

**Agriculture et agroalimentaire : choisir l'avenir**

**Mémoire de Danone inc. (Canada)**

Présenté à la Commission sur l'avenir de l'agriculture  
et de l'agroalimentaire québécois



Septembre 2007

## Introduction

Danone Canada est fière de participer à la réflexion des membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. Acteur de premier plan dans la fabrication de produits laitiers, Danone Canada est soucieuse de partager son expérience en matière de transformation du lait. De par la nature de ses activités au Québec, Danone place en priorité la sécurité de ses méthodes de production et veut devenir le chef de file incontestable en offrant les marques préférées des consommateurs respectant les normes de qualité les plus élevées.

La Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, dans sa proposition de participation à ses travaux précise que « *l'agriculture et l'agroalimentaire sont au cœur de toute stratégie de protection et de promotion de la santé. Bien en amont des soins médicaux, l'adoption de saines habitudes de vie, notamment par la consommation d'aliments sains et variés, est un facteur déterminant de notre santé individuelle et collective* ». C'est dans ce cadre que Danone partage son expertise et son expérience et propose sa réflexion aux membres de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois.

## Le Groupe Danone

Le Groupe Danone est un leader mondial de l'industrie alimentaire dans chacun de ses deux secteurs d'activité principaux : produits laitiers frais et eau embouteillée.

Le Groupe Danone emploie environ 100 000 personnes réparties dans 120 pays.

### *Le bien-être des populations au cœur de la mission de Danone*

La culture du Groupe Danone puise ses racines dans la conviction que la performance économique et l'attention aux individus sont intimement liées. Il reste porteur de ce double projet économique et social qui a servi de fondement à son développement et a toujours été au cœur de ses décisions. Cette affirmation se reflète dans l'énoncé de la mission du Groupe Danone : *Partout dans le monde, faire grandir, mieux vivre et s'épanouir les hommes en leur apportant chaque jour une alimentation meilleure, des goûts plus variés, des plaisirs plus sains.*

Où que ce soit dans le monde, toutes les actions de Danone tendent à offrir des produits de haute qualité au plus grand nombre.

## Danone au Canada

Le siège social et l'usine de Danone au Canada sont établis à Boucherville au Québec et une équipe de vente est déployée sur l'ensemble du territoire canadien.

Danone Canada emploie environ 500 personnes.

## L'avenir de l'agroalimentaire québécois

### Le marché québécois Chapitre 1, page 7

- Quelles réflexions vous inspirent les problématiques de santé publique, notamment celles qui appellent la création d'environnements plus propices à de saines habitudes alimentaires?

*« Nous croyons, au sein du Groupe DANONE, que l'alimentation joue un rôle primordial pour favoriser le bien-être et la santé de chacun. Pour nous, l'industrie agroalimentaire fait donc partie des acteurs qui ont un rôle à jouer en matière de santé publique. C'est cette certitude qui nous conduit à rechercher en permanence l'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits, à investir dans la recherche et à développer des programmes d'information et d'éducation pour promouvoir l'activité physique et une alimentation équilibrée .»*

Frank Riboud, président, directeur général du Groupe Danone.

Au Québec comme ailleurs, l'alimentation et la nutrition sont devenues en quelques années de véritables enjeux de santé publique. La progression mondiale de l'obésité en particulier (et autres maladies en partie liées à une alimentation mal équilibrée) suscite de nombreux débats et interrogations au sein de la communauté scientifique, des pouvoirs publics, des médias... et bien sûr des entreprises agroalimentaires. Les domaines qui suscitent des interrogations aujourd'hui sont au cœur de l'activité des entreprises agroalimentaires. Elles se doivent d'agir de manière responsable, à chaque étape des processus de décision économique :

- l'achat de matières premières (conditions de production, qualité et sécurité alimentaire, traçabilité...);
- la recherche et le développement (quels produits pour quels besoins ? avec quels ingrédients ? quels bénéfices ? quelle composition nutritionnelle ? ...);
- le marketing et la communication (transparence des communications, impact sur les modes de consommation et la santé publique...).

Autant d'étapes sur lesquelles Danone s'engage depuis de nombreuses années en matière de nutrition et santé.

## Demande mondiale de produits alimentaires Chapitre 1, page 8

- Comment le Québec doit-il s'inscrire dans la dynamique des échanges mondiaux de produits agricoles et alimentaires?

