

Achats de boissons sucrées au Québec

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

AVRIL 2025

RAPPORT DE RECHERCHE

AUTRICE

Marie-Claude Paquette, conseillère scientifique spécialisée
Direction du développement des individus et des communautés

SOUS LA COORDINATION DE

Maryse Caron, cheffe d'unité scientifique
Direction du développement des individus et des communautés

COLLABORATION

Olivier Arbour, technicien en recherche
Julie Maltais-Giguère, conseillère scientifique
Gabrielle Durette, conseillère scientifique
Aurélien Maurice, médecin spécialiste en santé publique et médecine préventive
Direction du développement des individus et des communautés

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Céline Plante, conseillère scientifique
Bureau d'information et d'études en santé des populations

Marianne Dubé, assistante de recherche professionnelle
Benoit Lasnier, conseiller scientifique
Direction du développement des individus et des communautés

Sonia Pomerleau, professionnelle de recherche
Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire, Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval

RÉVISION

Brigitte Camden, agente de planification, de programmation et de recherche
Équipe conseil Prévention et promotion, Direction de santé publique, Centre intégré de santé et de services sociaux des Laurentides

Julie Perron, professionnelle de recherche
Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire, Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels, Université Laval

Lana Vanderlee, professeure adjointe
École de nutrition, Université Laval

Les réviseuses ont été conviées à apporter des commentaires sur la version préfinale de ce document et en conséquence, n'en ont pas révisé ni endossé le contenu final.

L'autrice, ainsi que les membres du comité scientifique, et les réviseuses ont dûment rempli leurs déclarations d'intérêts et aucune situation à risque de conflits d'intérêts réels, apparents ou potentiels n'a été relevée.

MISE EN PAGE

Sarah Mei Lapierre, agente administrative
Direction du développement des individus et des communautés

REMERCIEMENTS

L'autrice désire remercier sincèrement les collaborateurs, collaboratrices, et les réviseuses qui ont accepté de donner temps, expertise et commentaires sur le présent document. Cette publication a été réalisée grâce au soutien financier du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec.

CITATION SUGGÉRÉE

Paquette, M-C. (2025). *Achats de boissons sucrées au Québec*. Institut national de santé publique du Québec. <https://www.inspq.qc.ca/publications/3682>

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en écrivant un courriel à : droits.dauteur.inspq@inspq.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

Dépôt légal – 2^e trimestre 2025
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN : 978-2-555-01332-2 (PDF)

© Gouvernement du Québec (2025)

AVANT-PROPOS

L'Institut national de santé publique du Québec est le centre d'expertise et de référence en matière de santé publique au Québec. Sa mission est de soutenir le ministre de la Santé et des Services sociaux dans sa mission de santé publique. L'Institut a également comme mission, dans la mesure déterminée par le mandat que lui confie le ministre, de soutenir Santé Québec, la Régie régionale de la santé et des services sociaux du Nunavik, le Conseil cri de la santé et des services sociaux de la Baie James et les établissements, dans l'exercice de leur mission de santé publique.

La collection *Recherche et développement* rassemble sous une même bannière une variété de productions scientifiques qui apportent de nouvelles connaissances techniques, méthodologiques ou autres d'intérêt large au corpus de savoirs scientifiques existants.

Le présent rapport de recherche porte sur les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec, ainsi que sur leur évolution de 2015-2016 à 2020-2021. Il vise à mettre à jour le portrait des achats de boissons publié par l'Institut en 2016, et à analyser leur évolution de 2015-2016 à 2020-2021. L'analyse de l'ensemble des boissons permet de suivre les achats de boissons de moindre valeur nutritive, comme les boissons sucrées, et de les comparer à ceux des boissons alternatives possédant une meilleure valeur nutritive.

Il a été élaboré à la demande du Sous-ministériat à la prévention et santé publique du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS), puisque la consommation de boissons sucrées est un enjeu de santé publique important qui a d'ailleurs justifié l'adoption du Plan d'action pour réduire la consommation de boissons sucrées et promouvoir l'eau.

Le présent rapport s'adresse aux professionnels du Sous-ministériat à la prévention et santé publique du MSSS.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	IV
LISTE DES FIGURES	V
LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES	VI
FAITS SAILLANTS	1
SOMMAIRE	2
1 INTRODUCTION	5
2 OBJECTIFS	7
3 MÉTHODOLOGIE	8
3.1 Bases de données.....	8
3.2 Ajustements apportés aux bases de données.....	9
3.2.1 Réorganisation des classes et sous-classes de boissons en catégories.....	10
3.2.2 Regroupement des boissons selon la valeur nutritive	11
3.2.3 Indicateurs utilisés.....	14
3.3 Analyses réalisées.....	15
3.3.1 Ajustements préalables aux analyses.....	15
3.4 Révision par les pairs.....	15
4 RÉSULTATS : ACHATS DE BOISSONS AU QUÉBEC	16
4.1 Achats de boissons en 2020-2021	16
4.1.1 Répartition des boissons achetées au Québec en 2020-2021 selon les douze catégories de boissons et selon le réseau d'approvisionnement.....	16
4.1.2 Volume d'achats par habitant en 2020-2021.....	19
4.1.3 Ventes totales et prix moyen en 2020-2021	21
4.2 Évolution des achats de boissons réalisés en supermarchés et magasins grande surface de 2015-2016 à 2020-2021	23
4.2.1 Évolution de la répartition des boissons achetées au Québec de 2015-2016 à 2020-2021	23
4.2.2 Évolution du volume d'achats de 2015-2016 à 2020-2021	24
4.2.3 Évolution des ventes totales et du prix moyen de 2015-2016 à 2020-2021.....	25
5 DISCUSSION	27
5.1 Principaux constats.....	27

5.1.1	Principaux constats pour l'objectif 1 : décrire les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec selon leur valeur nutritive pour l'année 2020-2021.....	27
5.1.2	Principaux constats pour l'objectif 2 : évolution de 2015-2016 à 2020-2021 dans les supermarchés et magasins grande surface.....	29
5.2	Pandémie de la COVID-19	31
5.3	Forces et limites des données, de la méthode et des analyses	31
6	CONCLUSION.....	33
7	RÉFÉRENCES.....	34
ANNEXE 1	COMPLÉMENTS À LA MÉTHODE	37
ANNEXE 2	FICHES DES NOUVEAUX INDICATEURS	40
ANNEXE 3	RÉSULTATS SUPPLÉMENTAIRES.....	46

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Magasins inclus dans chaque réseau de la base de données	9
Tableau 2	Liste des catégories des boissons	10
Tableau 3	Regroupement des boissons selon la valeur nutritive pour les analyses.....	13
Tableau 4	Répartition des volumes d'achats des cinq boissons à limiter les plus achetées selon le réseau d'approvisionnement au Québec en 2020-2021.....	19
Tableau 5	Prix moyen par litre par boisson et par réseau d'approvisionnement, pour les achats des boissons à limiter au Québec en 2020-2021	23
Tableau 6	Variations du volume d'achats en litres par habitant pour chaque catégorie de boissons dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec de 2015-2016 à 2020-2021.....	25
Tableau 7	Prix moyen et variation du prix moyen par litre en dollars constants pour chaque catégorie de boissons dans les supermarchés et magasins grande surface de 2015-2016 à 2020-2021 au Québec.....	26
Tableau 8	Classes et sous-classes des bases de données brutes	38
Tableau 9	Réorganisation des classes et sous-classes de boissons en catégories	39
Tableau 10	Proportion des achats des boissons par catégorie de boissons, selon le réseau d'approvisionnement, au Québec en 2020-2021	46

LISTE DES FIGURES

Figure 1	Ajustements apportés aux bases de données.....	9
Figure 2	Répartition des douze catégories de boissons achetées (litres), selon la valeur nutritive, tous réseaux d’approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021	16
Figure 3	Répartition des boissons achetées (litres) selon le réseau d’approvisionnement au Québec en 2020-2021	17
Figure 4	Répartition du volume d’achats par habitant par année pour les douze catégories de boissons, tous réseaux d’approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021	20
Figure 5	Répartition du volume d’achats annuel par habitant selon la valeur nutritive et selon le réseau d’approvisionnement au Québec en 2020-2021	21
Figure 6	Prix moyen par litre des douze catégories de boissons, tous réseaux d’approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021	22
Figure 7	Répartition des boissons achetées (litres) selon la valeur nutritive pour les supermarchés et magasins grande surface au Québec de 2015-2016 à 2020-2021	24
Figure 8	Répartition des boissons achetées (litres) dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec en 2020-2021.....	47
Figure 9	Répartition des boissons achetées (litres) dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec en 2015-2016.....	47

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

INSPQ	Institut national de santé publique du Québec
MAPAQ	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
MSSS	Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec
OMS	Organisation mondiale de la Santé

FAITS SAILLANTS

Les boissons sucrées, première source de sucre dans l'alimentation des Québécois, sont un facteur de risque pour la santé de la population. Ce portrait des achats de boissons sucrées permet une approximation de leur consommation au Québec. Il inclut aussi des boissons non sucrées, qui pourraient les remplacer. Ces informations, complémentaires à celles issues d'enquêtes populationnelles, sont utiles pour soutenir les réflexions et la mise en place de politiques publiques pour favoriser la consommation de boissons de meilleure qualité nutritive.

Douze catégories de boissons ont été analysées. Elles ont été classées en deux catégories mutuellement exclusives selon les recommandations nutritionnelles de Santé Canada : les boissons à privilégier et les boissons à limiter. Les boissons à privilégier, d'un point de vue nutritionnel, sont l'eau plate, les eaux gazeuses et le lait nature. Les boissons à limiter incluent les laits aromatisés, les boissons végétales, les jus de légumes, les jus de fruits 100 % purs, les boissons aux fruits, les boissons gazeuses régulières et diètes, les boissons énergisantes et les boissons au thé ou au café, tandis que les boissons sucrées forment un sous-groupe des boissons à limiter, qui comprend les boissons contenant des sucres libres, c'est-à-dire, les laits aromatisés, les boissons végétales, les jus de fruits 100 % purs, les boissons aux fruits, les boissons gazeuses régulières, les boissons énergisantes et les boissons au thé ou au café. En 2020-2021 :

- L'eau plate et le lait nature constituent près de la moitié des achats de boissons;
- Le prix du lait nature est plus élevé que celui des boissons sucrées les plus achetées, soient les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits;
- Les achats de boissons sucrées s'élèvent à 1,6 l par semaine par personne;
- Les boissons énergisantes sont majoritairement achetées dans les dépanneurs et stations-service;
- Les boissons gazeuses régulières et diètes sont les boissons à limiter les moins chères.

Les analyses de l'évolution des achats de 2015-2016 à 2020-2021 montrent que :

- Il y a peu de différences dans la répartition des achats de boissons entre les deux périodes étudiées;
- Les volumes d'achats de boissons sucrées par habitant ont augmenté de 1,8 l par année de 2015-2016 à 2020-2021.

Les limites des bases de données d'achats alimentaires de NielsenIQ, telles que l'absence d'information nutritionnelle, impliquent que les résultats présentés doivent être interprétés avec prudence. De plus, les données 2020-2021 ont été recueillies pendant la pandémie, ce qui pourrait limiter leur comparabilité avec celles de 2015-2016. Ce portrait fournit des informations utiles pour la mise en place de politiques publiques visant la réduction de la consommation de boissons sucrées, ainsi que l'amélioration de leur qualité nutritive dans le contexte actuel d'une consommation importante de ces boissons au sein de la population.

SOMMAIRE

Introduction

Les boissons sucrées, consommées quotidiennement par plus de la moitié des Québécois, sont un facteur de risque de maladies chroniques. Ces boissons comprennent les boissons contenant du sucre ajouté et les jus de fruits 100 % purs. L'analyse des achats de boissons selon leur valeur nutritive permet de comparer les achats des boissons sucrées à ceux des boissons qui peuvent les remplacer et qui sont de meilleure valeur nutritive. Le suivi des achats de boissons, spécifiquement des boissons sucrées, est complémentaire aux données d'enquêtes nutritionnelles, et peut soutenir les réflexions et la mise en place de politiques publiques pour favoriser la consommation de boissons de meilleure qualité nutritive.

Ce document décrit les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec, selon leur valeur nutritive, pour l'année 2020-2021 dans les supermarchés, les magasins grande surface, les pharmacies, les dépanneurs et stations-service, ainsi que les magasins généraux et clubs entrepôt. Il a aussi pour objectif de décrire l'évolution des volumes d'achats et du prix des boissons au Québec, selon leur valeur nutritive, de 2015-2016 à 2020-2021 dans les supermarchés et magasins grande surface uniquement.

Méthodologie

Les deux bases de données analysées proviennent de la compagnie NielsenIQ. Elles comprennent des données d'achats recueillies par lecture optique des codes-barres lors du passage à la caisse pour 2015-2016 et 2020-2021. Les données ont été réorganisées en douze catégories de boissons selon leur valeur nutritive dans la mesure des informations fournies par les bases de données. Ces catégories ont ensuite été regroupées en deux groupes, les boissons à privilégier et les boissons à limiter, en s'appuyant sur les recommandations nutritionnelles de Santé Canada. Les boissons à privilégier d'un point de vue nutritionnel sont l'eau plate, les eaux gazeuses et le lait nature. Les boissons à limiter incluent les laits aromatisés, les boissons végétales, les jus de légumes, les jus de fruits 100 % purs, les boissons aux fruits, les boissons gazeuses régulières et diètes, les boissons énergisantes, et les boissons au thé ou au café. Les boissons sucrées forment un sous-groupe des boissons à limiter, qui comprend les boissons contenant des sucres libres, c'est-à-dire les laits aromatisés, les boissons végétales, les jus de fruits 100 % purs, les boissons aux fruits, les boissons gazeuses régulières, les boissons énergisantes, et les boissons au thé ou au café. Il est à noter que le classement des catégories de boissons est imparfait à cause du manque d'informations nutritionnelles des bases de données.

Résultats

Les données de 2020-2021 permettent de dégager les principaux constats suivants :

- **L'eau plate et le lait nature constituent près de la moitié des achats de boissons :** l'eau, reconnue comme le premier choix de boissons du point de vue nutritionnel, constitue la boisson la plus achetée. C'est aussi celle qui est la moins dispendieuse (0,39 \$/l) des boissons.

- **Le prix du lait nature est plus élevé que celui des boissons sucrées les plus achetées :** le lait nature (1,97 \$/l) est plus dispendieux que les trois boissons sucrées les plus populaires, c'est-à-dire les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l), les boissons aux fruits (1,63 \$/l) et les jus de fruits 100 % purs (1,79 \$/l). Pour les ménages avec enfants dont le budget alimentaire est restreint, acheter des boissons gazeuses ou du jus de fruits 100 % pur est plus économique qu'acheter du lait nature, qui est de meilleure valeur nutritive et qui contribue à la croissance des enfants.
- **Les achats de boissons sucrées s'élèvent à 1,6 l par semaine par personne :** la consommation d'un tel volume de boissons sucrées est difficilement compatible avec l'atteinte de la recommandation de l'Organisation mondiale de la Santé de consommer moins de 10 % de l'apport énergétique quotidien sous forme de sucres libres.
- **Les boissons énergisantes sont majoritairement achetées dans les dépanneurs et stations-service :** plus du trois quarts des achats de boissons se font dans les supermarchés et magasins grande surface, sauf pour les boissons énergisantes qui sont vendues en majorité (67,6 %) dans les dépanneurs et stations-service. Dans ces commerces, le volume de boissons sucrées achetées par personne est plus élevé que le volume de boissons à privilégier (6,1 l contre 5,8 l, respectivement).
- **Les boissons gazeuses régulières et diètes sont les boissons à limiter les moins chères :** les boissons à limiter les moins chères sont les boissons gazeuses diètes (1,05 \$/l) et les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l). Les boissons sucrées les plus achetées sont aussi parmi celles qui sont les plus abordables, c'est-à-dire les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits. Malgré le fait que seulement 4 % des boissons soient achetées en pharmacies, c'est dans ce réseau que les boissons gazeuses diètes (0,79 \$/l) et régulières (0,87 \$/l) sont les moins chères.

