

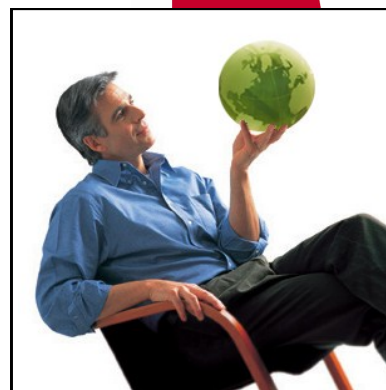


**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT D'ANALYSE DU MARCHÉ | JUIN 2010



Tendances du marché Des aliments de santé et de mieux-être au Brésil



Tendances du marché

Des aliments de santé et de mieux-être au Brésil



► RÉSUMÉ

Cinquième économie mondiale, le Brésil est la principale économie d'Amérique latine. C'est aussi le plus grand pays d'Amérique du Sud, le plus peuplé, celui dont le produit intérieur brut (PIB) est le plus élevé et celui dont les échanges commerciaux sont les plus nombreux.

Le Brésil est un géant dont la population parle portugais dans un continent hispanophone. Au cours de la dernière décennie, le pays a entrepris des réformes sociales et économiques et a noué des liens plus étroits avec ses voisins et d'autres pays. Le Brésil, une économie émergente est une fédération constituée de 26 États qui regroupent une population d'environ 190 millions de personnes (2009) (27,1 p. 100 de 0 à 14 ans, 67,2 p. 100 de 15 à 64 ans et 5,7 p. 100 de 65 ans et plus).

Le pouvoir d'achat de la population brésilienne a augmenté et celle-ci apprécie les produits alimentaires innovateurs, salubres et de première qualité. Donc, même s'il est un important concurrent du Canada, son statut de marché émergent fait en sorte que le Brésil est ciblé par les initiatives d'expansion des entreprises et du commerce agricoles du Canada.

Comme le Brésil est une économie émergente, elle regroupe un pourcentage assez élevé de personnes que l'on peut qualifier de riches, un pourcentage extrêmement élevé de personnes qui vivent dans la pauvreté et une très petite classe moyenne qui est par ailleurs en pleine croissance. Parallèlement à l'augmentation des revenus, la consommation d'aliments a progressé dans toutes les tranches de revenus. En raison de l'intérêt des consommateurs brésiliens pour le lien existant entre régime alimentaire et santé, le nombre de demandes d'information au sujet des aliments fonctionnels a augmenté. Le vieillissement de la population et l'intérêt croissant pour le bien-être par le régime alimentaire font partie des facteurs qui ont stimulé cet intérêt.

Le Brésil est considéré comme le moteur du commerce en Amérique du Sud et bon nombre considèrent que cette démocratie revêt une importance prépondérante sur le continent sud-américain. Malgré l'immensité de son territoire, la population et la richesse matérielle sont surtout concentrées le long de la côte Atlantique, à l'est du pays. Ses deux principales villes, São Paulo et Rio de Janeiro, renferment 17 p. 100 de la population.

Les définitions utilisées pour les catégories santé et mieux-être du présent document, regroupées à l'annexe A, à la fin du rapport, sont celles utilisées par Euromonitor International et Mintel, car elles sont généralement reconnues et acceptées.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Données sur le marché</i>	3
<i>Tendances économiques</i>	4
<i>Tendances de la consommation</i>	4
<i>Tendances du marché des aliments de la santé et de mieux-être</i>	5
<i>Tendances du marché de détail</i>	5
<i>Aliments enrichis/fonctionnels</i>	6
<i>Aliments meilleurs pour la santé</i>	7
<i>Nutraceutiques</i>	8
<i>Vitamines</i>	8
<i>Aliments frais et naturels</i>	9
<i>Canaux de distribution</i>	9
<i>Entreprises</i>	10
<i>Nouveaux Produits</i>	10
<i>Annexe A - Définitions</i>	12

« Le désir d'améliorer leur mieux-être par le régime alimentaire est l'un des facteurs qui alimentent l'intérêt des Brésiliens pour des produits alimentaires salubres et de première qualité. »



Source : Planet Retail LTD



► DONNÉES SUR LE MARCHÉ

Ventes au détail sur le marché de la santé et du mieux-être du Brésil, en millions \$US

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Santé et mieux-être – compléments alimentaires	1 159,2	1 340,6	1 472,5	1 639,0	1 769,3	1 927,7
Santé et mieux-être – aliments et boissons	11 282,6	12 448,3	14 148,7	15 858,5	17 535,1	19 806,6