### Le projet social de Danone Communities

Danone est très conscient des problèmes nutritionnels qui touchent une vaste partie de la population mondiale. L'entreprise estime qu'il fait partie de sa responsabilité de sensibiliser ses partenaires à cet enjeu planétaire.

Concrètement, il y a un peu moins d'un an, Danone a créé en Europe un fonds d'investissement nommé « *Danone Communities* ». À travers *Danone Communities*, tous les partenaires du Groupe Danone (investisseurs, actionnaires, salariés) et les consommateurs sont invités à participer au financement de projets alimentaires rentables à caractère social.

À terme, Danone table sur un fonds de 50 à 100 millions d'euros, dont 20% sont financés par le Groupe. L'objectif des projets sera de venir en aide durablement aux populations démunies en Asie, en Amérique latine et en Afrique, notamment en matière de nutrition et de traitement des eaux, tout en maintenant une logique économique et de rentabilité.

Ce fonds, présidé par le président directeur général du Groupe Danone, Franck Riboud et vice-présidé par Muhammad Yunus, Prix Nobel de la Paix et fondateur de la Grameen Bank, est déjà à l'origine de la construction d'une micro-usine de yogourts au Bangladesh. Deux autres usines devraient être implantées dans ce pays en 2008; l'objectif est d'en construire une cinquantaine dans les prochaines années.

Bien entendu, Danone Canada soutient les objectifs de *Danone Communities* et ne peut que proposer aux instances décisionnelles du Québec de suggérer et d'encourager l'industrie agroalimentaire du Québec à se donner des objectifs similaires afin de combler le déficit alimentaire mondial. Selon nous, c'est une question humanitaire, d'équité et de partage des ressources.

Nous soulignerons qu'au Québec, Danone est un partenaire de la première heure du Club des petits déjeuners du Québec. L'entreprise et ses employés sont solidaires de cet organisme indispensable; en offrant des produits qui représentent un apport nutritionnel minimum à des enfants en apprentissage, nous souhaitons démontrer notre réelle préoccupation envers des populations locales souvent économiquement affectées par le coût des matières alimentaires de base comme celui des produits laitiers. Plus d'un million de pots de yogourts sont donnés annuellement au Club des petits déjeuners du Québec.

### La transformation alimentaire (Chapitre 3, page 17)

- Comment les entreprises québécoises de transformation alimentaire peuvent-elles miser davantage sur leurs forces et améliorer leur compétitivité sur les marchés intérieurs et extérieurs?
- Existe-t-il une problématique des coûts des matières premières agricoles? Si oui, quelles en sont les caractéristiques et les conséquences?

Dans son document de consultation, La Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois s'interroge sur les mesures à prendre pour améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie québécoise de la transformation alimentaire.

Depuis quelques dizaines d'années, l'agriculture a considérablement changé, sous l'effet de l'ouverture internationale, de l'évolution technique et des nouveaux besoins des consommateurs. Paradoxalement, le monde rural compte moins d'agriculteurs, mais ceux-ci sont plus dépendants de structures externes : les banques, les industries de transformation, les centres décisionnels, l'État. Ces mutations se lisent également dans le paysage de la campagne québécoise : l'évolution a renforcé les écarts entre les exploitations bien intégrées à l'économie productiviste et les exploitations traditionnelles et familiales. Et si les méthodes de production changent, c'est aussi en partie pour répondre aux besoins des consommateurs.

