

## COMMERCE DE DÉTAIL

# Augmentation des ventes de crème glacée malgré une hausse des prix



LAURIER CLOUTIER

Le prix de la crème glacée a augmenté de plus de 20 % ces dernières années en dépit d'une baisse, souvent de plus de 30 %, de la quantité de crème parmi les ingrédients, ce qui réduit pourtant les coûts de fabrication.

Statistique Canada a calculé que, de 1995 à 2002, les prix de la crème glacée ont grimpé de 19 %, tandis que ceux des produits laitiers n'augmentaient que de 15 %, souligne François Bertrand, porte-parole de la Fédération des producteurs de lait du Québec. Par ailleurs, les prix du lait et du gras de lait ont monté de 5 % l'hiver dernier, ce qui influe sur le prix de la crème glacée, déclare Denis Chagnon, copropriétaire de la Laiterie Chagnon, de Waterloo.

Malgré tout, les ventes de crème glacée « ont été plus intéressantes cet été qu'en 2002, même si le temps n'a pas toujours été de notre côté », ajoute Denis Chagnon. La Laiterie Coaticook a haussé ces ventes de « 10 % cet été, parce qu'on agrandit notre marché d'année en année », déclare le propriétaire, Jean Provencher, qui va doubler la superficie de son usine.

Les Québécois auraient dû vérifier les prix de leur crème glacée à leur supermarché cet été. Les rabais de la semaine pour la crème glacée étaient rares. Il est trop tôt pour trouver des statistiques vérifiées sur les prix et les ventes, mais la

tendance à la hausse des prix reste bien ancrée sur le marché.

Ceux qui vérifient les ingrédients sur leur contenant de crème glacée constatent, par ailleurs, que les laiteries leur en refilent souvent avec moins de crème, remplacée par des « substances lactières modifiées » importées, qui coûtent « de 35 à 40 % moins cher », selon un expert de l'industrie qui exige l'anonymat.

« Souvent, les ingrédients d'une marque changent, mais pas nécessairement le prix », selon François Bertrand. « Cette réduction de coûts n'a pas encore été transférée aux consommateurs », reconnaît M. Bertrand, qui assure que les fermiers membres n'ont pas empoché des profits faramineux cet été à la suite de la hausse du prix. La preuve ? Le prix payé aux producteurs de lait du Québec est déterminé à l'avance une fois l'an. Sur tout, la crème glacée provient maintenant de grosses usines de l'Ontario détenues par des multinationales qui accaparent « au moins 80 % du marché du Québec », selon Jean Provencher.

Représentant les 60 transformateurs laitiers, Pierre Nadeau, président du Conseil de l'industrie laitière du Québec, confirme que les multinationales européennes Nestlé et Unilever contrôlent le marché local de la crème glacée. M. Nadeau n'est pas surpris par ailleurs que les producteurs laitiers fassent tout un plat avec les substances lactières modifiées. « Ça les rend nerveux et très agressifs. » Pourtant, il ne s'agit que d'huile de beurre, soit une concentration de matières grasses de lait, à laquelle on ajoute du sucre, explique M. Nadeau. « Ça n'a pas la même onctuosité, ni le

même goût », estime Denis Chagnon.

Un spécialiste de la fabrication, sous le couvert de l'anonymat, attribue la hausse des prix aux trois grandes chaînes de supermarchés : elles « dictent les prix ». Voilà : les fermiers renvoient la balle aux fabricants qui accusent les supermarchés.

Après les vagues de concentration des laiteries, durant les années 60 et 90 en particulier, il ne reste plus que six fabricants québécois de crème glacée, dont Lambert, Aliments Lebel, Laiterie de La Baie et Ital Gelati. La marque Québon est passée d'Agropur à Natrel durant les années 80, puis à Unilever qui a fermé l'usine à la fin des années 90. « Les périodes creuses ont provoqué des rationalisations », selon Pierre Nadeau.

« Il y a peu de fabricants qui peuvent donner la crème à titre de premier ingrédient », déplore Denis Chagnon. « La bonne crème glacée à prix populaire d'environ 4 \$ provient des petites laiteries », assure-t-il. « Nestlé et Unilever occupent la majeure partie de l'espace au supermarché et continuent de vendre leur crème glacée sous des marques comme Québon, ce qui laisse croire à des produits du Québec. C'est trompeur. On a du travail d'information à faire auprès du consommateur », reconnaît Denis Chagnon.