Source : Euromonitor International : Rapports sur la santé et le mieux-être

Ventes sur le marché des aliments et boissons du Brésil, en millions \$US

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aliments et boissons biologiques	30,4	37,4	42,4	48,9	55,9	59,2
Aliments et boissons enrichis/ fonctionnels	3 334,6	3 797,3	4 035,9	4 644,0	5 357,3	5 632,8
Aliments et boissons meilleurs pour la santé	2 778,0	3 103,6	3 470,4	4 168,5	4 941,0	5 303,1

Source : Euromonitor International : Rapports sur la santé et le mieux-être

Ventes sur le marché des compléments alimentaires au Brésil, en millions \$US

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Vitamines et compléments alimentaires	649,5	729,5	799,1	866,6	950,4	1 028,0
Produits à base d'herbes et produits traditionnels	262,5	306,6	348,6	401,0	419,8	454,5
Produits amaigrissants	167,2	220,2	236,7	258,6	297,4	329,6
Produits de nutrition sportive	53,6	58,3	61,9	66,5	73,6	80,7

Source : Euromonitor International : Rapports sur la santé et le mieux-être



► TENDANCES ÉCONOMIQUES

L'économie brésilienne dépasse de loin celle de tous les autres pays d'Amérique du Sud et est de plus en plus présente sur les marchés internationaux, grâce à ses secteurs importants et bien développés de l'agriculture, des mines, de la fabrication et des services.

Comme l'indique le résumé du présent rapport, le Brésil est considéré comme le moteur du commerce en Amérique du Sud et comme la principale démocratie du continent. Malgré sa taille importante, sa population est surtout concentrée le long de la côte est. Les deux principales villes du pays, São Paulo et Rio de Janeiro, regroupent 17 p. 100 de la population et, par voie de conséquence, la majorité de la richesse matérielle du pays.

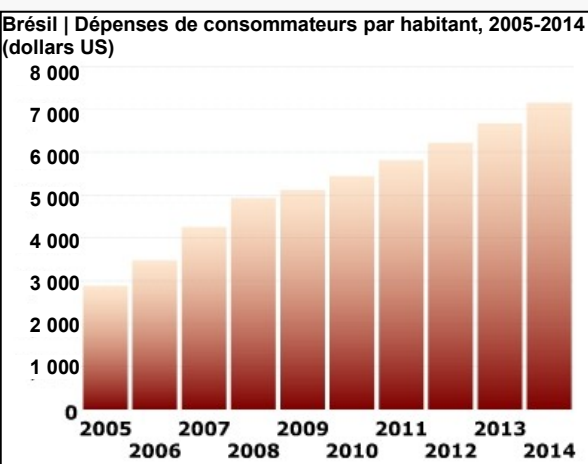
Comme sa population vieillit, les habitudes de dépenses et de consommation du Brésil commencent à ressembler à celles que l'on observe en Amérique du Nord, en raison du revenu disponible plus élevé de ce segment de la population. L'amélioration de la situation économique et l'industrialisation accrue des régions les plus pauvres du pays ont un effet positif sur tout un éventail de secteurs économiques, notamment les voyages et le tourisme, les loisirs, la restauration et les aliments prêts-à-servir, les transports, les soins de santé, les aliments fonctionnels, les produits d'hygiène et de soins personnels et ainsi que les services financiers.

Cette transformation s'est traduite par une croissance du secteur des aliments de santé et de mieux-être offerts dans les supermarchés et les pharmacies. La tendance s'observe davantage dans les quartiers familiaux, car les gens qui se déplacent vers les banlieues veulent y retrouver les commodités de la vie urbaine moderne.

Villes du Brésil selon le nombre d'habitants (2005)		
1.	São Paulo	19 037 487
2.	Rio de Janeiro	11 570 524
3.	Belo Horizonte	5 391 284
4.	Porto Alegre	3 978 263
5.	Recife	3 599 181
6.	Brasília	3 454 961
7.	Salvador	3 350 523
8.	Fortaleza	3 349 826
9.	Curitiba	3 141 366
10.	Campinas	2 633 938
11.	Belém	2 042 530
12.	Goiânia	1 897 961
13.	Manaus	1 644 690

► TENDANCES DE CONSOMMATION

Les Brésiliens ont un régime alimentaire relativement sain constitué principalement d'aliments frais. Les Brésiliens suivent les tendances internationales et sont maintenant plus enclins à acheter des produits à faible teneur en gras ou sans gras. La consommation d'aliments biologiques ne s'est toutefois pas développée aussi rapidement, en raison principalement du faible revenu de la majorité de la population brésilienne.