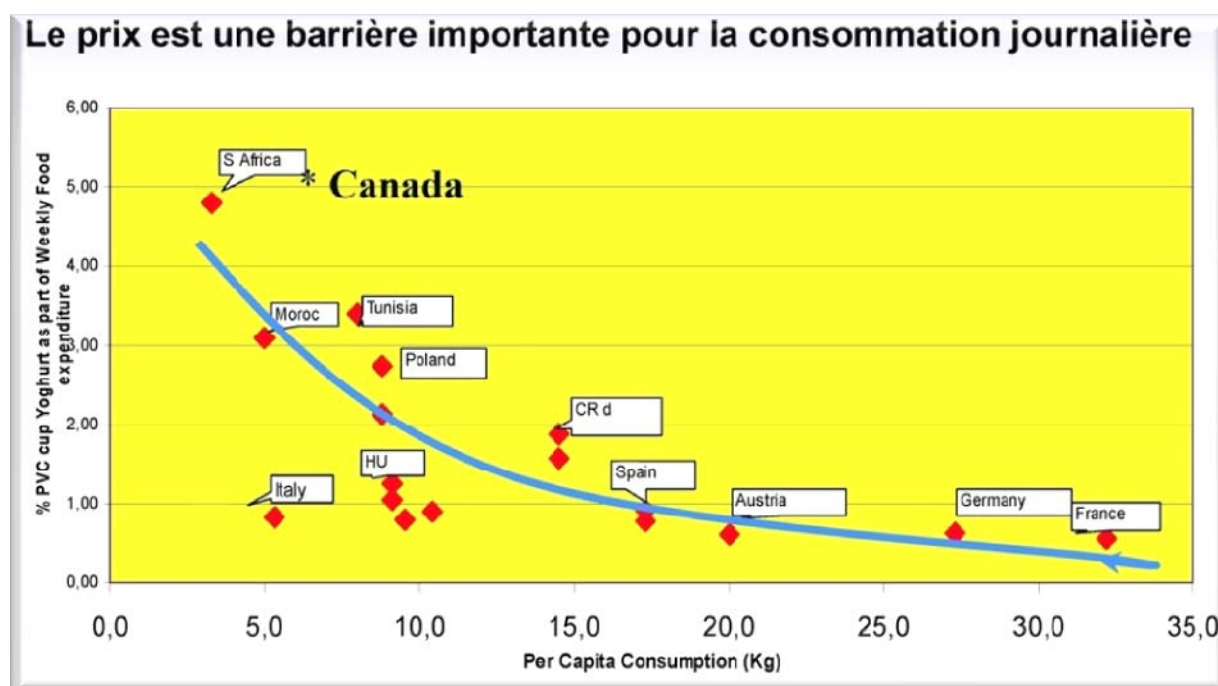
Depuis de nombreuses années et sur tous les marchés qu'elle dessert, Danone se concentre d'abord et avant tout sur l'écoute des consommateurs, lesquels sont de plus en plus avisés, informés et exigeants. Les goûts des populations évoluent, l'information est de plus en plus pointue, précise et stimulée par les nombreuses tendances et les avis professionnels d'une myriade de spécialistes en nutrition ou de diététistes. La demande d'aliments plus sains et plus maigres stimule la production de yogourt depuis la fin des années 1980. L'engouement des consommateurs pour le yogourt s'explique entre autres par l'offre de nouveaux produits et par leur sensibilisation aux bienfaits pour la santé des cultures de yogourt et des probiotiques. On trouve le yogourt dans une grande variété de saveurs et, au Canada sa consommation a plus que doublé depuis 1999; elle a atteint 7,20 kilos par habitant en 2006.

Pour sa part, Danone Canada a doublé son volume de production depuis les cinq dernières années.

Si ces quelques chiffres tendent à démontrer que la consommation et la demande d'un produit laitier comme le yogourt est en nette croissance, il est nécessaire de rappeler que le coût élevé de ce produit est probablement un frein à la consommation.

Le tableau ci-dessous illustre clairement la faible performance du Canada en rapport à la consommation quotidienne d'un produit reconnu « santé » ailleurs dans le monde occidental.

Ce constat laisse perplexe quand on observe que le coût relativement élevé de produits considérés positifs à une bonne santé est un frein à l'accessibilité pour des populations à revenu modeste ou faible, alors que d'autres produits dont les vertus diététiques sont douteuses, comme les colas ou autres boissons, sont offerts à des prix extrêmement bas.



Il faut comprendre que le lait canadien est le plus coûteux de la planète, à quasi égalité avec le Japon. Alors qu'il n'est pas rare de pouvoir se procurer un contenant de deux litres de cola pour 0.99 \$, deux litres de lait pourront coûter près de 4 \$ au consommateur, surtout s'il est considéré à valeur ajoutée à cause de ses caractéristiques d'emballage. Nous constaterons aussi que le prix de vente d'un petit pot de yogourt au Québec sera de 0.99\$, soit 40% de plus que chez nos voisins du sud (0.69\$). Il est clair et évident que le prix sera l'arbitre quant au choix du consommateur entre un produit laitier aussi attrayant soit-il, et une boisson gazeuse proposée en grande quantité à un prix dérisoire.