En ce qui concerne les données sur l'évolution :

- **Il y a peu de différences dans la répartition des achats de boissons entre les deux périodes étudiées :** la proportion de boissons à privilégier est légèrement supérieure, de 2,1 points de pourcentage, à celle des boissons à limiter en 2020-2021, tandis que les proportions de ces boissons étaient égales en 2015-2016.
- **Les volumes d'achats de boissons sucrées par habitant ont augmenté de 1,8 l par année de 2015-2016 à 2020-2021 :** cette augmentation est majoritairement attribuable aux boissons gazeuses régulières, aux boissons au thé et aux boissons végétales, dont les volumes par habitant ont augmenté au cours de la période. Par contre, les boissons gazeuses diètes, les jus de fruits 100 % purs et les laits aromatisés ont connu des baisses conséquentes des volumes d'achats par personne de 2015-2016 à 2020-2021.

Discussion

En 2020-2021, les boissons à limiter constituent presque la moitié des achats de boissons (47,8 %). L'eau plate constitue la boisson la plus achetée et la moins dispendieuse (0,39 \$/l) de toutes les boissons. Toutefois, l'achat d'eau en bouteille de plastique a un impact environnemental non négligeable et les messages favorisant la consommation d'eau du robinet devraient être répétés.

Les données d'achats alimentaires permettent une vision plus globale de l'alimentation de la population par rapport aux données d'enquêtes populationnelles, et sont exemptes de biais de désirabilité sociale et de mémoire. Cependant, la couverture des achats alimentaires demeure partielle, puisque les commerces qui ne sont pas sous bannière, les petits commerces et les commerces spécialisés ne sont pas inclus dans les bases de données. De plus, les données de 2020-2021 ont été recueillies pendant la pandémie, ce qui pourrait limiter leur comparabilité avec celles de 2015-2016. Pour les données d'évolution, la couverture des commerces se limite aux supermarchés et magasins grande surface. Finalement, le classement des catégories de boissons est imparfait à cause du manque d'informations nutritionnelles des bases de données.

Conclusion

Les achats de boissons à faible valeur nutritive demeurent élevés au Québec, et les données du présent rapport suggèrent une légère augmentation des achats de boissons sucrées par habitant de 2015-2016 à 2020-2021. Les boissons à faible valeur nutritive les plus achetées sont les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits. En 2020-2021, un litre de lait est plus cher que les trois boissons sucrées les plus achetées. Ces boissons demeurent donc des choix attrayants sur le plan économique, à cause de leur faible prix.

Ce portrait pourra servir à orienter et soutenir les réflexions sur la mise en place de politiques publiques au Québec pour favoriser la consommation d'eau, réduire la consommation de boissons sucrées, et améliorer la qualité nutritive des boissons achetées dans le contexte actuel d'une consommation importante de boissons sucrées au sein de la population. Cette dernière action serait, bien entendu, complémentaire à celles visant à réduire la consommation de boissons sucrées par la population.

1 INTRODUCTION

La consommation de boissons sucrées¹, la première source de sucre dans l'alimentation des Québécois (Plante *et al.*, 2020), est associée au développement de maladies cardiovasculaires, de diabète de type 2 et à l'obésité (Imamura *et al.*, 2015; Makarem *et al.*, 2018; Malik *et al.*, 2013). Pour cette raison, le Québec s'est doté, en 2019, d'un Plan d'action pour réduire la consommation de boissons sucrées et promouvoir l'eau, ci-après nommé Plan d'action. L'eau du robinet est la boisson de premier choix pour s'hydrater (Gouvernement du Québec, 2024; Santé Canada, 2022a). Le Guide alimentaire canadien recommande de privilégier l'eau, et de limiter les boissons qui contiennent une grande quantité de calories, de sodium, de sucres et de gras saturés (Santé Canada, 2022a).

D'autre part, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) recommande de réduire la consommation de sucres libres pour améliorer la santé de la population (OMS, 2015). Les sucres libres correspondent aux sucres ajoutés aux aliments et aux boissons, ainsi que les sucres naturellement présents dans les jus de fruits 100 % purs, les sirops et le miel (OMS, 2015). Aussi, des recommandations conditionnelles² de l'OMS de 2023 (OMS, 2023) suggèrent de ne pas utiliser les succédanés de sucre pour la réduction des maladies chroniques ou pour le maintien du poids corporel. D'un point de vue de la santé, les boissons contenant des succédanés de sucre ne seraient donc pas des substituts intéressants aux boissons contenant des sucres libres à cause d'effets néfastes potentiels liés à leur utilisation à long terme, tel que le risque accru de diabète de type 2, de maladies cardiovasculaires et de mortalité chez les adultes (OMS, 2023).

Les données sur la consommation de boissons (Plante *et al.*, 2020) montrent qu'au cours d'une journée, 90 % des Québécois de 2 ans et plus avaient bu de l'eau, et que 65 % avaient consommé des boissons sucrées. Plus précisément, 40 % avaient consommé des boissons avec du sucre ajouté, et 41 % avaient consommé des jus de fruits 100 % purs (Plante *et al.*, 2020).

Le suivi de la consommation et des achats d'aliments et de boissons contenant des sucres libres, des succédanés de sucre ou ayant des teneurs élevées en sodium est indiqué à cause de leurs effets sur la santé de la population. Documenter leur prix est aussi judicieux, puisque ce dernier est un déterminant central des achats alimentaires (Andreyeva *et al.*, 2022). Enfin, le suivi des boissons contenant des sucres libres et des succédanés de sucre est nécessaire afin de pouvoir observer l'évolution de leur consommation en lien avec les actions du Plan d'action.

¹ Le terme boissons sucrées inclut les boissons avec sucres ajoutés et les jus de fruits 100 % purs, tel que défini par le Guide alimentaire canadien (Santé Canada, 2020).

² Selon les processus de l'OMS pour l'élaboration des lignes directrices, cette recommandation est conditionnelle, car le comité d'experts juge que le lien observé dans les données probantes entre l'utilisation de succédanés de sucre et les maladies peut être biaisé par les caractéristiques initiales des participants à l'étude et par des schémas complexes d'utilisation de ces produits. Cela implique que les décisions fondées sur cette recommandation devraient être prises à la lumière des contextes nationaux spécifiques, notamment en fonction de l'ampleur de la consommation selon les groupes d'âge.

En 2016, l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) a réalisé un portrait des achats des boissons au Québec (Plamondon *et al.*, 2016), qui a été produit à partir d'une base de données d'achats alimentaires compilée par la compagnie NielsenIQ à des fins de marketing. Ces données permettent de caractériser l'alimentation de la population, dans le cas présent, par le biais des achats de boissons. L'analyse de l'ensemble des boissons permet d'observer les achats de boissons de moindre valeur nutritive et de les comparer à ceux des boissons qui peuvent leur substituer et qui sont de meilleure valeur nutritive. À la différence des enquêtes populationnelles qui utilisent un échantillon de personnes représentatif de la population, les données d'achats représentent l'ensemble des boissons achetées dans les commerces participants dans une région géographique donnée, et peuvent être utilisées pour apprécier l'alimentation de la population (Paquette *et al.*, 2016).

Relativement peu d'études utilisent des bases de données d'achats alimentaires commerciales, issues de firmes de marketing, afin de qualifier l'alimentation de la population ou d'un groupe de la population (Brimblecombe *et al.*, 2013, 2019; Wycherley *et al.*, 2019). En raison du manque d'écrits scientifiques sur ce sujet pointu, l'INSPQ a produit, en 2016, un cadre de référence qui présente l'élaboration d'indicateurs d'achats alimentaires et leurs limites (Paquette *et al.*, 2016). Ce cadre de référence conclut que les indicateurs élaborés à partir de données d'achats alimentaires sont complémentaires aux enquêtes populationnelles, et peuvent être utilisés pour orienter les actions de santé publique en alimentation.

Le présent rapport vise à caractériser les indicateurs liés aux volumes d'achats et au prix des boissons selon leur valeur nutritive, ainsi qu'à mettre à jour les données du portrait de 2016. En plus de documenter la situation actuelle, le rapport permettra d'analyser l'évolution dans le temps des achats de ces boissons.

2 OBJECTIFS

Ce rapport de recherche vise à caractériser les achats de boissons par la population québécoise. Il porte sur l'ensemble des boissons afin de dégager des tendances quant aux achats de boissons selon leur valeur nutritive, et ce, en portant une attention particulière aux boissons sucrées, ainsi qu'à analyser leur prix.

Il a pour objectifs de :

1. Décrire les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec pour l'année 2020-2021, selon leur valeur nutritive et selon les lieux d'achats (supermarchés, magasins grande surface, pharmacies, dépanneurs et stations-service, magasins généraux et clubs entrepôt);
2. Décrire l'évolution des volumes d'achats et du prix des boissons de 2015-2016 à 2020-2021 au Québec, selon leur valeur nutritive, dans les supermarchés et magasins grande surface.

Ce rapport de recherche permettra ainsi d'identifier les éléments suivants : les boissons sucrées les plus vendues au Québec; comparer le prix d'achat selon la valeur nutritive des boissons; déterminer les boissons sucrées les plus achetées selon chaque réseau d'approvisionnement; estimer les volumes d'achats de boissons par habitant; estimer l'évolution des achats moyens de boissons par habitant selon les deux périodes étudiées.

3 MÉTHODOLOGIE

Cette section décrit les bases de données employées, les ajustements qui leur ont été apportés, les indicateurs utilisés, ainsi que les analyses réalisées. La méthodologie est basée sur celle utilisée pour le portrait des achats de boissons de 2016 (Plamondon *et al.*, 2016). Elle a été adaptée par l'équipe projet, qui a approuvé la méthode choisie. Un comité scientifique a aussi été mis en place pour le projet et a été consulté pour commenter la méthode utilisée. Il a d'ailleurs proposé des solutions à certains enjeux méthodologiques soulevés par l'équipe projet.

3.1 Bases de données

Informations générales

Deux bases de données, achetées de la compagnie NielsenIQ, ont été analysées pour produire ce rapport de recherche. La première base de données inclut les achats alimentaires de boissons pour l'année 2015-2016, et la seconde, pour l'année 2020-2021. Bien que l'année 2020-2021 ne soit pas idéale à cause de la COVID-19, c'était la base de données qui était disponible au moment du transfert des données par NielsenIQ. La base de données de 2015-2016 a été utilisée dans un précédent rapport (Plamondon *et al.*, 2016) et pour les analyses d'évolution du présent rapport (objectif 2), tandis que la base de données de 2020-2021 a été utilisée pour répondre aux objectifs 1 et 2 du présent rapport.

Ces bases de données comprennent des données d'achats alimentaires collectées aux points de vente par lecture optique des codes-barres lors du passage à la caisse dans des commerces au détail au Québec. Dans ce projet, les données analysées sont les achats en dollars et les quantités vendues pour chaque catégorie de boissons, agrégées pour 52 semaines pour la province. Pour 2015-2016, la base de données inclut les achats du 5 avril 2015 au 2 avril 2016, tandis que pour 2020-2021, la base de données inclut les achats du 24 mai 2020 au 22 mai 2021.

Segmentation en catégories

Les bases de données de NielsenIQ sont produites à des fins de marketing. Elles ne sont pas conçues pour suivre les achats alimentaires dans une perspective de santé publique. Les bases de données analysées contiennent des données pour 15 classes et 25 sous-classes de boissons (annexe 1, tableau 8).

Lieux d'approvisionnement

La base de données de 2015-2016 portait uniquement sur les achats effectués dans les supermarchés et magasins grande surface. Or, il y a un intérêt en santé publique d'examiner les achats qui sont faits dans d'autres lieux d'approvisionnement. La base de données de 2020-2021, contrairement à celle de 2015-2016, contient des données pour les quatre regroupements de magasins disponibles chez NielsenIQ, ci-après nommés « réseaux ».

Ces quatre réseaux sont les suivants : 1) supermarchés et magasins grande surface, 2) pharmacies, 3) dépanneurs et stations-service, et 4) magasins généraux et clubs entrepôts. Une description des magasins inclus pour chaque réseau est fournie au tableau 1.

Tableau 1 Magasins inclus dans chaque réseau de la base de données

Réseaux	Commerces inclus par NielsenIQ
Supermarchés et magasins grande surface	Les supermarchés appartiennent à l'une des trois bannières présentes au Québec, soient Loblaws, Sobeyes et Metro, tels que les supermarchés IGA, Provigo, Super C, Maxi. Pour être inclus, un commerce devait avoir des ventes annuelles totales de plus de 150 M\$. Les magasins à grande surface incluent Walmart, Target et Zellers.
Pharmacies	Les pharmacies avec des ventes annuelles totales de plus de 1 M\$ sont incluses sans égard au fait que la pharmacie fasse partie d'une franchise ou non.
Dépanneurs et stations-service	Les dépanneurs sont définis comme des commerces traditionnellement ouverts durant de plus longues heures, et axés sur les aliments prêts-à-servir, tels que les grignotines et les sandwiches. La base de données inclut les dépanneurs appartenant à une bannière de dépanneurs, ainsi que les dépanneurs associés aux stations-service. Les dépanneurs indépendants ne sont pas inclus dans la base de données.
Magasins généraux et clubs entrepôt	Les magasins généraux sont des détaillants qui vendent une variété de produits, y compris des articles d'épicerie, comme Tigre géant. Les clubs entrepôt sont des magasins de détail où les produits sont principalement vendus en vrac ou en grandes quantités, notamment Costco.

3.2 Ajustements apportés aux bases de données

Comme mentionné précédemment, les bases de données doivent être ajustées pour le calcul des indicateurs. Notamment, les boissons ont été regroupées en catégories, et ensuite classées selon leur valeur nutritive (figure 1).

Figure 1 Ajustements apportés aux bases de données



3.2.1 Réorganisation des classes et sous-classes de boissons en catégories

Les classes et sous-classes de boissons, telles que définies par NielsenIQ (annexe 1, tableau 8), ont été réorganisées en catégories de boissons pour l'analyse en se basant sur les catégories qui avaient été définies pour les analyses du précédent rapport (Plamondon et Paquette, 2017). Le tableau 9 à l'annexe 1 décrit ce regroupement.

Le lait en poudre, les mélanges à boissons aromatisées, ainsi que les smoothies surgelés n'ont pas été retenus dans les analyses du présent rapport, puisqu'ils n'apparaissent pas comme des boissons prêtes à consommer dans les bases de données utilisées. Par contre, les boissons concentrées surgelées ont été incluses dans les analyses à la suite d'un calcul pour prendre en compte leur reconstitution (pour plus de détail, voir la section 3.3.1).

