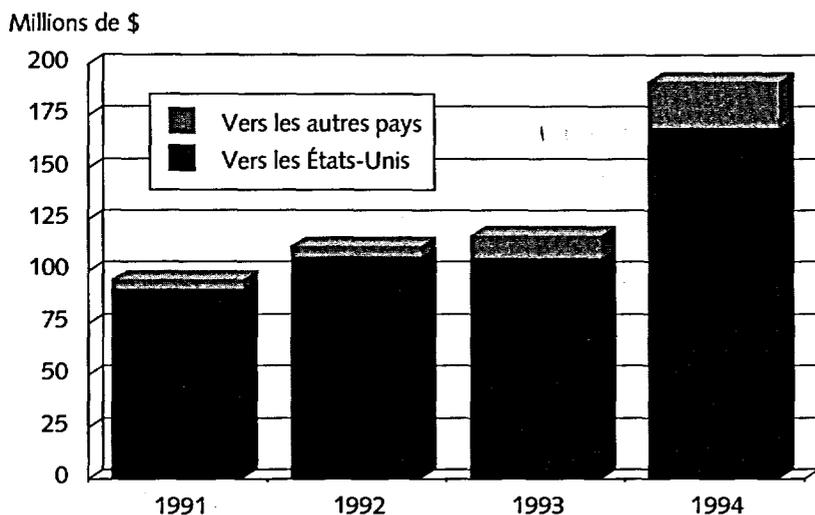


Figure 2
Exportations des eaux embouteillées



Source : Statistique Canada, TIERS.

Canada aussi bien qu'entre celui-ci et ses partenaires nord-américains. Par exemple, grâce à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les fabricants de boissons installés au Canada jouissent maintenant d'un libre accès aux marchés des États-Unis et du Mexique.

Les boissons alcoolisées aussi bien que non alcoolisées sont vendues dans toute l'Amérique du Nord par divers genres de commerces, épiceries de détail, magasins spécialisés, épiceries de dépannage et établissements de restauration.

TENDANCES DU MARCHÉ

Le secteur des boissons se développe plus vite que la population, en Amérique du Nord, et certaines catégories de boissons progressent plus rapidement que d'autres. Dans chacune d'entre elles, certaines lignes de produits enregistrent une croissance annuelle considérable.

Par exemple, en 1994, les « thés glacés » en bouteille — toute une gamme de produits à base et à saveur de thé — ont été la ligne de boissons qui a connu le plus grand essor au Canada aussi bien qu'aux États-Unis. En ce qui concerne le montant des ventes, les thés glacés ont augmenté en moyenne de plus de 70 %. Sur le plan du volume, les expéditions de thé glacé en bouteille ont presque doublé.

L'expansion des eaux minérales arrive en deuxième position après les thés glacés. Bien que le Canada soit connu pour l'abondance de son eau douce, les consommateurs dans la plupart des grandes villes canadiennes s'inquiètent de la qualité de l'eau du robinet. En conséquence, ils ont de plus en plus recours aux eaux minérales.

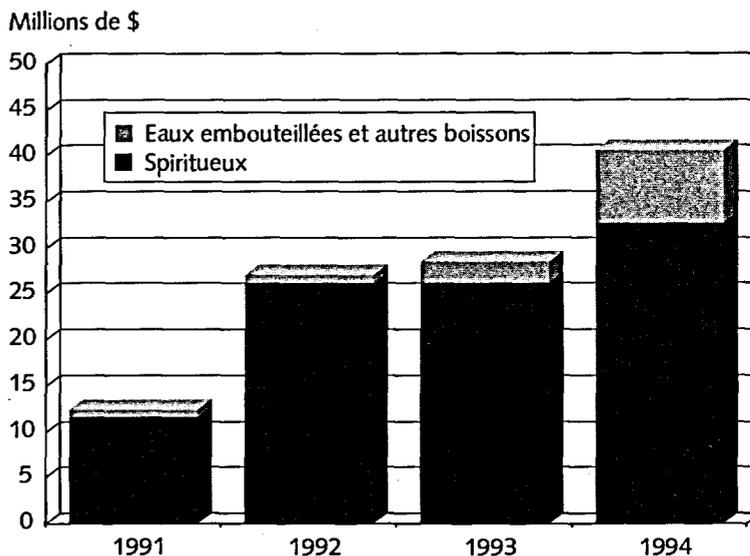
Les ventes canadiennes d'eau plate et gazeuse se sont accrues de 16 % et de 13 % respectivement. Ce taux est environ trois ou quatre fois supérieur à celui de l'augmentation des ventes pour tous les produits alimentaires et les boissons.

Les mélanges à boisson sous forme de poudre et de cristaux destinés à être consommés froids constituent une autre catégorie de boissons qui a connu une forte expansion. Il s'agit principalement de mélanges pour des boissons à saveur de fruit ou pour différents thés glacés. La consommation de boissons non alcoolisées par habitant par rapport au volume des ventes a battu tous les records en 1994, en augmentant de 6 à 7 % sur le marché canadien.

Les achats au détail de boissons non alcoolisées au Canada représentent de 3,8 à 4 milliards de dollars par an et augmentent au rythme de 3 % par an.

Les consommateurs canadiens et américains se préoccupent de plus en plus de la composition nutritionnelle des aliments préparés et des boissons. Ils tiennent compte aussi des renseignements relatifs à la nutrition qui sont fournis par la presse écrite et les médias électroniques et qui figurent sur les étiquettes des produits. Plus de 80 % des Nord-Américains choisissent et consomment déjà des produits à basse teneur en matière grasse et à basses calories.

Figure 3
Exportations canadiennes de boissons au Japon



Source : Statistique Canada, TIERS.