Afin de contrer ce paradoxe, Danone Canada poursuit sa quête d'informations provenant des consommateurs, analyse et considère toutes les recommandations et les orientations privilégiées par les milieux impliqués dans le bien-être et la santé. Nous souhaitons générer des tendances de consommation qui allient le plaisir de consommer un produit de haute qualité à l'amélioration ou au maintien d'une bonne santé, et ceci au meilleur coût possible.

- Quels moyens peut-on se donner pour que les maillons de la chaîne agroalimentaire perçoivent les signaux du marché et travaillent conjointement pour y répondre?
- Quel rôle l'État doit-il jouer?
- Comment inciter les transformateurs à créer des produits ayant des caractéristiques positives pour la santé?

Nous croyons que la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois devrait proposer à tous les acteurs de l'industrie des produits laitiers, du producteur au consommateur, une réflexion sur l'importance de maintenir le coût des matières premières à un niveau qui permet d'offrir au consommateur un produit accessible et indispensable à une bonne alimentation.

En ce sens, Danone compte accroître son leadership en matière de communication envers les consommateurs et les pouvoirs publics, de diffusion d'information et de partage des connaissances. Si de son côté l'État – provincial ou fédéral – agit à titre de facilitateur et en adaptant la réglementation à une réalité qui évolue de jour en jour, il donnera aux producteurs des possibilités de croissance et aux transformateurs les outils nécessaires à la recherche et au développement de produits alimentaires ayant un effet positif sur la santé de leurs populations. Dans les faits, en donnant une valeur ajoutée à la matière première, le transformateur est une courroie de transmission entre le producteur et le consommateur. Selon nous, l'État doit contribuer à maintenir un équilibre raisonnable entre tous les acteurs de la chaîne : anticiper les besoins du producteur qui doit fournir la matière première au transformateur, lequel répond aux exigences du consommateur. Entre autres, l'État doit encourager la compétitivité des producteurs face à la venue éventuelle des marchés étrangers qui profiteront de la cession de la gestion de l'offre et de l'ouverture des marchés préconisée par l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Pour que les produits laitiers deviennent réellement concurrentiels, l'État doit sans nul doute encourager l'innovation et l'avancement technologique et combler le retard tant du Québec que du Canada en ces domaines.

#### Innovation et créativité : deux conditions pour l'avenir de l'agroalimentaire québécois

Il est clair pour Danone Canada qu'une saine croissance ne pourra être assurée que si l'État permet, voire impose, une communication transparente et responsable des transformateurs envers les consommateurs. Il nous apparaît paradoxal que les produits que nous élaborons en nous appuyant sur l'expertise de notre centre de recherche Daniel-Carasso, reconnus favorables au maintien d'une bonne santé, ne puissent se présenter en toute transparence alors que le secteur des produits dits de santé naturelle (PSN) profite d'une réglementation favorable à la communication. Il est de la responsabilité de l'État d'ouvrir le débat et de proposer des solutions conformes à la nouvelle réalité. Les technologies se développent efficacement et sérieusement, le secteur de la transformation alimentaire prend ses responsabilités mais doit être soutenu; c'est une question primordiale à la survie d'une industrie au Québec.

*La sécurité : une condition indispensable pour garantir la pérennité de la confiance et du respect du consommateur*

Danone est une entreprise qui place en priorité absolue les principes et les procédures de qualité et de sécurité alimentaire, lesquels sont en constante amélioration. Assurer la sécurité du consommateur est une obligation pour Danone, tout comme l'est sa volonté de fournir des produits qui correspondent pleinement aux attentes du consommateur. En 2004, Danone Canada avait déposé un mémoire sur la sécurité alimentaire auprès de la Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation. Nous estimons que notre position de l'époque est toujours d'actualité en 2007. L'énoncé suivant était inclus dans notre mémoire de 2004.

L'augmentation des risques de sécurité alimentaire pendant les dernières années – tels que l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB), les maladies du bétail transmissibles et non transmissibles mais perçues comme des menaces, les risques chimiques comme la dioxine, l'aflatoxine, les résidus de traitements vétérinaires, le bioterrorisme, etc. – imposent d'abord des mesures de prévision, la connaissance et la prévention des risques, pouvoir assurer la traçabilité des matières premières utilisées, dont le lait, et être capable de tracer les conditions de production – dont la traite, le transport et la conservation du lait – et en amont, l'origine de l'alimentation, la nature des traitements vétérinaires ou la santé des animaux.