Le tableau 2 présente la liste des douze catégories de boissons, leur présence ou non dans les bases de données de 2015-2016 et de 2020-2021, de même que la description des boissons incluses dans chaque catégorie.

Tableau 2 Liste des catégories des boissons

Catégories	2015-2016	2020-2021	Description
Eau plate	X	X	Eau plate embouteillée, y compris les eaux plates avec du sucre ajouté ou succédanés de sucre. Les grands formats de 18 l et plus pour utilisation dans les refroidisseurs d'eau et vendus dans les magasins inclus dans la base de données sont inclus.
Eaux gazeuses	X	X	Eaux gazeuses avec ou sans arômes, p. ex. citron, incluant les eaux gazeuses avec sucre ou succédanés de sucre.
Lait nature	X	X	Lait nature sous forme liquide réfrigérée et non réfrigéré, de teneur variable en matières grasses.
Laits aromatisés	X	X	Laits additionnés de sucre et d'arômes, p. ex. lait au chocolat, sous forme liquide, réfrigérée et non réfrigéré.
Boissons végétales	X	X	Boissons végétales de soya, de riz, d'avoine, d'amande et eau de coco, nature ou aromatisées.
Jus de légumes	X	X	Jus de légumes, incluant le jus de tomate et les cocktails aux fruits de mer.
Jus de fruits 100 % purs	X	X	Jus de fruits purs à 100 %, sans sucre ajouté, vendus sous forme prêts-à-boire réfrigérés et non réfrigérés, ainsi que sous forme concentrée surgelée à reconstituer.

Tableau 2 Liste des catégories des boissons (suite)

Catégories	2015-2016	2020-2021	Description
Boissons aux fruits	X	X	Boissons aromatisées aux fruits, incluant les boissons pour sportifs, vendues sous forme prêtes-à-boire réfrigérées et non réfrigérées, ainsi que sous forme concentrée surgelée à reconstituer. La base de données de 2015-2016 inclut les thés glacés dans cette catégorie.
Boissons gazeuses régulières	X	X	Boissons gazéifiées additionnées de sucre et d'arômes.
Boissons gazeuses diètes	X	X	Boissons gazéifiées additionnées d'un succédané de sucre et d'arômes.
Boissons énergisantes	X	X	Boissons gazéifiées vendues comme ayant un effet énergisant, excluant les boissons pour sportifs.
Boissons au thé ou au café (catégorie utilisée pour les analyses de l'objectif 1)		X	Boissons à base de thé et de café additionnées de sucre, d'arômes, de succédanés de sucre et parfois de lait ou de boissons végétales, vendues sous formes prêtes-à-boire.
Boissons au thé (catégorie utilisée pour les analyses de l'objectif 2)	X	X	Boissons à base de thé additionnées de sucre, d'arômes, de succédanés de sucre et parfois de lait ou de boissons végétales, vendues sous formes prêtes-à-boire.

3.2.2 Regroupement des boissons selon la valeur nutritive

Les douze catégories de boissons précédentes ont été regroupées en deux groupes mutuellement exclusifs en se basant sur les recommandations de Santé Canada (Santé Canada, 2011, 2020, 2022a, 2022b, 2022c) afin d'analyser les achats de boissons selon leur valeur nutritive. Il est à noter que le regroupement des boissons s'est fait en se basant uniquement sur des critères nutritionnels, et que d'autres éléments, tels que des considérations environnementales, n'ont pas été pris en compte.

Un premier groupe de boissons, nommé les **boissons à privilégier**, comprend l'eau, qui est la boisson reconnue comme le premier choix de boissons du point de vue nutritionnel, et les boissons à haute valeur nutritive ne contenant pas de sucres libres ni de succédanés de sucre, et qui ont de faibles teneurs en sodium. Un second groupe de boissons, les **boissons à limiter**, se composent des boissons contenant des sucres libres ou des succédanés de sucre, ou qui ont des teneurs élevées en sodium. Les **boissons sucrées** sont un sous-groupe des boissons à limiter, et incluent uniquement les boissons contenant des sucres libres. La classification des boissons a été strictement basée sur des critères nutritionnels (Santé Canada, 2022a, 2022b, 2022c).

Les bases de données de NielsenIQ ne contiennent pas d'information sur la valeur nutritive des boissons. Toutefois, certaines classes de boissons fournies par NielsenIQ sont segmentées en sous-classes, permettant un triage des boissons de valeurs nutritives similaires (annexe 1, tableau 8). Par exemple, pour le lait, les sous-classes de la base de données permettent de trier

les laits selon leur contenu en sucres libres : lait nature contre laits aromatisés (au chocolat, aux bananes, etc.).

Cependant, pour les sept catégories de boissons suivantes : l'eau plate, les eaux gazeuses, les boissons végétales, les jus de légumes, les boissons aux fruits, les boissons énergisantes et les boissons au thé ou au café, des douze catégories précédentes, il n'est pas possible d'isoler les boissons qui contiennent des sucres libres, des succédanés de sucre ou qui contiennent des teneurs élevées en sodium à partir des informations des bases de données. Le classement de ces catégories en boissons à privilégier, à limiter ou sucrées doit donc être basé sur d'autres informations.

Par conséquent, trois stratégies ont été mises en place pour pallier cette limite des bases de données afin de classer ces sept catégories de boissons selon les étapes suivantes :

1) examiner le nom des boissons incluses dans chaque catégorie d'un fichier fourni par NielsenIQ, 2) examiner l'offre de produits au cours de visites en supermarchés et dans des dépanneurs, et 3) chercher des informations supplémentaires dans la littérature grise et les rapports de l'industrie des boissons. Pour chaque stratégie, l'idée était d'examiner quelle proportion de l'offre est constituée de boissons contenant des sucres libres, des succédanés de sucre ou du sodium ajouté. Notons toutefois que ces stratégies sont basées sur l'appréciation de la valeur nutritive de l'offre de produits disponibles en magasins et non la valeur nutritive des produits réellement achetés par les consommateurs. Aussi, ces stratégies qui visent à qualifier l'offre ne permettent pas d'identifier quelles boissons sont les plus achetées. Par exemple, il est possible que l'offre d'eaux gazeuses soit majoritairement des produits sans sucre ajouté, mais que les produits les plus achetés soient des eaux gazeuses sucrées.

À la suite de la collecte de ces informations, si l'offre de boissons sans sucre libre, sans succédanés de sucre ou à faibles teneurs en sodium a été jugée majoritaire, la catégorie a été classée comme boisson à privilégier. Au contraire, si l'offre de boissons a été jugée comme comprenant majoritairement des produits contenant des sucres libres, des succédanés de sucre ou à teneurs élevées en sodium, cette catégorie de boissons a été classée dans les boissons à limiter. Finalement, si l'offre de boissons incluait majoritairement des produits contenant des sucres libres, elle a aussi été classée comme boissons sucrées.

À la suite de l'application de ces trois stratégies, l'eau plate et les eaux gazeuses ont été classées comme des boissons à privilégier, tandis que les jus de légumes ont été classés comme des boissons à limiter. Les boissons aux fruits, les boissons énergisantes et les boissons au thé ou au café ont, quant à elles, été classées comme des boissons sucrées. Pour ces six catégories de boissons, les informations recueillies par les stratégies utilisées étaient concordantes, ce qui n'est pas le cas pour les boissons végétales. Il est possible de consulter l'annexe 1 pour le détail des vérifications supplémentaires qui ont été faites pour ces boissons afin de les regrouper avec les boissons à limiter et comme boissons sucrées.

Le tableau 3 présente le regroupement des douze catégories de boissons analysées en deux groupes : les boissons à privilégier et les boissons à limiter. Les boissons sucrées, un sous-groupe des boissons à limiter, sont identifiées par un astérisque dans ce tableau.

Tableau 3 Regroupement des boissons selon la valeur nutritive pour les analyses

Boissons à privilégier d'un point de vue nutritionnel	Boissons à limiter (* Boissons sucrées)
<ul style="list-style-type: none"> • Eau plate • Eaux gazeuses • Lait nature 	<ul style="list-style-type: none"> • Laits aromatisés* • Boissons végétales* • Jus de fruits purs* • Boissons aux fruits* • Boissons énergisantes* • Boissons au thé ou au café* • Boissons gazeuses régulières* • Boissons gazeuses diètes • Jus de légumes

Le regroupement des boissons utilisé pour les analyses du présent rapport ne représente pas des recommandations pour les consommateurs. Par exemple, même s'ils sont classés comme des boissons à limiter, certains jus de légumes ont de faibles teneurs en sodium, et sont donc plus intéressants d'un point de vue nutritionnel. C'est aussi le cas pour certaines boissons végétales qui sont enrichies et ne contiennent pas de sucre ajouté.

Il est important de noter que le contenu de chaque classe de boissons fournie par NielsenIQ varie dans le temps, même si elle conserve le même nom. Ces changements dans le contenu de chaque classe découlent de fluctuations du marché, c'est-à-dire de changements dans l'offre de boissons, à chaque année de collecte. Notamment, de nouvelles boissons peuvent s'ajouter dans une classe et d'autres boissons peuvent être retirées du marché, ce qui a pour conséquence que les boissons incluses dans une catégorie donnée de 2015-2016 ne sont pas identiques aux boissons de la même catégorie pour 2020-2021. De plus, les boissons les plus vendues d'une classe en 2015-2016 ne sont peut-être plus les mêmes en 2020-2021. Le même phénomène s'applique aussi aux formats des boissons; ces derniers peuvent varier dans le temps, ainsi que leur popularité, ce qui se reflèterait dans les variations des volumes d'achats et de prix, puisque les grands formats sont souvent moins chers que les petits formats pour un même volume.

3.2.3 Indicateurs utilisés

Les indicateurs utilisés pour les analyses du présent rapport sont sensiblement les mêmes que ceux utilisés lors du précédent rapport sur les achats de boissons paru en 2016 (Plamondon *et al.*, 2016). Leur calcul est détaillé dans la Fiche des indicateurs publiée en même temps que le rapport (Durette *et al.*, 2016)

(https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2170_boissons_non_alcoolisees_supermarches_magasins_grande_surface_fiche_indicateurs.pdf). Ces indicateurs sont les suivants :

- La répartition du volume d'achats de boissons (selon la catégorie de boissons et selon la valeur nutritive);
- Le volume d'achats par habitant (selon la catégorie de boissons et selon la valeur nutritive); et
- Le prix moyen par litre de boissons.

Pour ce qui est de l'indicateur du prix moyen par litre, il est calculé en prenant les volumes d'achats annuels en dollars pour chaque catégorie de boissons, divisés par le nombre de litres annuels achetés dans cette catégorie. Ainsi, il représente le montant moyen déboursé par litre pour une boisson donnée, et prend donc en compte les rabais et promotions sur les boissons.

Outre les indicateurs existants, quelques nouveaux indicateurs ont été élaborés afin d'analyser les données selon le réseau d'approvisionnement. Les fiches qui décrivent leur calcul se retrouvent à l'annexe 2. Les nouveaux indicateurs comprennent :

- La répartition du volume d'achats de boissons selon le réseau d'approvisionnement (selon la catégorie de boissons et selon la valeur nutritive);
- Le nombre de litres de boissons achetées selon la valeur nutritive par réseau d'approvisionnement;
- Les boissons à limiter les plus achetées par réseau d'approvisionnement en volume d'achats;
- Le volume d'achats de boissons par habitant selon la valeur nutritive par réseau; et
- Le prix moyen par litre des boissons par réseau.

Le calcul du nombre de litres achetés de boissons par habitant à l'échelle de la province est basé sur les estimations de la population, qui proviennent des données de l'Institut de la statistique du Québec (Institut de la statistique du Québec, 2023).

Finalement, les données d'évolution des achats de boissons n'incluent qu'un seul réseau, soit les supermarchés et magasins grande surface, puisque la base de données de NielsenIQ de 2015-2016 n'incluait que ce réseau de commerces. De 2015-2016 à 2020-2021, le nombre de supermarchés et magasins grande surface a augmenté de 14 %, passant de 854 à 977 magasins. Notons que cette augmentation n'a pas d'influence sur les indicateurs du prix des boissons. Toutefois, l'augmentation du nombre de magasins ne permet pas de comparer directement les volumes d'achats entre les deux périodes.

3.3 Analyses réalisées

Les analyses basées sur les indicateurs détaillés à la section précédente sont de nature descriptive. Aucune analyse statistique inférentielle n'a donc été menée sur les données d'achats alimentaires, puisque les bases de données NielsenIQ représentent l'entièreté des commerces des quatre réseaux et non un échantillon de ces derniers.

3.3.1 Ajustements préalables aux analyses

Préalablement aux analyses, les boissons sous forme surgelée ont dû être reconstituées afin d'inclure un volume final incluant l'eau. Un volume d'eau représentant trois fois la quantité initiale de la boisson surgelée a été ajouté pour le calcul des indicateurs. Par exemple, on a multiplié par quatre le volume de jus d'orange surgelé, vendu en boîte de 300 ml, et utilisé un volume de 1,2 l dans les analyses.

Finalement, pour la comparaison des prix par litre des boissons de 2015-2016 à 2020-2021, pour l'objectif 2, les prix de 2015-2016 ont été majorés pour tenir compte de l'inflation selon les taux spécifiques de l'indice des prix à la consommation pour le lait nature, l'eau plate et les boissons non alcoolisées (Statistiques Canada, 2024).

3.4 Révision par les pairs

La relecture par des pairs externes à l'équipe projet vise à améliorer la qualité des productions scientifiques de l'INSPQ, et à évaluer la justesse et la pertinence de leur contenu. Pour répondre à ces exigences institutionnelles (Robert et Déry, 2020), trois experts en alimentation, dont deux du milieu universitaire possédant une connaissance de l'utilisation des données d'achats alimentaires, ont examiné et commenté cette publication en utilisant une grille de lecture conçue à cet effet. Ces exigences sont prévues dans le cadre de révision externe de l'INSPQ (Robert et Déry, 2020). Tous les commentaires ont ensuite été rassemblés, pris en compte et discutés par l'autrice avec des membres de son équipe afin de décider de leur intégration et, le cas échéant, d'apporter les corrections ou précisions suggérées.