Jean Provencher vend sa crème glacée en Estrie et en Montérégie, comme Denis Chagnon, mais aussi à Montréal et à Québec, dans des contenants à l'ancienne. « Quand les consommateurs découvrent nos produits, ils en redemandent. Ça leur rappelle d'anciennes saveurs. »

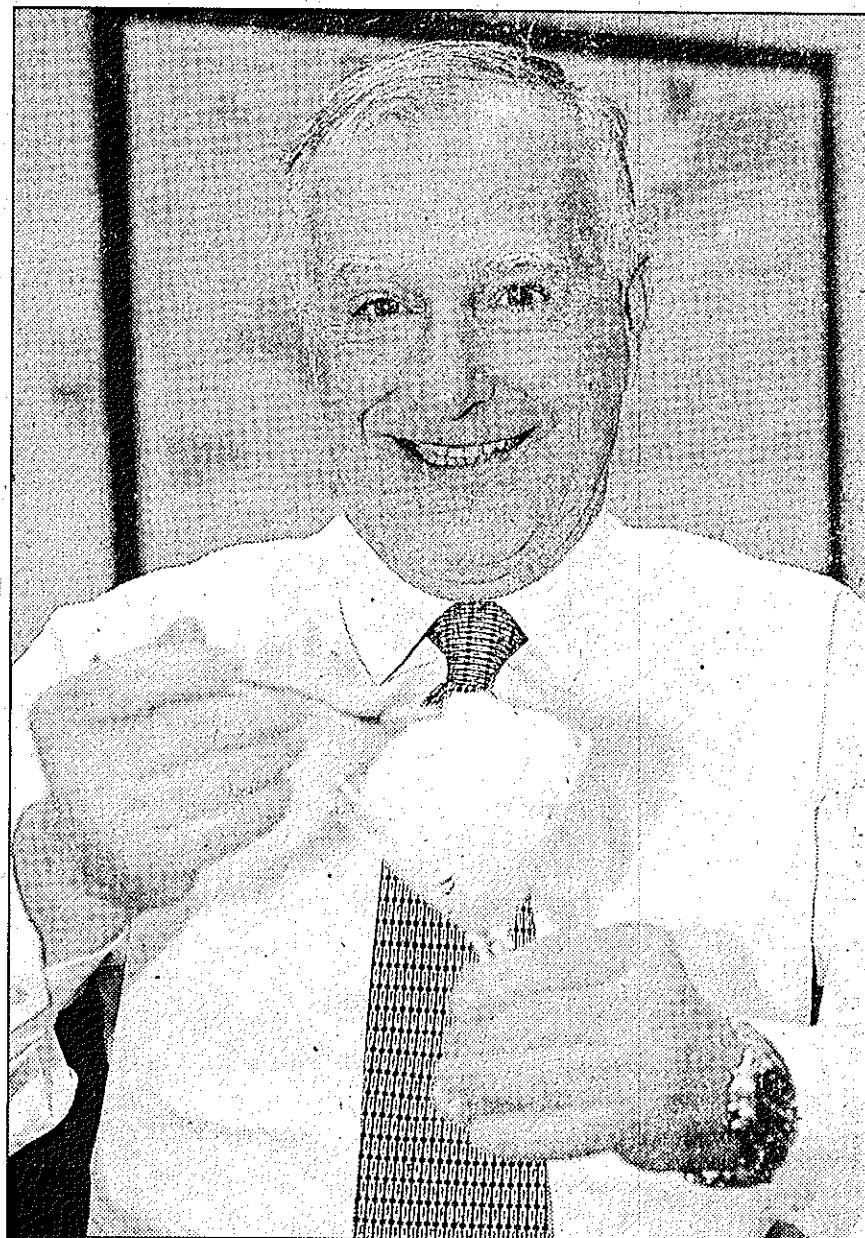


Photo ARMAND TROTTIER, La Presse ©

Pierre Nadeau, président du Conseil de l'industrie laitière du Québec, confirme que les multinationales européennes Nestlé et Unilever contrôlent le marché local de la crème glacée.