Les questions « nos produits, sont-ils sûrs ? » et « répondons-nous aux demandes et besoins des consommateurs ? » gouvernent nos actions et nos systèmes afin de protéger véritablement les consommateurs et conséquemment nos affaires.

En premier lieu, le Groupe Danone affirme que tout le système de sécurité alimentaire repose sur des techniques de traçabilité infaillibles.

Pour le Groupe Danone, qui a toujours placé la qualité et la sécurité de ses produits avant toute autre considération, il est indispensable d'assurer la maîtrise, la traçabilité et le contrôle de sa principale matière première : le lait. C'est pour atteindre cet objectif que Danone a mis en place un programme appelé « Danone Qualité Sécurité » (DQS). Le Programme Danone Qualité et Sécurité du Lait est mis en place, dans tous les pays où Danone collecte directement du lait, en partenariat avec les producteurs. Ce programme a pour objectif de répondre aux attentes des consommateurs en garantissant:

- la maîtrise de la qualité du lait et de sa sécurité à chaque étape de la filière (producteur, transport...).
- la mise en œuvre de pratiques respectueuses de l'environnement et du bien-être animal qui s'inscrivent dans la logique d'une agriculture durable.

Les crises vécues par les filières agroalimentaires, dans différents pays et dont Danone a pu retirer toute l'expérience, ont montré l'importance de la mise en place de bonnes pratiques au niveau de chaque élevage.

Fort de cette expérience à travers le monde et en s'appuyant sur de nouveaux référentiels internationaux (Guide FAO-FIL 2004), Danone a défini un ensemble de pratiques (alimentation animale, hygiène, environnement...).

Dans de nombreux pays, les citoyens souhaitent une agriculture raisonnée qui concilie l'approche économique et le souci de préserver les ressources naturelles. Dans certains pays, en particulier en Europe (avec la Politique agricole commune), le respect de ces règles devient une condition indispensable pour conserver un droit à produire et percevoir les aides financières qui s'y rattachent.

Dans la plupart des pays où le Groupe Danone a implanté ce programme de qualité et de sécurité (DQS), comme par exemple Danone France, il est possible de connaître l'origine de chaque litre de lait entrant dans nos usines, et surtout d'assurer la conformité aux critères de qualité exigés. DQS porte aussi bien sur l'origine et l'identification des animaux dès leur naissance, leur alimentation, leur suivi sanitaire et leur bien-être, les conditions de traite et de conservation du lait.

Cette démarche a permis au Groupe Danone d'assurer la qualité et la sécurité du lait pendant les crises vécues en Europe (ESB, fièvre aphteuse), allant jusqu'à rejeter la matière première au moindre doute. La stratégie de Danone a permis d'une part de prévenir des crises et, d'autre part, de mieux en gérer certaines qui sont survenues, en étant la première capable d'en identifier la source, d'en circonvenir l'étendue et de mettre en place les actions correctives.

### Saine alimentation et habitudes de vie - Chapitre 8, page 35

- Quel est le rôle des consommateurs, des transformateurs, des distributeurs et de l'État dans l'adoption de saines habitudes alimentaires?
- L'information relative à la valeur nutritive des aliments est-elle suffisante et adéquate?
- Comment les politiques agricoles et agroalimentaires peuvent-elles favoriser de meilleures habitudes alimentaires?
- Comment informer les consommateurs d'une façon simple, crédible et cohérente?
- Comment les politiques agroalimentaires peuvent-elles inciter les HRI à se préoccuper activement de promouvoir de saines habitudes alimentaires chez leurs clients?

### Danone, une entreprise engagée dans les enjeux de la nutrition

En abordant le thème de l'agroalimentaire québécois, la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois aborde en même temps les enjeux de la nutrition comme un élément qu'elle doit prendre en compte dans sa réflexion. Si la croissance de certains produits laitiers a tendance à stagner, d'autres segments sont en progression comme les yogourts et les fromages fins. Alors que les professionnels du domaine nutritionnel s'inquiètent à juste titre de la prévalence de l'obésité et de l'excès de poids, le lait et les produits laitiers doivent rester synonymes de santé, de dynamisme, de naturalité. Rares sont les produits alimentaires qui ont une image aussi positive. Les produits laitiers sont essentiels à une alimentation équilibrée et les pouvoirs publics doivent les soutenir avec vigueur en valorisant leur image, leurs qualités nutritionnelles et leurs innovations.