4 RÉSULTATS : ACHATS DE BOISSONS AU QUÉBEC

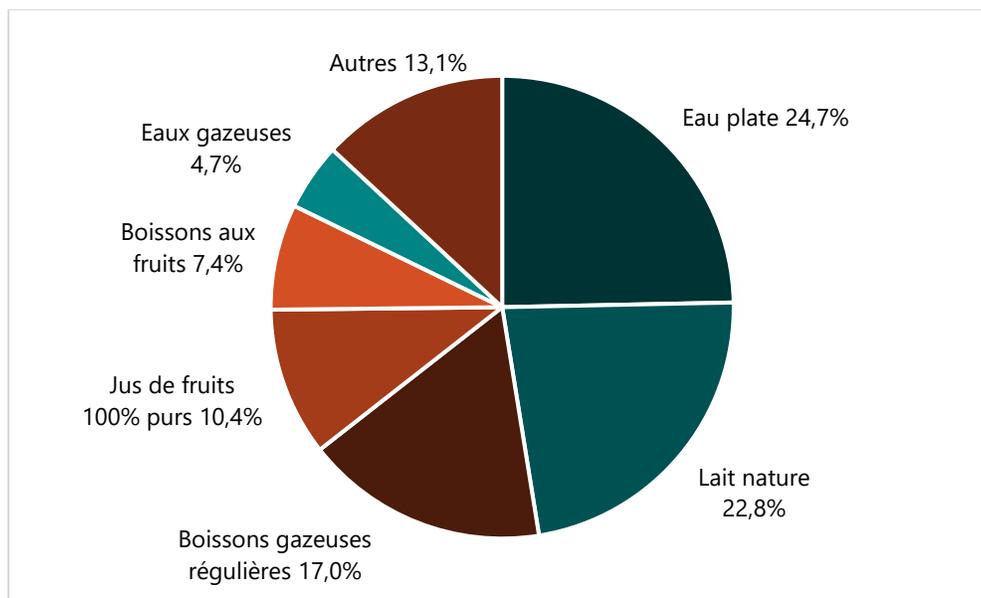
Les sections qui suivent présentent les résultats des analyses portant sur les bases de données d'achats alimentaires. Les résultats traitent d'abord des achats de boissons de 2020-2021 pour l'ensemble de la province (objectif 1) : la répartition selon les douze catégories de boissons, selon la valeur nutritive et selon le réseau d'approvisionnement des achats, les volumes d'achats, les boissons les plus achetées, ainsi que les ventes totales et le prix. L'évolution des achats de 2015-2016 à 2020-2021 est ensuite présentée pour l'ensemble du Québec (objectif 2) : la répartition selon la valeur nutritive et selon les douze catégories de boissons des achats, les volumes d'achats et le prix. Rappelons que les données d'évolution sont disponibles uniquement pour le réseau des supermarchés et magasins grande surface.

4.1 Achats de boissons en 2020-2021

4.1.1 Répartition des boissons achetées au Québec en 2020-2021 selon les douze catégories de boissons et selon le réseau d'approvisionnement

La figure 2 présente la répartition des volumes d'achats des douze catégories de boissons étudiées pour l'année 2020-2021 selon le nombre de litres achetés annuellement, et ce, pour tous réseaux d'approvisionnement confondus.

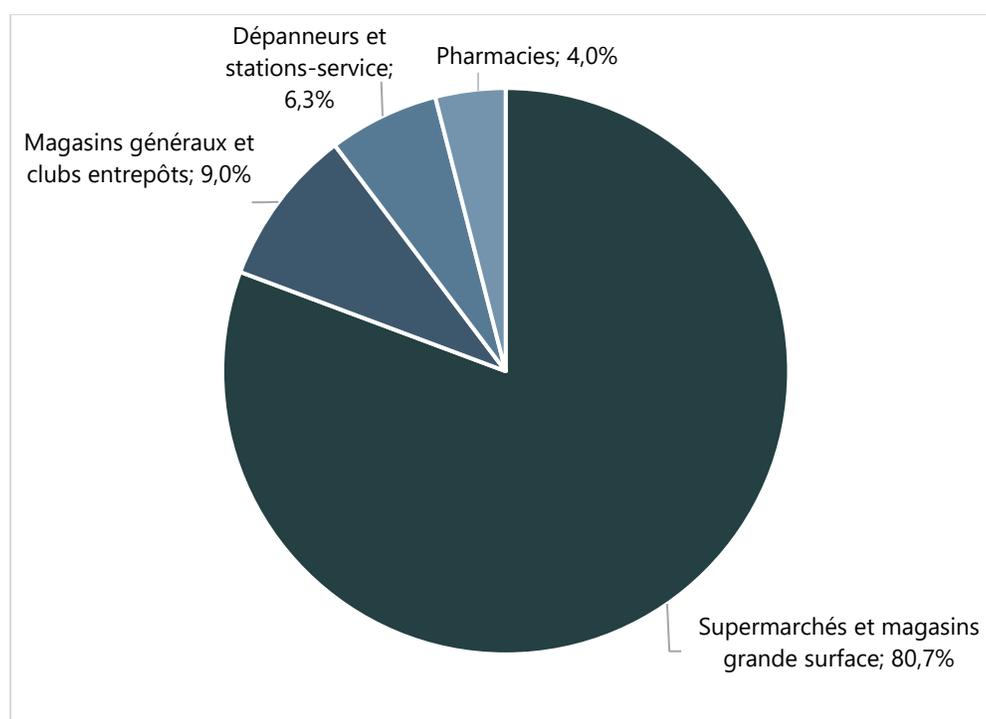
Figure 2 Répartition des douze catégories de boissons achetées (litres), selon la valeur nutritive, tous réseaux d'approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021



En 2020-2021, l'eau plate est la boisson la plus achetée (24,7 %), suivie de près par le lait nature (22,8 %). Ces deux boissons représentent près de la moitié des boissons achetées (47,5 %). Dans la figure, une teinte de couleur différente a été choisie pour les boissons regroupées selon la valeur nutritive. Ainsi, les boissons à privilégier sont représentées dans les teintes de turquoise (24,7 %, 22,8 % et 4,7 %), et celles à limiter ou sucrées sont représentées dans les teintes de marron (17,0 %, 10,4 %, 7,4 % et 13,1 %). Outre l'eau plate et le lait nature, les autres boissons les plus achetées en volume sont, en ordre décroissant, les boissons gazeuses régulières (17,0 %), les jus de fruits 100 % purs (10,4 %), les boissons aux fruits (7,4 %), et les eaux gazeuses (4,7 %). Dans la catégorie des Autres boissons (13,1 %), on retrouve, en ordre décroissant (données non présentées dans la figure), les boissons gazeuses diètes (4,6 %), les boissons végétales (2,4 %), les boissons au thé ou au café (1,7 %), les jus de légumes (1,6 %), les laits aromatisés (1,4 %) et les boissons énergisantes (1,4 %). Enfin, on observe que les achats de boissons à privilégier représentent 52,2 % des achats en volume, les boissons à limiter 47,9 % des achats et les boissons sucrées 41,6 % des achats au Québec en 2020-2021.

La figure 3 présente la répartition des boissons achetées au Québec en 2020-2021 selon les quatre réseaux d'approvisionnement considérés dans les analyses.

Figure 3 Répartition des boissons achetées (litres) selon le réseau d'approvisionnement au Québec en 2020-2021



Tel qu'illustré, les supermarchés et magasins grande surface sont la principale source d'approvisionnement pour les boissons au Québec en 2020-2021. En effet, 80,7 % des achats de boissons sont faits dans ces commerces. Une faible proportion d'achats sont faits dans les magasins généraux et clubs entrepôt (9,0 %), dans les dépanneurs et stations-service (6,3 %) et dans les pharmacies (4,0 %).

Les données montrent très peu de différences dans les achats de boissons à privilégier ou à limiter selon les lieux d'approvisionnement (annexe 3, tableau 10). Toutes les boissons, sauf les boissons énergisantes, sont achetées en très grande majorité dans les supermarchés et magasins grande surface. En effet, seulement 24,9 % des achats de boissons énergisantes sont faits en supermarchés et magasins grande surface. Les boissons énergisantes sont plutôt achetées (67,6 %) dans les dépanneurs et stations-service.

Lors des analyses par réseaux d'approvisionnement, il est possible d'observer les boissons à limiter qui sont les plus achetées, et ce, pour chaque réseau d'approvisionnement (tableau 4). Ainsi, lorsqu'on analyse spécifiquement les volumes d'achats des boissons à limiter, on observe que les boissons les plus achetées dans tous les réseaux, sauf les magasins généraux et clubs entrepôts, sont les boissons gazeuses régulières. Les boissons énergisantes ont une place prépondérante dans les achats faits dans les dépanneurs et stations-service, puisque cette boisson à limiter arrive en 2^e place parmi les boissons les plus achetées dans ce type de commerce, alors qu'elles n'apparaissent pas parmi les cinq plus grands vendeurs dans les autres réseaux ou au total. Aussi, les jus de fruits 100 % purs se retrouvent parmi les trois premières positions pour trois des quatre réseaux, ce qui en fait la boisson à limiter la plus populaire après les boissons gazeuses régulières. Finalement, les données montrent que les deux boissons les plus achetées en pharmacies sont les boissons gazeuses régulières et celles diètes.

Tableau 4 Répartition des volumes d'achats des cinq boissons à limiter les plus achetées selon le réseau d'approvisionnement au Québec en 2020-2021

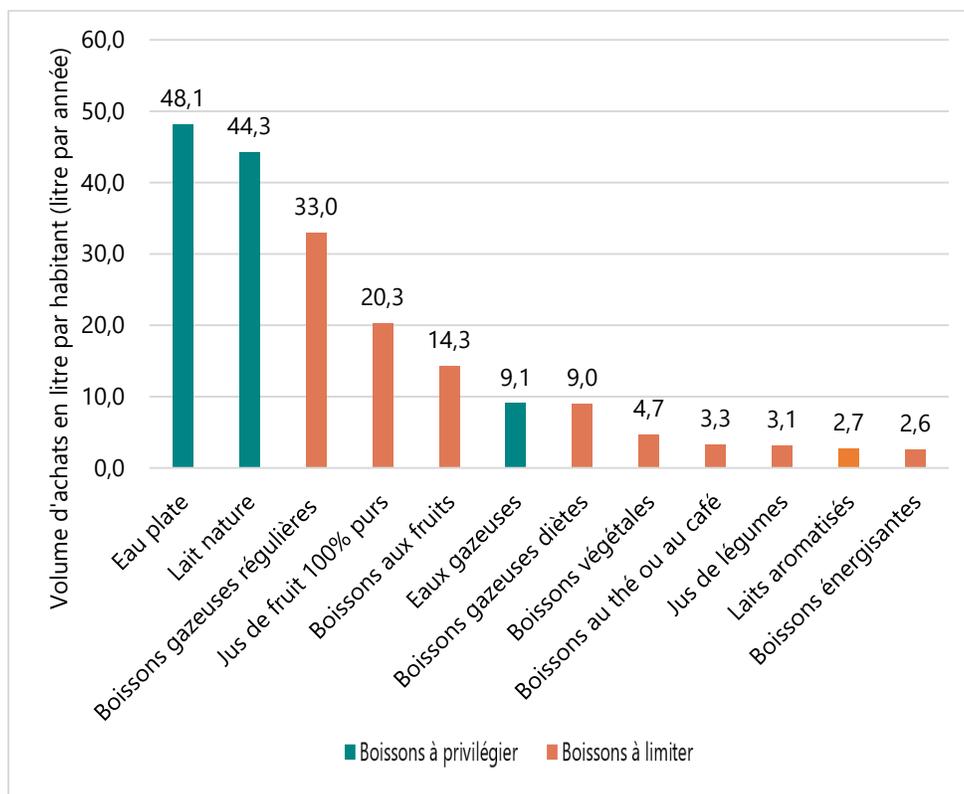
	Supermarchés et magasins à grande surface	Magasins généraux et clubs entrepôts	Dépanneurs et stations-service	Pharmacies	Total
1^{re} place	Boissons gazeuses régulières	Jus de fruits 100 % purs	Boissons gazeuses régulières	Boissons gazeuses régulières	Boissons gazeuses régulières
2^e place	Jus de fruits 100 % purs	Boissons gazeuses régulières	Boissons énergisantes	Boissons gazeuses diètes	Jus de fruits 100 % purs
3^e place	Boissons aux fruits	Boissons aux fruits	Boissons aux fruits	Jus de fruits 100 % purs	Boissons aux fruits
4^e place	Boissons gazeuses diètes	Boissons gazeuses diètes	Boissons gazeuses diètes	Boissons aux fruits	Boissons gazeuses diètes
5^e place	Boissons végétales	Boissons végétales	Jus de fruits 100 % purs	Boissons au thé ou au café	Boissons végétales

4.1.2 Volume d'achats par habitant en 2020-2021

Cet indicateur illustre le volume d'achats annuel par habitant, en litre, en 2020-2021, pour les douze catégories de boissons.

Le volume total de boissons achetées au Québec dans les quatre réseaux d'approvisionnement, en 2020-2021, est de 194,5 l par année par habitant (donnée non présentée). Dans la figure 4, les boissons à privilégier sont représentées par des barres turquoise et celles à limiter ou sucrées sont représentées par des barres orange. L'eau plate (48,1 l), le lait nature (44,3 l) et les boissons gazeuses régulières (33,0 l) sont les boissons les plus achetées en termes de volume par habitant par an. L'analyse de cet indicateur par semaine plutôt que par année (données non représentées dans la figure) indique que les achats de boissons gazeuses régulières représentent 635 ml par semaine par personne, tandis que les achats de lait nature correspondent à 852 ml par semaine par personne.

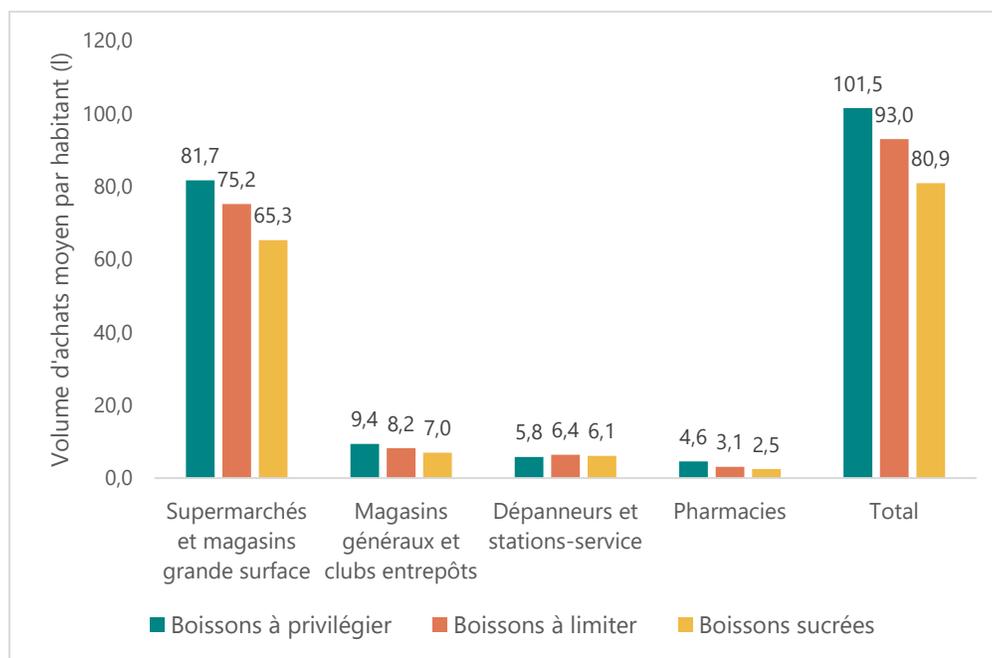
Figure 4 Répartition du volume d'achats par habitant par année pour les douze catégories de boissons, tous réseaux d'approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021



À la figure 5, la répartition des volumes d'achats des boissons à privilégier, à limiter et sucrées, par habitant et par réseau d'approvisionnement, est présentée. Le volume d'achats annuel des boissons à privilégier s'élève à 101,5 l par personne, celui des boissons à limiter s'élève à 93,0 l par personne, tandis que c'est 80,9 l par personne pour les boissons sucrées. Le volume d'achats des boissons à limiter, qui ne font pas partie du sous-groupe des boissons sucrées, s'élève donc à 12,1 l par personne. Lorsque le volume annuel est converti par semaine, en moyenne, 1,6 l de boissons sucrées sont achetées par semaine par personne au Québec.