Source : Planet Retail LTD

Aujourd'hui, les Brésiliens ont tendance à prendre en moyenne trois repas par jour tandis que dans le passé, ils en consommaient quatre. Ce changement marqué de la consommation est un signe des temps. On observe en effet une occidentalisation des habitudes de consommation des Brésiliens. Au cours de la dernière décennie, les aliments emballés, comme les produits laitiers, sont devenus de plus en plus populaires dans les grands centres, auprès d'une société qui consomme généralement des aliments dont la valeur nutritionnelle est plus élevée que celle des générations précédentes

Il est devenu plus courant de manger à l'extérieur. On note en effet que 3,7 p. 100 du PIB par habitant est consacré à l'achat d'aliments, de boissons et de collations préparés dans des comptoirs alimentaires. Les citoyens dépensent beaucoup plus pour manger à l'extérieur que ceux des régions rurales.



► TENDANCES DU MARCHÉ DES ALIMENTS DE SANTÉ ET DE MIEUX-ÊTRE

D'importants débouchés commencent à émerger pour les céréales et oléagineux dans le secteur brésilien des aliments de santé et de mieux-être. Grâce aux mesures novatrices adoptées par des transformateurs d'aliments, on est en voie de trouver de nouvelles utilisations pour les céréales dans les produits de santé et de mieux-être, particulièrement en boulangerie et dans les céréales pour petit déjeuner. Par exemple, les oléagineux sont utilisés pour améliorer le contenu santé des gras tartinables comme le beurre et la margarine.

Au Brésil, les jus de fruits représentent un marché important dont la croissance devrait être importante à moyen terme, car les consommateurs sont en train de délaisser les jus qu'ils pressent eux-mêmes pour des jus prêts-à-boire. Ce changement, observé depuis cinq ans, devrait se poursuivre au cours des cinq prochaines années.

Les produits biologiques, qui ne représentent qu'un faible pourcentage des ventes d'aliments, ne sont pas encore très populaires au Brésil. On les croit généralement trop coûteux pour le consommateur moyen.

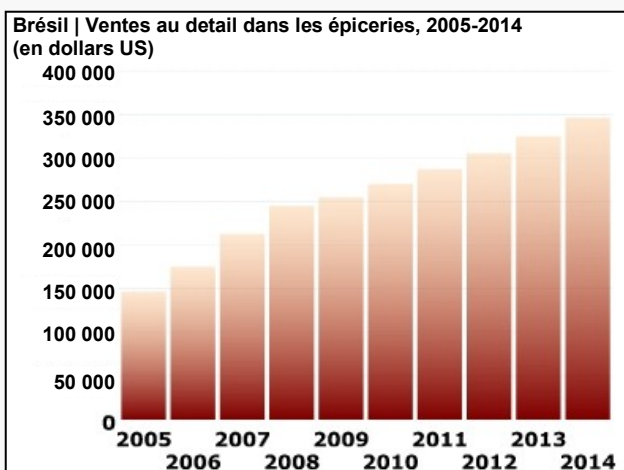
Le yogourt congelé offre un excellent débouché aux entreprises qui souhaitent innover sur le marché brésilien. Les yogourts, particulièrement les probiotiques, sont rapidement devenus très populaires, de même que la crème glacée. Ces deux tendances indiquent que le marché du yogourt congelé, qui n'a pas encore été exploité, pourrait très bien réussir, si ce produit était présenté comme une solution de rechange très goûteuse et saine à la crème glacée.

► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL

Les produits de santé et de mieux-être (particulièrement les aliments fonctionnels) ont connu de bons résultats globalement, même en période de récession économique, car les consommateurs veulent adopter un mode de vie plus sain. Les entreprises qui ont investi dans des produits innovateurs ont donc constaté un accroissement de leurs ventes.

Dans les villes, les hypermarchés et les supermarchés sont très populaires pour l'achat d'aliments, surtout chez les consommateurs à revenu élevé et moyen. Les petits magasins sont plus populaires auprès des consommateurs à faible revenu. Cependant, de grosses chaînes comme Wal-Mart et Carrefour ont déployé beaucoup d'efforts pour pénétrer ce segment du marché, comme en témoigne l'achat de chaînes régionales et de magasins indépendants pour accéder au marché.