Chez Danone, la santé n'est pas un positionnement de communication pour répondre à des préoccupations de la société mais un engagement de longue date; en Europe, les yogourts Danone étaient commercialisés en pharmacie dès 1919! Cette logique de développement s'est traduite par une concentration de nos activités sur des produits innovants à forte orientation santé et nutrition.

Pour Danone, la santé ne se limite pas à réduire la proportion d'un ingrédient pour obtenir un produit plus équilibré sur le plan nutritionnel. Nous voulons proposer des produits dont la vocation est d'apporter un bénéfice à l'organisme : par exemple, contribuer à la croissance ou améliorer certaines fonctions du corps humain, comme le transit intestinal pour le yogourt Activia. C'est ce que nous appelons la santé active.

### Communiquer de manière responsable

L'impact de l'alimentation sur la santé exige aussi d'être clair dans la communication et l'information au consommateur. Le Groupe Danone respecte à ce titre plusieurs engagements : en particulier, la généralisation progressive de l'étiquetage nutritionnel là où il n'est pas déjà prescrit, la validation scientifique des allégations nutritionnelles et de santé, et

L'absence d'allégation santé sur des produits purement gourmands. Nous devons souligner que les restrictions imposées par la réglementation canadienne quant à la communication et à l'information objective sur les avantages ou les bienfaits pour la santé de produits laitiers traditionnels et innovants sont un frein non seulement à la croissance de l'industrie, mais aussi au droit fondamental du consommateur. Le carcan qui encadre les règles canadiennes actuelles de communication prive le consommateur de l'information qui lui permettra de bien comprendre les effets d'un produit qu'il consomme, donc de choisir en toute connaissance de cause.

Le Groupe Danone s'engage également dans plusieurs actions de sensibilisation à destination des consommateurs sur l'importance d'une alimentation équilibrée et d'une activité physique régulière (à travers, par exemple, les sites Internet de Danone et de ses filiales qui apportent des conseils nutritionnels).

Les Instituts Danone, structures indépendantes dont la mission est d'encourager la recherche et de déployer les connaissances en nutrition et santé, soutiennent financièrement plusieurs programmes de recherche, tels que l'étude « *European Union Childhood Obesity* » qui vise à mieux connaître certains déterminants de l'alimentation infantile pour une prévention précoce de l'obésité. Dans le monde, les Instituts Danone développent également des programmes d'éducation comme celui lancé en France en 2004, « *Ensemble surveillons sa corpulence* », pour aider les parents et les médecins à prévenir l'obésité infantile en la dépistant précocement.

Au Canada, l'Institut Danone a pour mission d'améliorer la santé et le bien-être des canadiens par le biais d'une meilleure alimentation. Son mandat est d'encourager les changements du comportement alimentaires auprès du grand public, des populations vulnérables, en mettant particulièrement l'accent sur l'alimentation des enfants.<sup>1</sup>

Depuis 1998, afin d'encourager l'avancement de la nutrition, l'Institut Danone du Canada a versé plus de 2 500 000 \$ en bourses ou en prix à des étudiants, diplômés et chercheurs.

---

<sup>1</sup> Institut Danone du Canada : [www.institutdanone.ca](http://www.institutdanone.ca)

## Conclusion

Danone Canada affirme son intérêt à participer au travail de réflexion et aux actions concrètes qui découleront des résultats de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois.

Nous sommes persuadés qu'une adaptation réglementaire et législative rapide aux réalités économiques des marchés mondiaux, une stimulation de l'innovation et de la créativité d'une part et des avancements technologiques et de recherche nutritionnelle d'autre part, formeront la pierre d'assise d'une industrie agroalimentaire québécoise moderne et concurrentielle. Pour répondre aux exigences de plus en plus aiguës des consommateurs et à leur droit fondamental à l'information, la réglementation doit permettre, encourager et soutenir une communication responsable autour des produits agroalimentaires traditionnels et innovants.

En ce sens, Danone Canada souhaite poursuivre sa mission qui est de proposer des produits laitiers frais de haute qualité et sécuritaires aux consommateurs, tout en collaborant étroitement avec ses fournisseurs, partenaires communautaires et les pouvoirs publics.