Dans presque tous les réseaux, sauf les dépanneurs et stations-service, le volume d'achats de boissons à privilégier par personne est plus grand que les volumes d'achats de boissons à limiter ou de boissons sucrées. Par contre, dans les dépanneurs et stations-service, les volumes de boissons à limiter et de boissons sucrées par personne sont plus élevés que les boissons à privilégier (6,4 l et 6,1 l contre 5,8 l, respectivement).

Figure 5 Répartition du volume d'achats annuel par habitant selon la valeur nutritive et selon le réseau d'approvisionnement au Québec en 2020-2021



4.1.3 Ventes totales et prix moyen en 2020-2021

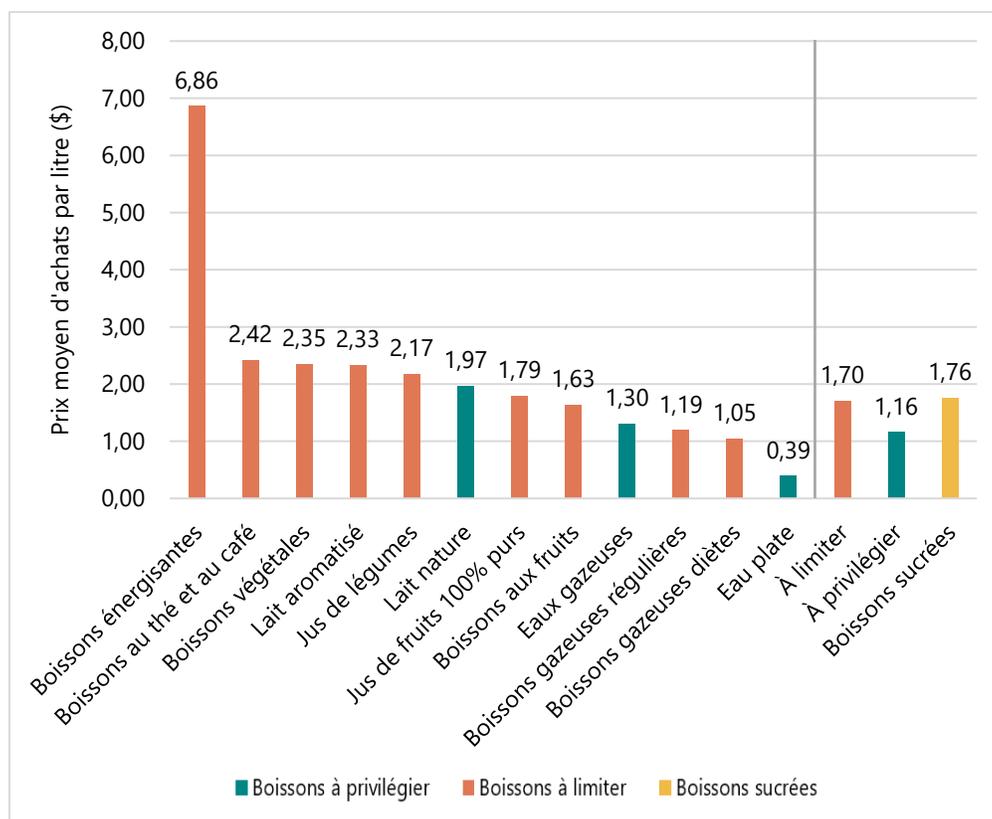
Les prix moyens par litre des douze catégories de boissons, tous réseaux d'approvisionnement confondus, sont présentés à la figure 6. Rappelons que cet indicateur a été décrit à la section 3.2.3. Les boissons énergisantes sont les boissons dont le prix moyen par litre est le plus élevé (6,86 \$/l). Leur prix est de 3 à 18 fois plus élevé que le prix des autres boissons. Les boissons végétales (2,35 \$/l) ont un prix moyen par litre similaire à celui du lait aromatisé (2,33 \$/l), et plus élevé que celui du lait nature (1,97 \$/l). Les boissons qui ont les prix moyens par litre les plus faibles sont l'eau plate (0,39 \$/l), les boissons gazeuses diètes (1,05 \$/l) et les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l).

Notons que les trois boissons à limiter ayant les plus importants volumes d'achats (figure 2), les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits, sont parmi les boissons ayant les plus bas prix moyens par litre (figure 6).

Enfin, le prix moyen par litre, pondéré en fonction des volumes d'achats de toutes les boissons, est de 1,42 \$/l (donnée non présentée). Le prix moyen des boissons à privilégier (1,16 \$/l, variant de 0,39 \$ à 1,97 \$/l) est inférieur à celui des boissons à limiter (1,70 \$/l, variant de 1,05 \$ à 6,86 \$/l), et à celui des boissons sucrées (1,76 \$/l, variant de 1,19 \$ à 6,86 \$/l). Lorsqu'on exclut les boissons énergisantes du calcul du prix moyen, soit la boisson la plus dispendieuse, le prix moyen des boissons à limiter ou des boissons sucrées reste supérieur à celui des boissons à

privilégier (1,55 \$/l et 1,58 \$/l contre 1,16 \$/l, respectivement). Il n'en demeure pas moins que le prix du lait (1,97 \$/l) est plus élevé que celui des trois boissons sucrées les plus populaires, les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l), les jus de fruits 100 % purs (1,79 \$/l) et les boissons aux fruits (1,63 \$/l).

Figure 6 Prix moyen par litre des douze catégories de boissons, tous réseaux d'approvisionnement confondus au Québec en 2020-2021



Finalement, le tableau 5 montre le prix des boissons par réseau d'approvisionnement. Par exemple, on note que tous réseaux confondus, les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l) et celles diètes (1,05 \$/l) sont les boissons les moins chères parmi les boissons à limiter. Lorsqu'on analyse les prix moyens par réseau d'approvisionnement, ce sont dans les pharmacies que ces boissons sont les moins chères : 0,87 \$/l pour les boissons gazeuses régulières et 0,79 \$/l pour les boissons gazeuses diètes. À l'opposé, les boissons les plus chères sont les boissons énergisantes, avec un prix moyen de 6,86 \$/l, variant de 4,37 \$/l dans les magasins généraux et clubs entrepôt à 7,07 \$/l dans les dépanneurs et stations-service.

Tableau 5 Prix moyen par litre par boisson et par réseau d'approvisionnement, pour les achats des boissons à limiter au Québec en 2020-2021

	Supermarchés et magasins à grande surface (\$/litre)	Magasins généraux et clubs entrepôts (\$/litre)	Dépanneurs et stations-service (\$/litre)	Pharmacies (\$/litre)	Prix moyen par boisson (\$/litre)
Boissons gazeuses diètes	1,00	1,17	2,15	0,79	1,05
Boissons gazeuses régulières	1,11	1,22	2,23	0,87	1,19
Boissons aux fruits	1,49	1,54	3,22	2,28	1,63
Jus de fruits 100 % purs	1,80	1,40	3,45	2,01	1,79
Jus de légumes	2,19	1,91	4,10	1,85	2,17
Laits aromatisés	2,26	2,19	3,90	1,75	2,33
Boissons végétales	2,34	2,40	2,55	2,91	2,35
Boissons au thé ou au café	2,21	2,26	4,52	2,72	2,42
Boissons énergisantes	6,80	4,37	7,07	6,99	6,86

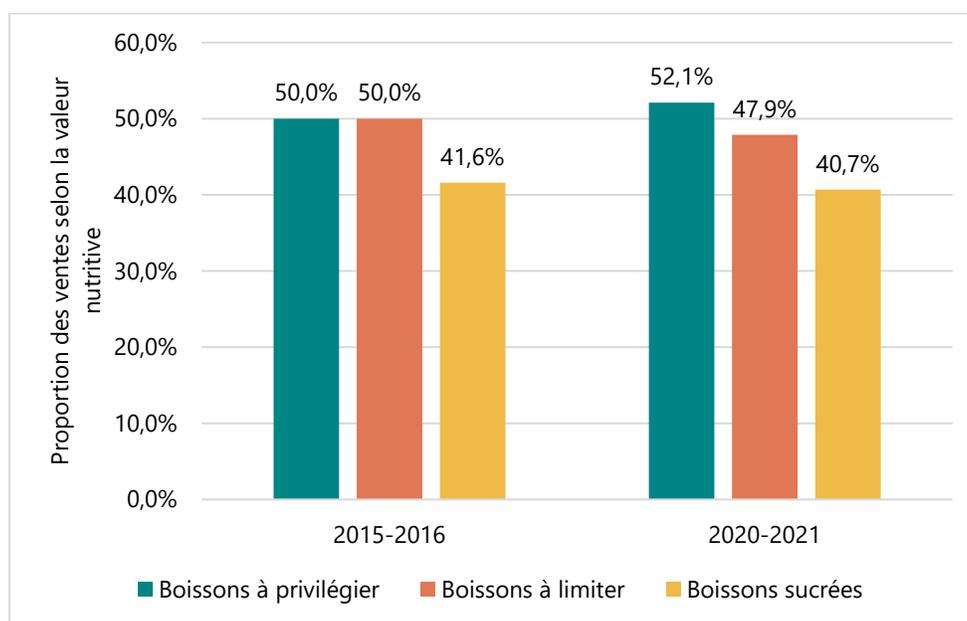
4.2 Évolution des achats de boissons réalisés en supermarchés et magasins grande surface de 2015-2016 à 2020-2021

4.2.1 Évolution de la répartition des boissons achetées au Québec de 2015-2016 à 2020-2021

Cette section présente l'évolution des achats de boissons dans les supermarchés et magasins grande surface en comparant le portrait de 2020-2021 à celui de 2015-2016. Rappelons qu'une catégorie distincte a été créée pour les boissons au thé pour permettre une comparaison juste entre ces périodes. La répartition des volumes des boissons achetées selon les différentes catégories de boissons est similaire à celle observée en 2015-2016 (données présentées à l'annexe 3 : figure 8 [données 2020-2021] et figure 9 [données 2015-2016]). En effet, les cinq plus grands vendeurs sont restés les mêmes. Les plus grandes variations sont la proportion des achats attribuables aux eaux gazeuses, qui est plus importante en 2020-2021 qu'en 2015-2016 (+2,4 points de pourcentage), et celle attribuable aux boissons gazeuses diètes, qui est plus faible en 2020-2021 qu'en 2015-2016 (-2,5 points de pourcentage).

La figure 7 montre la répartition des boissons achetées en supermarchés et magasins grande surface selon la valeur nutritive. En 2020-2021, la proportion d'achats des boissons à privilégier (52,1 %) est plus élevée que la proportion d'achats des boissons à limiter (47,9 %) et sucrées (40,7 %). L'écart entre la proportion d'achats des boissons à privilégier et à limiter était non existant en 2015-2016, suggérant une légère augmentation des achats de boissons à privilégier et une diminution conséquente des achats des boissons à limiter en 2020-2021 de l'ordre de 2,1 points de pourcentage.

Figure 7 Répartition des boissons achetées (litres) selon la valeur nutritive pour les supermarchés et magasins grande surface au Québec de 2015-2016 à 2020-2021



4.2.2 Évolution du volume d'achats de 2015-2016 à 2020-2021

Le tableau 6 présente les variations du volume d'achats par habitant de 2015-2016 à 2020-2021 dans les supermarchés et magasins grande surface. Les plus importantes variations de volume par habitant sont la diminution des boissons gazeuses diètes (-34,1 %) et des jus de fruits 100 % purs (-15,9 %), ainsi que l'augmentation des volumes de boissons végétales (+53,0 %), de boissons énergisantes (+62,8 %), d'eaux gazeuses (+97,4 %) et de boissons au thé (+198,9 %).

Tableau 6 Variations du volume d'achats en litres par habitant pour chaque catégorie de boissons dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec de 2015-2016 à 2020-2021

	2015-2016 (volume d'achats par habitant)	2020-2021 (volume d'achats par habitant)	Variation du volume d'achats par habitant (%)
Boissons gazeuses diètes	11,1	7,3	-34,1
Jus de fruits 100 % purs	20,8	17,5	-15,9
Lait aromatisé	2,3	2,0	-11,1
Jus de légumes	2,9	2,6	-9,4
Boissons aux fruits	12,5	12,0	-4,3
Lait nature	36,3	35,5	-2,3
Eau plate	37,5	38,9	3,7
Boissons gazeuses régulières	24,2	26,7	10,1
Boissons végétales	2,7	4,1	53,0
Boissons énergisantes	0,4	0,7	62,8
Eaux gazeuses	3,8	7,5	97,4
Boissons au thé	0,9	2,6	198,9

En termes de volume absolu par habitant, 63,8 l de boissons sucrées ont été achetées en 2015-2016, tandis que ce volume était de 65,6 l pour 2020-2021, une augmentation de 1,8 litres par année par habitant (données non présentées dans le tableau). Cette augmentation s'explique majoritairement par l'augmentation du volume par habitant des boissons gazeuses régulières (+2,5 l/hab.), des boissons au thé (+1,7 l/hab.) et des boissons végétales (+1,4 l/hab.) entre les deux périodes étudiées. En ce qui concerne les boissons à privilégier, elles sont passées de 77,7 l par habitant de 2015-2016 à 81,9 l par habitant en 2020-2021, une augmentation de 4,2 l par année par habitant (données non présentées dans le tableau), expliquée en très grande partie par l'augmentation des achats d'eaux gazeuses (+3,7 l/hab.).

4.2.3 Évolution des ventes totales et du prix moyen de 2015-2016 à 2020-2021

Enfin, le prix moyen par litre des douze catégories de boissons pour les supermarchés et magasins grande surface est illustré au tableau 7. Ces prix ont été ajustés pour prendre en compte l'inflation. En 2020-2021 et en 2015-2016, les boissons énergisantes sont la catégorie de boissons qui est la plus chère. À l'inverse, la boisson la moins chère pour les deux périodes est l'eau plate, avec un prix moyen de 0,33 \$/l.

Tableau 7 Prix moyen et variation du prix moyen par litre en dollars constants pour chaque catégorie de boissons dans les supermarchés et magasins grande surface de 2015-2016 à 2020-2021 au Québec

	2015-2016 (\$/litre)	2020-2021 (\$/litre)	Variation du prix par litre (%)
Eaux gazeuses	1,40	1,28	-8,6
Boissons végétales	2,45	2,34	-4,5
Eau plate	0,33	0,33	0,0
Boissons énergisantes	6,78	6,80	+0,3
Jus de légumes	2,14	2,19	+2,3
Lait nature	1,92	2,00	+4,2
Jus de fruits 100 % purs	1,71	1,82	+6,4
Boissons gazeuses diètes	0,91	1,00	+9,9
Laits aromatisés	2,03	2,26	+11,3
Boissons gazeuses régulières	0,94	1,11	+18,1
Boissons aux fruits	1,32	1,59	+20,5
Boissons au thé	1,53	1,99	+30,1

L'évolution du prix de chaque boisson achetée dans les supermarchés et les magasins grande surface au Québec est aussi présentée au tableau 7. L'eau plate est la seule boisson dont le prix n'a pas varié, le prix moyen se maintenant à 0,33 \$/l. Ce sont les boissons au thé (+30,1 %) et les boissons aux fruits (+20,5 %) qui ont connu la plus forte augmentation de leur prix entre les deux périodes étudiées. Finalement, seules les eaux gazeuses et les boissons végétales ont connu une baisse de leur prix moyen entre les deux périodes étudiées.

