilles, même les insectes prennent de plus en plus de place, au détriment du poulet, du porc, mais surtout du bœuf.

Un vent de folie souffle partout au Canada. Les festivals, congrès, ateliers sur le végétarisme et le véganisme abondent. Ne pas vouloir manger de la viande devient visiblement à la mode et certaines statistiques le démontrent. Dans le cas du bœuf, les Canadiens consomment environ 94 millions de kilos en moins par année comparativement à 2010. Une diminution énorme. Un sondage de l'Université Dalhousie publié en mai dernier suggérait que plus de trois millions de Canadiens boudaient volontairement la viande. D'abord 63 % des personnes véganes et végétaliennes au Canada ont moins de 38 ans, et 42 % des flexitariens<sup>37</sup> sont des baby-boomers. Pendant que 46 % des Ontariens suivent une diète restrictive en matière de consommation de viande, 15 % des Québécois et des Britanno-Colombiens font la même chose. L'étude estime que plus de 6 400 000 Canadiens suivent une diète qui restreint ou élimine la consommation de viande.<sup>38</sup>

36 Lafrenière, Laramée, Robitaille, Lamarche, & Lemieux. (2019). Relative validity of a web-based, self-administered, 24-h dietary recall to evaluate adherence to Canadian dietary guidelines. *Nutrition*, 57, 252-256.

37 Consommateurs qui réduisent leur consommation de viande de façon volontaire.

38 <https://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/meat-diet-study-1.4883173>



Nos politiques semblent vouloir suivre cette mouvance. Même si le nouveau Guide alimentaire canadien se fait attendre, Santé Canada sera en mesure d'annoncer ses couleurs d'ici quelques semaines. Si l'on se fie aux principes directeurs publiés l'an dernier, Santé Canada mettra l'accent sur les aliments d'origine végétale. Mais l'agence a aussi mentionné que le nouveau guide n'exclura pas non plus les aliments d'origine animale. Ces affirmations ne font que confirmer à quel point la tension entre les groupes d'intérêts en agriculture demeure palpable. Les producteurs bovins et laitiers surtout, se sentent menacés par le ton des messages provenant d'Ottawa. Mais la vitesse à laquelle le mouvement végétarien et végane prend le contrôle des tribunes et des réseaux sociaux fascine. Pour plusieurs, tout semble arriver d'un coup.

Avouons-le, la consommation de viande a historiquement été associée à un menu extrêmement masculinisé, bourré de testostérone. Bien sûr, plusieurs femmes aiment la viande, mais l'image du BBQ, des événements sportifs et des steak houses a toujours été intrinsèquement liée à l'homme, ce carnivore urbain pure laine par excellence. Pendant des décennies, on consacrait peu de place au pluralisme alimentaire. En fait, durant tout ce temps, aux yeux de plusieurs, ceux qui évitaient la viande faisaient partie d'un groupe d'hurluberlus.

Mais aujourd'hui, les jeunes ne se contentent pas d'acheter de la nourriture, ils adoptent les valeurs véhiculées par les produits alimentaires qu'ils veulent consommer. Environnement, bien-être animal, provenance des aliments, santé, bref, tous ces facteurs prennent de plus en plus de place. Le prix reste toujours d'une extrême importance, mais les alternatives à la protéine animale coûtent généralement moins cher. De surcroît, laisser de côté la viande fait du bien à la planète, au corps humain et au portefeuille.

Mais les jeunes ne sont pas seuls dans leur croisade contre la protéine animale. Une plus grande pluralité alimentaire laisse certes de la place aux nouvelles idées, aux femmes, ainsi qu'à d'autres groupes raciaux et ethniques pour s'exprimer. D'ailleurs, la grande majorité des entreprises en démarrage dans le domaine agroalimentaire au Canada sont gérées par



*Une plus grande diversité alimentaire amènera le secteur à innover et croître davantage, mais il faut d'abord reconnaître que défendre la protéine animale à tout prix représente un frein majeur.*





des femmes et des gens dont leur héritage n'est pas purement canadien. En périphérie, c'est peut-être le mouvement social actuel valorisant la diversité qui facilite les choses pour tout le monde, une hypothèse quand même difficile à démontrer, hors de tout doute. Mais cette réflexion a du mérite.

L'innovation, longtemps déficiente dans le secteur agroalimentaire, s'affirme tranquillement. On assiste à une véritable quête pour voir la nourriture autrement. Nous oublions parfois que la consommation de viande demeure un luxe pour l'ensemble de la planète. Collectivement, nous devenons progressivement des consommateurs plus consciencieux.

Il ne faut donc pas nous surprendre du succès du « Beyond Burger » de la chaîne canadienne A&W. Dans le seul mois de juillet dernier, A&W a vendu tous ses « Beyond Burger », faits d'une galette à base de protéines végétales fabriquée par la firme californienne Beyond Meat. Cette firme, appartenant entre autres à Bill Gates, tente d'offrir ses services aux grands détaillants alimentaires ici même au Canada. Nul ne saurait s'étonner de voir ces produits offerts dans leurs comptoirs de viande favoris au cours des prochains mois.

Il y aura toujours une place pour la viande sur nos menus, mais la science et les connaissances sur nos systèmes agroalimentaires nous rattrapent. Même si le mouvement végétarien et végane crée un certain malaise dans l'industrie, un plus grand choix offert aux consommateurs permettra assurément à l'industrie agroalimentaire de vivre une croissance à long terme.



[dal.ca/management](http://dal.ca/management)

 [@DalManagement](https://twitter.com/DalManagement)

 [/DalManagement](https://www.facebook.com/DalManagement)



[arrellfoodinstitute.ca](http://arrellfoodinstitute.ca)

 [@ArrellFoodInst](https://twitter.com/ArrellFoodInst)

 [/foodinstituteguelph](https://www.facebook.com/foodinstituteguelph)