

## SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION DE MONTRÉAL

# Un grand cru 2016

16 avril 2016 | Philippe Mollé - *Philippe Mollé est conseiller en alimentation. On peut l'entendre toutes les semaines à l'émission «Samedi et rien d'autre» à ICI Radio-Canada Première.* | Alimentation



Photo: SIAL

Si le développement rime avec les microbrasseries qui s'installent un peu partout en région et les fromageries qui se concurrencent souvent sur les mêmes types de produits, bon nombre de petits artisans se sentent oubliés du gouvernement et peinent à se faire reconnaître.

Jamais le Salon international de l'alimentation de Montréal (SIAL) n'a connu un tel engouement que cette année. Ce grand rassemblement de l'agroalimentaire rejoint des artisans et des industriels du monde entier, qui misent sur l'événement pour promouvoir des produits de toutes sortes. Plusieurs pays sont présents pour attirer les acheteurs potentiels.

Un tel salon, qui a lieu tous les deux ans à Montréal, est aussi une occasion pour les chercheurs de tendances de prédire notre avenir alimentaire. C'est en fait un véritable laboratoire consacré au goût et qui met la table pour les cinq années à venir.

Le prêt-à-manger s'affiche désormais comme un fait de société, mais le plaisir et la santé sont étroitement liés à la demande du public. Il n'empêche que, si les consommateurs portent un intérêt croissant à l'environnement, ainsi qu'aux produits du terroir et de proximité, ils sont aussi enclins, surtout les plus jeunes, à vouloir découvrir le monde par les aliments.

Les produits exotiques sont bien attrayants chez les 30-50 ans, tandis que les consommateurs plus âgés, plus conservateurs, restent attachés aux traditions. La restauration rapide, elle, est en quête d'une nouvelle image plus « santé-plaisir » pour séduire les plus sensibles envers leur alimentation.

Dans le prêt-à-manger, par exemple, les rôtisseries St-Hubert arrivent avec un mélange audacieux emprunté à la gastronomie sous le nom de « cromesquis ». Ce mélange sous forme de croquettes, rebaptisé pour la cause « bouchées de poutine », vient titiller les amateurs de poutine avec une recette composée de fromage, de pomme de terre et d'une sauce brune. Dans cette recette, adieu le poulet : on vise plutôt les aspects appartenance au patrimoine et consommation rapide, tout en conservant l'image de marque.

Si le salon de Montréal est sensiblement axé sur l'Amérique du Nord, l'Asie et l'Europe y sont toujours bien présentes, autant pour l'écoute que pour y tester un marché riche de plusieurs centaines de millions de consommateurs de plus en plus renseignés sur leur alimentation.

Avec 850 exposants et plus de 15 000 visiteurs, le SIAL se présente désormais comme un grand salon qui déplace autant de monde que le célèbre Fancy Food Show de New York.

## **Des retombées pour le Québec ?**

Il est grand temps que le Québec s'affiche ouvertement non seulement comme une destination gastronomique, mais aussi comme un pôle reconnu pour ses entreprises et ses artisans de la transformation alimentaire.

Si le développement rime avec les microbrasseries qui s'installent un peu partout en région et les fromageries qui se concurrencent souvent sur les mêmes types de produits, bon nombre de petits artisans se sentent oubliés du gouvernement et peinent à se faire reconnaître. Leurs entreprises ne leur permettent pas d'accéder au marché canadien autant qu'international, qui implique des réglementations souvent lourdes et contraignantes.

Un salon comme le SIAL sert à déployer notre savoir-faire, mais permet aussi aux visiteurs étrangers d'apprécier notre qualité de vie, la particularité culturelle québécoise et le bilinguisme local, notamment. Certains visitent la Belle Province pour la toute première fois.

Les échanges que peuvent avoir les entrepreneurs d'ici avec ceux d'ailleurs sont tout aussi bénéfiques et offrent, avec les accords de libre-échange, une nouvelle vision de l'avenir et des exportations.

On constate, depuis plusieurs années, les efforts qui sont mis sur l'écologie, la traçabilité et les origines des produits vendus. Le consommateur d'aujourd'hui ne se limite plus au seul qualificatif de « produit fait maison », mais souhaite en connaître l'histoire et le contenu.

Avec l'industrie touristique, le secteur de l'agroalimentaire génère des retombées économiques non négligeables qui permettent la création d'emplois, tant en région qu'à Montréal.

Pour les organisateurs du SIAL, 2016 aura été un grand cru. Ce sera à Toronto, l'année prochaine, d'user de son charme pour renouveler le coup d'éclat du salon de Montréal. Notre alimentation dépend désormais de nos valeurs.

Des valeurs qui s'interprètent différemment suivant le pays, la culture, la religion et l'ouverture d'esprit.