5 DISCUSSION

5.1 Principaux constats

Ce rapport avait pour objectifs de décrire les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec pour l'année 2020-2021 selon leur valeur nutritive, ainsi que l'évolution des volumes d'achats et du prix de ces boissons selon leur valeur nutritive dans les supermarchés et magasins grande surface de 2015-2016 à 2020-2021 en utilisant des données d'achats alimentaires. Les résultats obtenus dans le cadre de ce rapport permettent de dégager plusieurs constats.

5.1.1 Principaux constats pour l'objectif 1 : décrire les volumes d'achats et le prix des boissons au Québec selon leur valeur nutritive pour l'année 2020-2021

Constat 1 : l'eau plate et le lait nature constituent près de la moitié des achats de boissons.

Tout d'abord, l'eau plate et le lait nature représentent près de la moitié des achats de boissons en 2020-2021 (47,5 %). La consommation de ces boissons est à privilégier selon les lignes directrices du Guide alimentaire canadien de 2019 (Santé Canada, 2020, 2022b). En moyenne, 923 ml d'eau plate et 846 ml de lait nature sont achetés par semaine par personne au Québec.

L'eau, qui est la boisson de premier choix du point de vue nutritionnel, constitue la boisson la plus achetée, et c'est aussi celle qui est la moins dispendieuse (0,39 \$/l) de toutes les boissons étudiées en 2020-2021. Toutefois, l'achat d'eau en bouteille de plastique a un impact environnemental non négligeable (Développement durable, Environnement, Faune et Parcs, 2012), et les messages favorisant la consommation d'eau du robinet devraient être répétés.

Constat 2 : le prix du lait nature est plus élevé que celui des boissons sucrées les plus achetées.

Le prix moyen du lait nature (1,97 \$/l) se situe au milieu des douze catégories de boissons analysées. Toutefois, il est plus dispendieux que les trois boissons sucrées les plus populaires, c'est-à-dire les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l), les boissons aux fruits (1,63 \$/l) et les jus de fruits 100 % purs (1,79 \$/l).

Pour les ménages avec enfants dont le budget alimentaire est restreint, acheter des boissons gazeuses ou du jus de fruits 100 % pur est plus économique qu'acheter du lait nature, qui est de meilleure valeur nutritive et nécessaire pour la croissance des enfants (Santé Canada, 2011, 2022b). D'ailleurs, il est à noter que le prix de certains laits naturels, vendus en sacs ou en contenants de carton sans bouchons de plastique, est fixé par la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (Gouvernement du Québec, 2025). Pour rendre le choix des boissons saines le choix le plus économique, des mesures, telles que la taxation des boissons sucrées, pourraient être considérées pour augmenter le prix de ce type de boissons; c'est d'ailleurs ce qui a été observé dans une méta-analyse qui incluait 21 politiques de taxation de boissons sucrées à

travers le monde et qui a rapporté une augmentation du prix des boissons taxées (Andreyeva *et al.*, 2022).

Constats 3 : les achats de boissons sucrées s'élèvent à 1,6 l par semaine par personne.

En 2020-2021, les boissons sucrées constituent 41,6 % des volumes d'achats de boissons. Au total, 695 M de litres de boissons sucrées ont été achetés pour l'année 2020-2021, pour l'ensemble de la population québécoise, soit l'équivalent de 1,6 l par semaine par personne.

La consommation d'un tel volume de boissons sucrées est incompatible avec l'atteinte de la recommandation de l'OMS de consommer moins de 10 % de l'apport énergétique quotidien sous forme de sucres libres (OMS, 2015). Par exemple, une canette de 355 ml de boissons gazeuses régulières contient, en moyenne, 39 g de sucre. Pour une personne consommant 2000 kcal/j, la consommation d'une seule boisson gazeuse (Plante *et al.*, 2020) représente déjà près de 80 % de l'apport en sucres libres quotidien maximal recommandé par l'OMS, qui est de 50 g. Ainsi, il lui sera presque impossible de respecter la recommandation de l'OMS, puisque d'autres aliments et boissons consommés au courant de la journée contiennent aussi des sucres libres, par exemple les céréales à déjeuner, le yogourt aromatisé, la confiture ou le sucre ajouté au café.

Constat 4 : les boissons énergisantes sont majoritairement achetées dans les dépanneurs et stations-service.

Plus du trois quarts des achats de boissons se font dans les supermarchés et magasins grande surface, sauf pour les boissons énergisantes, qui sont vendues en majorité (67,6 %) dans les dépanneurs et stations-service.

Dans presque tous les réseaux, sauf les dépanneurs et stations-service, le volume d'achats de boissons à privilégier par personne est plus grand que les volumes d'achats de boissons à limiter ou de boissons sucrées. Cependant, dans les dépanneurs et stations-service, les volumes de boissons sucrées par personne sont plus élevés que les boissons à privilégier (6,1 l contre 5,8 l, respectivement).

Constat 5 : les boissons gazeuses régulières et celles diètes sont les boissons à limiter les moins chères.

Les prix moyens des boissons à limiter et des boissons sucrées sont plus élevés que celui des boissons à privilégier en 2020-2021, même en excluant la catégorie des boissons énergisantes, dont le prix est cinq fois le prix moyen des autres boissons. Toutefois, les boissons à limiter les moins chères sont les boissons gazeuses diètes (1,05 \$/l) et les boissons gazeuses régulières (1,19 \$/l). Finalement, lorsqu'on examine le prix des boissons sucrées et leur volume de ventes, on constate que les boissons sucrées les plus achetées sont aussi parmi celles qui sont les plus abordables, c'est-à-dire les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits.

Malgré le fait que seulement 4 % des boissons soient achetées en pharmacies, c'est dans ce réseau que les boissons gazeuses sont les moins chères avec un prix de 0,87 \$/l pour les boissons gazeuses régulières et 0,79 \$/l pour les boissons gazeuses diètes. À cet effet, un rapport du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) note que les pharmacies, qui sont considérées comme un détaillant d'alimentation non traditionnel, ont presque doublé (+93 %) leurs ventes de produits alimentaires et de boissons de 2012 à 2021 (MAPAQ, 2022).

Le prix est un déterminant central des achats alimentaires (Andreyeva *et al.*, 2022; Shen *et al.*, 2023). Des politiques publiques, comme la taxation, permettraient de rendre ces boissons moins accessibles économiquement et de diminuer leurs achats, comme cela a été rapporté dans une méta-analyse qui incluait 21 politiques de taxation de boissons sucrées à travers le monde et qui a rapporté une diminution moyenne des achats de 15 % pour des taux de taxation ≤ 10 % du prix (Andreyeva *et al.*, 2022).

Globalement, les données d'achats présentées dans ce rapport sont complémentaires aux données d'enquêtes populationnelles les plus récentes, qui montrent que plus de la moitié de la population québécoise de 15 ans et plus (52 %) consomme des boissons sucrées quotidiennement (Institut de la statistique du Québec, 2024). Les données d'achats du présent rapport montrent que 1,6 l de boissons sucrées sont achetées par semaine par personne, ce qui représente 229 ml par jour. Notons que dans la population, certaines personnes ne consomment jamais ou rarement des boissons sucrées. Le volume de 229 ml par jour ne tient pas compte de cette non-consommation. En effet, les données d'enquête (Plante *et al.*, 2020), pour la population québécoise de 2 ans et plus, rapportent une consommation moyenne quotidienne de boissons sucrées de 292 ml, ce qui est semblable aux données d'achats présentées dans ce rapport. Toutefois, pour la même population, mais en ne considérant que les consommateurs de boissons sucrées, la consommation est de 430 ml par jour.

5.1.2 Principaux constats pour l'objectif 2 : évolution de 2015-2016 à 2020-2021 dans les supermarchés et magasins grande surface

Les analyses de l'évolution des achats de 2015-2016 à 2020-2021 portent uniquement sur les achats faits dans les supermarchés et magasins grande surface. Deux constats peuvent ressortir de ces analyses.

Constat 1 : il y a peu de différences dans la répartition des achats de boissons entre les deux périodes étudiées.

La proportion de boissons à privilégier est légèrement supérieure, de 2,1 points de pourcentage, à celle des boissons à limiter en 2020-2021, tandis que les proportions de ces boissons étaient égales en 2015-2016.

Constat 2 : les volumes d'achats de boissons sucrées par habitant ont augmenté de 1,8 l par année de 2015-2016 à 2020-2021.

Les volumes achetés par habitant de boissons à privilégier et de boissons sucrées ont augmenté en 2020-2021, passant de 77,7 l et 63,8 l, respectivement, à 81,9 l et 65,6 l en 2025-2016. Des variations importantes du volume d'achats par habitant par catégorie de boissons sont toutefois observées. Notamment, les boissons gazeuses diètes, les jus de fruits 100 % purs et les laits aromatisés ont connu des baisses conséquentes des volumes d'achats par personne, tandis que les boissons au thé, les eaux gazeuses et les boissons énergisantes ont connu les plus importantes augmentations de volume d'achats par personne de 2015-2016 à 2020-2021.

Une analyse des tendances d'achats des boissons de 2010-2011 à 2015-2016 (Plamondon et Paquette, 2017) rapporte des tendances similaires à la baisse pour les boissons gazeuses diètes et les jus de fruits 100 % purs, ainsi que des augmentations pour les boissons énergisantes. Toutefois, contrairement aux tendances rapportées par cette analyse, de 2015-2016 à 2020-2021, les volumes d'achats des boissons gazeuses régulières semblent être en augmentation.

La diminution du prix des eaux gazeuses pourrait expliquer l'augmentation de leurs volumes d'achats. Toutefois, les données utilisées ne permettent pas d'explorer les raisons expliquant les choix de boissons des consommateurs, ni le comportement des fabricants de boissons.

Globalement, ces constats d'évolution sont semblables à ceux rapportés par le MAPAQ (MAPAQ, 2022) et par des études de l'industrie bioalimentaire (Grand View Research, 2023; Hamadi et Feng, 2023). En effet, un rapport du MAPAQ (MAPAQ, 2022) classe le thé glacé parmi les 30 produits ayant connu une forte croissance des ventes de 2018-2019 à 2020-2021 (+179 %) (MAPAQ, 2022). Les auteurs d'une étude de l'industrie du secteur des boissons (Hamadi et Feng, 2023) notent que le volume de ventes des boissons faibles en calories est en croissance depuis 2009. Ils rapportent que, pour plusieurs catégories de boissons, les versions faibles en calories, diètes ou sans sucre ajouté sont en croissance : eaux gazeuses, boissons pour sportifs, boissons gazeuses, boissons énergisantes, boissons plates (non gazeuses) (Hamadi et Feng, 2023). Ces constats sont partiellement similaires à ceux du présent rapport pour les eaux gazeuses, mais pas pour les boissons gazeuses diètes, qui ont connu une baisse des volumes de ventes par habitant. Il semblerait, selon une seconde étude de l'industrie bioalimentaire, que les boissons à faibles teneurs ou sans sucre répondent aux préoccupations pour la santé d'un segment de la population (Grand View Research, 2023).

5.2 Pandémie de la COVID-19

Les données d'achats de boissons, présentées dans le présent rapport, ont été recueillies du 24 mai 2020 au 22 mai 2021, c'est-à-dire durant la pandémie de la COVID-19. Au Québec, durant cette période, des mesures sanitaires étaient en place pour limiter la propagation du virus. Il est à noter que les commerces alimentaires, tels que ceux des quatre réseaux inclus dans la base de données utilisée pour le présent rapport, n'ont pas fait l'objet de fermeture complète durant cette période. Ils ont, en revanche, connu des restrictions quant à leurs heures d'ouverture.

Il est ainsi possible qu'un certain transfert des achats se soit fait durant cette période vers les détaillants alimentaires. En effet, le MAPAQ (Direction de la planification, des politiques et des études économiques, 2021), en parlant de la période de la COVID-19, indiquait : « Du jour au lendemain, un transfert de la demande a été observé des produits destinés aux services alimentaires (restaurants, traiteurs, milieux d'enseignement et autres) vers les produits vendus en épicerie et en ligne, que les ménages ont achetée davantage. ». Toutefois, l'ampleur de ce transfert n'est pas chiffrée.

Cette hausse potentielle des achats de boissons dans les commerces de détail en raison de la fermeture de restaurants et de lieux publics durant la COVID-19 pourrait limiter, dans une certaine mesure, la comparabilité des données de 2020-2021, recueillies en période de COVID-19, avec celles de 2015-2016, recueillies avant la COVID-19.

5.3 Forces et limites des données, de la méthode et des analyses

Une force des analyses du présent rapport repose sur l'utilisation de données d'achats alimentaires, plutôt que sur des données d'enquêtes populationnelles. Ce choix méthodologique permet d'obtenir une vision plus globale de l'alimentation de la population par rapport à un échantillon de participants. De plus, les analyses présentées dans ce rapport incluent de nouveaux indicateurs qui permettent de qualifier les achats réalisés dans quatre réseaux d'approvisionnement. Cette distinction des lieux d'achats et de prix permet une compréhension plus fine des achats de boissons par la population. Les données pourraient permettre de soutenir les réflexions sur les lieux et les moyens d'interventions. Par exemple, explorer des politiques publiques qui augmenteraient le prix des boissons sucrées ou limiteraient la promotion des boissons énergisantes dans les dépanneurs et stations-service.

Cela dit, l'utilisation des données d'achats pose différents défis (Paquette *et al.*, 2016), dont la couverture partielle des achats alimentaires et l'imprécision des informations. En effet, les achats alimentaires faits dans les petites épiceries, les marchés publics, les dépanneurs indépendants ou les commerces spécialisés, comme les boulangeries, les fruiteries ou magasins d'aliments naturels, ne sont pas comptabilisés par NielsenIQ et donc ne sont pas inclus dans les bases de données utilisées pour le présent rapport. Finalement, une autre limite à souligner est que les informations disponibles dans les bases de données d'achats alimentaires utilisées demeurent imprécises, notamment parce que les classes de boissons fournies par NielsenIQ ne sont pas

associées à des valeurs nutritionnelles. Il faudrait les codes uniques de produits pour associer à chaque produit des valeurs nutritives, et ces codes ne sont pas disponibles dans les bases de données utilisées. Il n'est donc pas possible de différencier les versions de boissons avec sodium, avec sucre ajouté ou avec succédanés de sucre des versions de boissons sans sodium, sans sucre ajouté ou sans succédanés de sucre pour cinq catégories de boissons (eau plate, eaux gazeuses, boissons végétales, boissons énergisantes et boissons au thé ou au café). Par exemple, la catégorie des boissons au thé et au café a été classée comme boissons à limiter et comme boissons sucrées. Une partie des volumes d'achats de cette catégorie consiste en des boissons non sucrées, diètes, car contenant des succédanés de sucre. Classer l'ensemble des boissons au thé et au café comme boissons sucrées contribue donc à sous-estimer les achats de boissons non sucrées.

Dans l'ensemble, la classification utilisée dans le présent rapport contribue à sous-estimer les volumes d'achats de boissons à privilégier (boissons végétales) et de boissons sucrées (boissons au thé ou au café, et boissons énergisantes), et de surestimer les achats de boissons à privilégier (eau plate et eaux gazeuses). Il n'est pas possible de quantifier l'ampleur de ces sur ou sous-estimations.

De plus, la qualité nutritive de l'ensemble des boissons incluses dans une catégorie peut varier dans le temps. Comme l'information par marque de boissons n'est pas disponible dans les bases de données utilisées, il n'est pas possible de savoir, à partir de ces données, si des marques ont fait leur apparition sur le marché ou si d'autres ont été retirées de 2015-2016 à 2020-2021. Il est également possible que les marques de boissons les plus vendues au sein d'une classe en 2015-2016 ne soient peut-être plus les mêmes en 2020-2021.

Le même phénomène se reflète aussi dans le prix par litre, puisque les évolutions du prix moyen par litre peuvent traduire de véritables variations des prix de vente, mais aussi des changements dans les habitudes d'achats au sein d'une même catégorie. Par exemple, les boissons gazeuses sont disponibles en format individuel et en format de 2 l, dont le prix pour un même volume donné est moins dispendieux que le format individuel. Ce n'est pas le cas pour les boissons énergisantes qui sont typiquement vendues en format individuel. Ceci pourrait, en partie, expliquer le prix moyen plus élevé pour les boissons énergisantes. Il faut donc interpréter les prix des boissons, ainsi que l'évolution dans les prix avec prudence.

Il est difficile, voire impossible, de prévoir de quelle façon ces limites des bases de données influencent les résultats du présent rapport. C'est pourquoi les données d'achats doivent être considérées en complément à d'autres données, telles que les données de consommation alimentaire provenant d'enquêtes populationnelles.

6 CONCLUSION

Ce rapport de recherche, qui porte sur les achats de boissons, a permis de décrire les achats de ces boissons en 2020-2021, ainsi que leur évolution de 2015-2016 à 2020-2021 à partir de données de la compagnie NielsenIQ. Les principaux résultats révèlent que les achats de boissons en 2020-2021 se divisent presque en deux parts égales entre les boissons à privilégier et les boissons à limiter. Les achats de boissons à faible valeur nutritive demeurent élevés au Québec, et les données suggèrent une légère augmentation des achats de boissons sucrées par habitant entre les périodes étudiées. Les boissons à faible valeur nutritive les plus achetées sont les boissons gazeuses régulières, les jus de fruits 100 % purs et les boissons aux fruits. En 2020-2021, un litre de lait est plus cher que les trois boissons sucrées les plus achetées. Ces boissons demeurent donc des choix attrayants sur le plan économique, à cause de leur faible prix.

La mise à jour du portrait des achats de boissons permet d'estimer l'évolution de la situation au regard des actions réalisées au Québec pour réduire la consommation de boissons sucrées et augmenter celle de l'eau, et pourrait contribuer aux réflexions sur les possibilités de rehausser ces actions. Ce portrait pourra également servir à orienter et soutenir les réflexions sur la mise en place de politiques publiques au Québec pour favoriser la consommation d'eau du robinet, réduire la consommation de boissons sucrées, et améliorer la qualité nutritive des boissons achetées dans le contexte actuel d'une consommation importante de boissons sucrées au sein de la population. Cette dernière action serait, bien entendu, complémentaire à celles visant à réduire la consommation de boissons sucrées par la population.

7 RÉFÉRENCES

- Andreyeva, T., Marple, K., Marinello, S., Moore, T. E. et Powell, L. M. (2022). Outcomes following taxation of sugar-sweetened beverages: a systematic review and meta-analysis. *JAMA Network Open*, 5(6). <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2022.15276>
- Brimblecombe, J., Ferguson, M., McMahon, E., Peeters, A., Miles, E., Wycherley, T., Minaker, L. M., De Silva, K., Greenacre, L. et Mah, C. (2019). Reducing retail merchandising of discretionary food and beverages in remote indigenous community stores: protocol for a randomized controlled trial. *JMIR Research Protocols*, 8(3), e12646. <https://doi.org/10.2196/12646>
- Brimblecombe, J., Liddle, R. et O’Dea, K. (2013). Use of point-of-sale data to assess food and nutrient quality in remote stores. *Public Health Nutrition*, 16(7), 1159-1167. <https://doi.org/10.1017/S1368980012004284>
- Corriveau, A., Pomerleau, S., Perron, J., Gagnon, P. et Provencher, V. (2022). *Portrait des boissons laitières et végétales disponibles au Québec*. <https://offrealimentaire.ca/boissons-laitieres-et-vegetales>
- Développement durable, Environnement, Faune et Parcs. (2012). *J’opte pour l’eau du robinet*. https://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/outils/Eau_robinet_Fiche_impact.pdf
- Direction de la planification, des politiques et des études économiques. (2021). L’industrie bioalimentaire au Québec: bilan de l’année 2020. *BioClips*, 29(18). https://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Bioclips/BioClips2021/Volume_29_no18.pdf
- Durette, G., Lacroix, M.-J., Dubé, M., Plamondon, L. et Paquette, M.-C. (2016). *L’achat de boissons non alcoolisées en supermarchés et magasins à grande surface au Québec—Fiche des indicateurs*. Institut national de santé publique du Québec. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2170_boissons_non_alcoolisees_supermarches_magasins_grande_surgace_fiche_indicateurs.pdf
- Gouvernement du Québec. (2024). *L’eau, la boisson de choix pour s’hydrater*. <https://www.quebec.ca/sante/alimentation/saines-habitudes-alimentaires/eau-boisson-de-choix-pour-hydrater>
- Gouvernement du Québec. (2025). *Prix du lait de consommation*. <https://www.quebec.ca/agriculture-environnement-et-ressources-naturelles/agriculture/encadrement-marches-agricoles-alimentaires/prix-lait-consommation>
- Grand View Research. (2023). *Sparkling water market share & trends report, 2021-2028*. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sparkling-water-market>
- Hamadi, C. et Feng, J. (2023). The non-alcoholic beverage sector in Canada: a study of economic impact and consumption. *The Conference Board of Canada*. <https://www.conferenceboard.ca/product/nonalcoholic-beverage-sector-canada-june-2023/>

- Imamura, F., O'Connor, L., Ye, Z., Mursu, J., Hayashino, Y., Bhupathiraju, S. N. et Forouhi, N. G. (2015). Consumption of sugar sweetened beverages, artificially sweetened beverages, and fruit juice and incidence of type 2 diabetes: systematic review, meta-analysis, and estimation of population attributable fraction. *BMJ (Clinical Research Ed.)*, 351, h3576.
- Institut de la statistique du Québec. (2023). *Estimations de population (1996-2022)*. <https://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/document-001617/>
- Institut de la statistique du Québec. (2024). *Habitudes de vie et comportements: Faits saillants*. <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/publication/habitudes-comportements-population-quebecoise-faits-saillants>
- Makarem, N., Bandera, E. V., Nicholson, J. M. et Parekh, N. (2018). Consumption of sugars, sugary foods, and sugary beverages in relation to cancer risk: a systematic review of longitudinal studies. *Annual Review of Nutrition*, 38, 17-39. <https://doi.org/10.1146/annurev-nutr-082117-051805>
- Malik, V. S., Pan, A., Willett, W. C. et Hu, F. B. (2013). Sugar-sweetened beverages and weight gain in children and adults: a systematic review and meta-analysis. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 98(4), 1084-1102. <https://doi.org/10.3945/ajcn.113.058362>
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (2022). *Bottin consommation et distribution alimentaires en chiffres édition 2022*. Gouvernement du Québec. https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Bottin_consommation_distribution.pdf
- Organisation mondiale de la Santé. (2015). *Guideline: sugars intake for adults and children*. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/149782/1/9789241549028_eng.pdf?ua=1
- Organisation mondiale de la Santé. (2023). *Utilisation d'édulcorants sans sucre: résumé de la ligne directrice de l'OMS*. <https://iris.who.int/handle/10665/375567>
- Paquette, M.-C., Bergeron, P., Dubé, M. et Laguë, J. (2016). *Cadre de référence des indicateurs d'achats pour caractériser l'alimentation et l'environnement alimentaire au Québec*. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2180_indicateurs_achats_alimentaires.pdf
- Plamondon, L., Bergeron, P., Durette, G., Lacroix, M.-J. et Paquette, M.-C. (2016). *L'achat de boissons non alcoolisées en supermarchés et magasins à grande surface au Québec*. Institut national de santé publique du Québec. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2170_boissons_non_alcoolisees_supermarches_magasins_grande_surface.pdf
- Plamondon, L. et Paquette, M.-C. (2017). *Boissons sucrées: tendances des achats au Québec, impacts sur la santé et pistes d'action*. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2246_boissons_sucrees_achats_impacts_sante.pdf
- Plante, C., Blanchet, C. et Rochette, Louis. (2020). *La consommation des Autres aliments et des boissons chez les Québécois*. Institut national de santé publique Québec. <https://www.inspq.qc.ca/publications/2514>

- Robert, O. et Déry, V. (2020). *Cadre de référence sur la révision par les pairs des publications scientifiques de l'Institut national de santé publique du Québec*. Institut national de santé publique Québec. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2686_cadre_reference_revision_pairs.pdf
- Santé Canada. (2011). *Bien manger avec le Guide alimentaire canadien*. http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/alt_formats/hpfb-dgpsa/pdf/food-guide-aliment/print_eatwell_bienmang-fra.pdf
- Santé Canada. (2020). *Les boissons sucrées*. Guide alimentaire canadien. <https://guide-alimentaire.canada.ca/fr/recommandations-en-matiere-dalimentation-saine/faites-eau-votre-boisson-de-choix/les-boissons-sucrees/>
- Santé Canada. (2022a). *Recommandations en matière d'alimentation saine*. Guide alimentaire canadien. <https://guide-alimentaire.canada.ca/fr/recommandations-en-matiere-dalimentation-saine/faites-eau-votre-boisson-de-choix/>
- Santé Canada. (2022b). *Lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation – Ressources pour les professionnels de la santé et les responsables des politiques*. Guide alimentaire canadien. <https://guide-alimentaire.canada.ca/fr/directrices/>
- Santé Canada. (2022c). *Lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation – Ressources pour les professionnels de la santé et les responsables des politiques—Annexe B*. Guide alimentaire canadien. <https://guide-alimentaire.canada.ca/fr/directrices/annexe-b-sommaire-lignes-directrices-et-reflexions/>
- Shen, J., Wang, J., Yang, F. et An, R. (2023). Impact of soda tax on beverage price, sale, purchase, and consumption in the US: a systematic review and meta-analysis of natural experiments. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2023.1126569>
- Statistiques Canada. (2024). *Indice des prix à la consommation, moyenne annuelle, non désaisonnalisée*. <https://ouvert.canada.ca/data/fr/dataset/4be5f92b-8546-4e76-ad98-bcf9d4b8aeed>
- Wycherley, T. P., van der Pols, J. C., Daniel, M., Howard, N. J., O'Dea, K. et Brimblecombe, J. K. (2019). Associations between community environmental-level factors and diet quality in geographically isolated Australian communities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(11), 1943. <https://doi.org/10.3390/ijerph16111943>

ANNEXE 1 COMPLÉMENTS À LA MÉTHODE

Différences entre les catégories de boissons de 2015-2016 et de 2020-2021

Alors que les données de 2015-2016 avaient été regroupées en onze catégories de boissons, les données de 2020-2021 sont regroupées en douze catégories. En effet, une nouvelle catégorie de boissons a été formée, soit les boissons au thé ou au café. Cette catégorie de boissons a servi aux analyses en lien avec l'objectif 1, qui examinent les données de 2020-2021.

Soulignons que la base de données utilisée pour les analyses du précédent rapport de 2016 (Plamondon *et al.*, 2016) incluait le thé glacé avec la catégorie des boissons aux fruits. Pour les analyses en lien avec l'objectif 2, qui porte sur l'évolution des achats, une catégorie distincte de boissons au thé a dû être créée. En effet, afin de rendre cette catégorie de boissons comparable entre les deux périodes étudiées, il a fallu retirer les boissons au thé des boissons aux fruits et en faire une catégorie distincte pour la base de données de 2015-2016. Pour la base de données de 2020-2021, il a fallu retirer les boissons au café de la catégorie des boissons au thé ou au café, puisque ce type de boissons n'existait pas dans la base de données de 2015-2016.

Choix du groupe de boissons selon la valeur nutritive pour les boissons végétales

Un examen de la liste des boissons végétales incluses dans la catégorie fournie par NielsenIQ et des boissons végétales disponibles en supermarchés permet de conclure que l'offre de boissons végétales sucrées est plus importante que l'offre de boissons végétales non sucrées. Cependant, un rapport de l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire de l'Université Laval rapporte une plus grande offre de boissons végétales non sucrées sur le marché (Corriveau *et al.*, 2022). Nous avons communiqué avec l'Observatoire pour leur demander de préciser les données de ventes des boissons végétales selon leur valeur nutritive. Il s'avère que, malgré une plus grande offre de produits non sucrées, près du deux tiers des boissons végétales les plus achetées sont sucrées (Corriveau *et al.*, 2022). Dès lors, les boissons végétales sont considérées comme une boisson à limiter et une boisson sucrée dans le cadre du présent exercice.

Estimations de la population québécoise

Il s'agit d'estimations et de projections de la population totale selon le territoire, le sexe et l'année d'âge (Institut de la statistique du Québec, 2023). Pour les deux bases de données, nous avons pris les estimations de population de l'année où la majorité des achats ont été faits, donc les années 2015 et 2020. Pour 2015, la population était estimée à 8 195 172, tandis qu'elle était estimée à 8 569 091 pour l'année 2020. Il est à noter que, de 2015-2016 à 2020-2021, selon ces estimations, la population du Québec a augmenté de 4,6 % (Institut de la statistique du Québec, 2023).

Segmentation en catégories

Tableau 8 Classes et sous-classes des bases de données brutes

Classes	Sous-classes
Jus et boissons - réfrigérés	Boissons réfrigérées
	Thé glacé réfrigéré
	Jus réfrigéré
	Nectars réfrigérés
Jus et boissons – longue conservation	Boissons longue conservation excluant le thé glacé
	Thé glacé longue conservation
	Jus longue conservation
	Nectars longue conservation
	Jus de fruits gazéifiés et pétillants de longue conservation
Jus de légumes	
Boissons aux fruits- surgelées	Limonades surgelées
	Boissons surgelées
	Jus surgelés
	Boissons à mélanger surgelées
	Smoothies surgelés
	Autres types de boissons surgelées
Boissons gazeuses	Boissons gazeuses diètes
	Boissons gazeuses régulières
Boissons énergisantes	
Eaux gazeuses	
Eau plate	
Boissons à base de soya, de riz et de produits de substitution	Boissons à base de riz et de produits de substitution
	Boissons de soya
Lait	Lait aux bananes
	Lait au chocolat
	Lait nature
	Autres laits aromatisés
	Lait aux fraises
	Lait à la vanille
Lait en poudre	
Thé glacé en canette	
Eau de coco	
Boissons de type café	
Mélanges à boissons aromatisées	

Réorganisation des classes et sous-classes de boissons en catégories

Tableau 9 Réorganisation des classes et sous-classes de boissons en catégories

Catégorie de boissons	Classes ou sous classes des bases de données brutes de NielsenIQ
Eau plate	Eau plate
Eaux gazeuses	Eaux gazeuses
Lait nature	Lait nature
Laits aromatisés	Lait aux bananes, Lait au chocolat, Lait aux fraises, Lait à la vanille, Autres laits aromatisés
Boissons végétales	Boissons à base de soya, de riz et de produits de substitution, Eau de coco
Jus de légumes	Jus de légumes
Jus de fruits 100 % purs	Jus réfrigéré, Jus longue conservation, Jus surgelés, Jus de fruits gazéifiés et pétillants de longue conservation
Boissons aux fruits	Boissons réfrigérées, Nectars réfrigérés, Boissons longue conservation excluant le thé glacé, Nectars longue conservation, Limonades surgelées, Boissons surgelées, Boissons à mélanger surgelées, Autres types de boissons surgelées
Boissons gazeuses régulières	Boissons gazeuses régulières
Boissons gazeuses diètes	Boissons gazeuses diètes
Boissons énergisantes	Boissons énergisantes
Boissons au thé ou au café (objectif 1)	Thé glacé réfrigéré, Thé glacé longue conservation, Thé glacé en canette, Boissons de type café
Boissons au thé (objectif 2)	Thé glacé réfrigéré, Thé glacé longue conservation

ANNEXE 2 FICHES DES NOUVEAUX INDICATEURS

Répartition, tous réseaux confondus, du volume d'achats des catégories de boissons

Description de l'indicateur	Pourcentage des volumes d'achats annuels en litres occupés par chacune des douze catégories de boissons achetées dans l'ensemble des quatre réseaux d'approvisionnement (supermarchés et magasins à grande surface, magasins généraux et clubs entrepôts, stations-service et dépanneurs, pharmacies) par rapport au volume total des douze catégories de boissons.
Utilité de l'indicateur	Identifier la répartition des achats des différentes catégories de boissons. Examiner la contribution d'une catégorie de boissons en particulier (p. ex. boissons gazeuses) par rapport aux volumes d'achats des autres boissons parmi les quatre réseaux d'approvisionnement afin de qualifier l'alimentation de la population étudiée en matière de boissons.
Méthode de calcul	<p>NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la <i>catégorie visée</i></p> <p style="text-align: center;">_____ x 100</p> <p>DÉNOMINATEUR : Nombre de litres achetés de l'ensemble des boissons</p>
Unité de mesure	Pourcentage (%)
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Eau plate • Lait nature • Jus de fruits 100 % purs • Boissons aux fruits • Boissons gazeuses régulières • Boissons gazeuses diètes • Eaux gazeuses • Laits aromatisés • Boissons végétales • Jus de légumes • Boissons énergisantes • Boissons au thé ou au café
Exemple	Pourcentage du volume occupé par chacune des douze catégories de boissons, Province de Québec, 2020-2021
Indicateurs associés	<ul style="list-style-type: none"> • Proportion du volume d'une <i>catégorie de boissons</i> répartie en fonction du total des ventes d'un réseau en particulier • Proportion du volume total d'achat d'une <i>catégorie de boissons</i> sur le total des ventes de la même catégorie par réseau d'approvisionnement • Classement des six premières boissons vendues en 2020-2021 • Classement des six premières boissons vendues par réseau en 2020-2021

Répartition du volume d'achats total des catégories de boissons par réseau d'approvisionnement

Description de l'indicateur	Pourcentage des volumes d'achats annuels en litres occupés par chacune des catégories de boissons distribuées par réseau d'approvisionnement (supermarché et magasins à grande surface, magasins généraux et clubs entrepôts, dépanneurs et stations-service, pharmacies).
Utilité de l'indicateur	Quantifier la proportion des achats annuels pour chaque réseau d'approvisionnement par catégorie de boissons. Fournir un aperçu des tendances d'achats de chaque catégorie (%) par réseau d'approvisionnement pour l'année 2020-2021.
Méthode de calcul	NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la catégorie visée par réseau $\frac{\text{NUMÉRATEUR}}{\text{DÉNOMINATEUR}} \times 100$ DÉNOMINATEUR : Nombre de litres de l'ensemble des boissons achetées par réseau respectif
Unité de mesure	Litre (l)
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Lait nature • Jus de fruits 100 % purs • Boissons aux fruits • Boissons gazeuses régulières • Boissons gazeuses diètes • Laits aromatisés • Boissons énergisantes • Boissons végétales • Jus de légumes • Eau plate • Eaux gazeuses • Boissons au thé ou au café
Exemple	Nombre de litres de boissons aux fruits achetés en stations-service et dépanneurs, Province de Québec, 2020-2021

Répartition du volume d'achats des catégories de boissons entre chaque réseau d'approvisionnement

Description de l'indicateur	Pourcentage du volume d'achats annuel en litres pour chaque boisson en fonction des quatre réseaux d'approvisionnement (supermarchés et magasins à grande surface, magasins généraux et clubs entrepôts, dépanneurs et stations-service, pharmacies).
Utilité de l'indicateur	Quantifier et comparer les proportions d'achats de chaque catégorie de boissons entre réseaux pour l'année 2020-2021. Fournir un aperçu des tendances d'achats d'une catégorie de boissons par réseau d'approvisionnement.
Méthode de calcul	<p>NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la catégorie visée par réseau</p> $\frac{\text{Nombre de litres achetés de la catégorie visée par réseau}}{\text{Nombre de litres total de la catégorie visée}} \times 100$ <p>DÉNOMINATEUR : Nombre de litres total de la catégorie visée</p>
Unité de mesure	Litre (l)
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Lait nature • Jus de fruits 100 % purs • Boissons aux fruits • Boissons gazeuses régulières • Boissons gazeuses diètes • Lait aromatisé • Boissons énergisantes • Boissons végétales • Jus de légumes • Eau plate • Eaux gazeuses • Boissons au thé ou au café
Exemple	Part des achats de boissons énergisantes en pharmacie par rapport au volume total de la même catégorie répartie dans les autres réseaux, Province du Québec, 2020-2021

Répartition, tous réseaux confondus, du volume d'achats des boissons selon les lignes directrices du Guide alimentaire canadien de 2019

Description de l'indicateur	Pourcentage des volumes d'achats annuels en litres occupé par chacune des boissons réparties selon la valeur nutritive par rapport au volume total des douze catégories de boissons.
Utilité de l'indicateur	Identifier la répartition des catégories de boissons achetées tous réseaux confondus selon leur classe de valeurs nutritives afin de fournir une approximation de la qualité de l'alimentation de la population étudiée en matière de boissons.
Méthode de calcul	<p>NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la classe visée</p> <p style="text-align: center;">_____ x 100</p> <p>DÉNOMINATEUR : Nombre total de litres achetés de boissons</p>
Unité de mesure	Pourcentage (%)
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Boissons à privilégier • Boissons à limiter • Boissons sucrées
Exemple	Pourcentage occupé par chaque classe de boissons, Province de Québec, 2020-2021
Indicateurs associés	<ul style="list-style-type: none"> • Proportion du volume d'une <i>catégorie de boissons</i> sur celui des boissons de même valeur nutritive • Proportion des boissons à privilégier • Proportion des boissons à limiter • Proportion des boissons sucrées

Volume d'achats des catégories de boissons par habitant

Description de l'indicateur	Volume d'achats annuel par habitant en litres de boissons pour chacune des douze catégories de boissons.
Utilité de l'indicateur	Quantifier l'importance et le sens (augmentation ou diminution, comparativement aux années précédentes) de l'évolution des volumes d'achats annuels (l) par habitant des différentes catégories de boissons en 2020-2021 pour les quatre réseaux d'approvisionnement. Fournir une approximation de l'importance relative occupée par les différentes boissons dans l'alimentation de la population.
Méthode de calcul	<p>NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la catégorie visée</p> $\frac{\text{Nombre de litres achetés de la catégorie visée}}{\text{Nombre d'habitants en 2020-2021}} \times 100$ <p>DÉNOMINATEUR : Nombre d'habitants en 2020-2021</p>
Unité de mesure	Litre (l)/habitant
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Lait nature • Jus de fruits 100 % purs • Boissons aux fruits • Boissons gazeuses régulières • Boissons gazeuses diètes • Lait aromatisés • Boissons énergisantes • Boissons végétales • Jus de légumes • Eau plate • Eaux gazeuses • Boissons au thé ou au café
Exemple	Nombre de litres de boissons aux fruits achetés par habitant, Province du Québec, 2020-2021

Volume d'achats des catégories de boissons par habitant selon les lignes directrices du Guide alimentaire canadien de 2019 par réseau d'approvisionnement

Description de l'indicateur	Volume d'achats annuels en litres par habitant du total des douze catégories de boissons selon la valeur nutritive réparties entre les quatre réseaux d'approvisionnement.
Utilité de l'indicateur	Quantifier l'importance et le sens (augmentation ou diminution, comparativement aux années précédentes) de l'évolution des volumes d'achats annuels (l) par habitant des différentes catégories de boissons réparties selon leur classe nutritionnelle en 2020-2021 pour les quatre réseaux d'approvisionnement. Fournir une approximation de l'importance relative occupée par les différentes boissons dans l'alimentation de la population.
Méthode de calcul	<p>NUMÉRATEUR : Nombre de litres achetés de la catégorie visée par réseau</p> <p style="text-align: center;">_____ x 100</p> <p>DÉNOMINATEUR : Nombre de litres total de la catégorie visée par habitant</p>
Unité de mesure	Litre (l)/habitant
Catégories de boisson	<ul style="list-style-type: none"> • Boissons à privilégier • Boissons à limiter • Boissons sucrées
Exemple	Nombre de litres de boissons sucrées achetées par habitant en dépanneurs et stations-service, Province du Québec, en 2020-2021

ANNEXE 3 RÉSULTATS SUPPLÉMENTAIRES

Tableau 10 Proportion des achats des boissons par catégorie de boissons, selon le réseau d'approvisionnement, au Québec en 2020-2021

	Supermarchés et magasins à grande surface	Marchandiseurs généraux et clubs entrepôts	Dépanneurs et stations-service	Pharmacies
Ensemble des catégories	82,0 %	9,2 %	6,4 %	4,0 %
Eaux gazeuses	82,6 %	11,9 %	2,1 %	3,3 %
Eau plate	80,6 %	7,6 %	4,6 %	7,2 %
Lait nature	80,0 %	10,5 %	7,8 %	1,8 %
Boissons gazeuses régulières	80,5 %	6,6 %	7,6 %	5,3 %
Jus de fruits 100 % purs	85,9 %	11,6 %	1,3 %	1,1 %
Boissons aux fruits	83,4 %	8,1 %	7,2 %	1,4 %
Jus de légumes	83,3 %	15,0 %	1,2 %	0,5 %
Boissons gazeuses diètes	80,4 %	8,0 %	4,3 %	7,3 %
Boissons végétales	86,5 %	12,1 %	0,5 %	1,0 %
Boissons au thé ou au café	82,6 %	5,8 %	8,1 %	3,5 %
Laits aromatisés	75,6 %	16,7 %	5,6 %	2,2 %
Boissons énergisantes	24,9 %	5,0 %	67,6 %	2,4 %

Figure 8 Répartition des boissons achetées (litres) dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec en 2020-2021

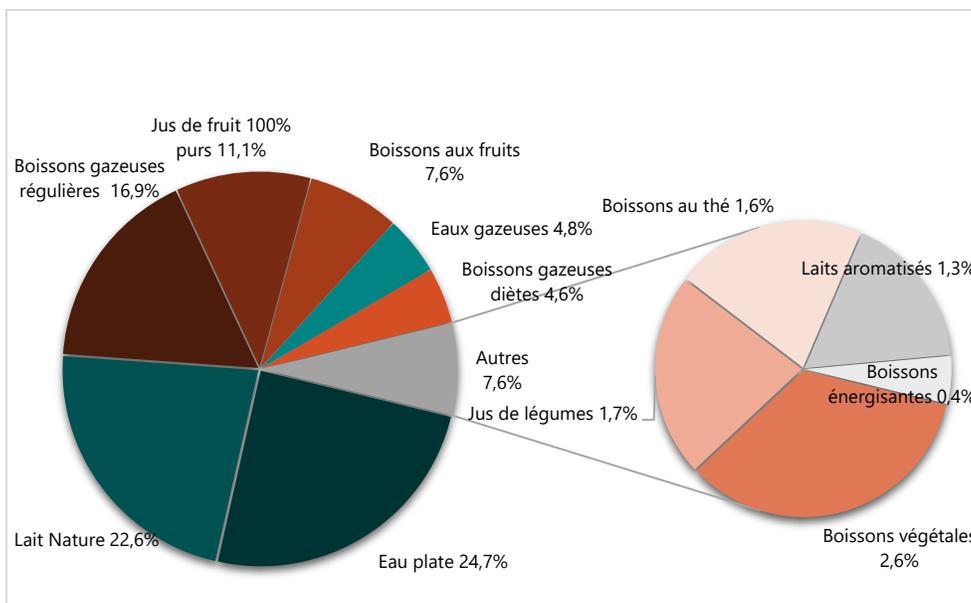
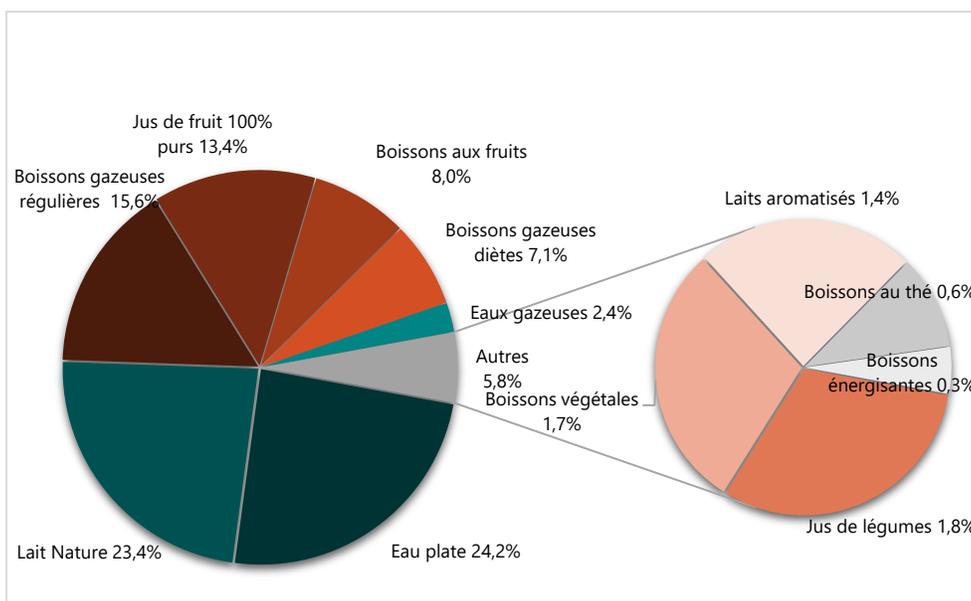


Figure 9 Répartition des boissons achetées (litres) dans les supermarchés et magasins grande surface au Québec en 2015-2016



Centre d'expertise et
de référence en santé publique

www.inspq.qc.ca