L'utilisation d'ingrédients génétiquement modifiés est sévèrement réglementée au Brésil, mais elle est encore répandue dans les aliments transformés en raison de la difficulté d'effectuer des tests pour vérifier s'ils ont été modifiés génétiquement après la production. Les produits renfermant plus de 1 p. 100 d'ingrédients génétiquement modifiés doivent porter une étiquette spéciale indiquant qu'ils ont été modifiés génétiquement. Cette pratique est rarement observée au Brésil.



Source : Planet Retail LTD



Brésil : Cinq principaux détaillants en 2009

Entreprise	Nombre de magasins	Superficie de vente (pi ²)	Superficie de vente moyenne (pi ²)	Ventes de la bannière en 2009 (millions \$US)	Part du marché (%)
Casino	1 089	19 170 223	17 604	14 737	8,8
Carrefour	590	15 856 693	26 876	13 686	8,2
Wal-Mart	379	20 665 061	54 525	10 881	6,5
Lojas-Americanas	478	6 381 104	13 350	5 959	3,6
SHV-Makro	69	5 251 701	76 112	3 023	1,8
Subtotal	2 605	67 324 782		48 286	29,0
Other				118 418	71,0
Total				166 704	100,0

Source : Planet Retail

▶ ALIMENTS ENRICHIS/FONCTIONNELS

Les aliments fonctionnels et enrichis accaparent le plus gros pourcentage du marché des aliments de santé et de mieux-être au Brésil. En 2008, leur pourcentage a augmenté de 8 p. 100 et leurs ventes ont dépassé 4 milliards \$US (Euromonitor). Si l'on ajoute les boissons fonctionnelles, le chiffre dépasse 5 milliards \$US, compte tenu des boissons énergisantes, dont la consommation a augmenté de 26 p. 100.

En général, les consommateurs brésiliens soucieux de leur santé ont l'impression que les aliments enrichis et fonctionnels sont utiles pour améliorer l'état de santé, par exemple en cas d'hypertension artérielle, de maladies cardiaques, de taux de cholestérol élevé, de problèmes de digestion, de problèmes de santé féminine, d'ostéoporose, de stress et de fatigue.

Les produits laitiers dominent les ventes dans ce secteur, avec un pourcentage de 59 p. 100. Le principal moteur de cette croissance est le vieillissement de la population et, par conséquent, le nombre plus élevé de consommateurs préoccupés par leur santé, entre autres les problèmes de poids ou intestinaux. Les yogourts probiotiques sont très populaires au Brésil, car les deux marques principales de yogourt sur ce marché sont également des probiotiques. Ces yogourts se vendent bien en raison de leurs allégations santé, particulièrement le fait que le produit peut aider à prévenir un transit intestinal lent, un problème de santé majeur chez les Brésiliens. Le yogourt probiotique est la catégorie alimentaire la plus dynamique, avec une croissance de 26 p. 100 chez Dairy Partners Americas Brasil et chez Danone, qui occupent respectivement 31 p. 100 et 11 p. 100 de la catégorie des aliments fonctionnels enrichis.

Les aliments « de beauté » bons pour la peau sont également très populaires, et sont enrichis d'ingrédients comme la vitamine E, le collagène, le céramide et l'acide hyaluronique.

L'introduction de riz enrichi représente une tendance importante. Des entreprises ont commencé à utiliser des produits de soja pour enrichir le riz en lui ajoutant des éléments nutritifs et en le présentant comme un produit de santé de qualité supérieure.



Les boissons pour sportifs gagnent en popularité au sein de la classe moyenne, tendance qui va de pair avec le fait que le consommateur est de plus en plus conscient de la nécessité de remplacer l'eau, les électrolytes et les autres minéraux éliminés pendant une activité physique intense.

Le marché des céréales pour petit déjeuner offre aussi de nombreux débouchés. La demande sur ce marché dépend de la croissance de produits à teneur en fibres très élevée comme le Muesli, qui est le sous-secteur le plus solide de ce marché. Kellogg Brasil & Cia domine le marché au chapitre de l'innovation et de la part de marché.

Les aliments fonctionnels témoignent en outre de la quantité phénoménale de nouveaux produits développés et de la créativité de ce secteur. Par exemple, les confiseries enrichies et fonctionnelles, d'une valeur commerciale de 560 millions \$US (Euromonitor) représentaient en 2004 10 p. 100 des ventes de confiseries.

Les produits de boulangerie du Brésil traversent une période d'innovation reliée précisément à l'enrichissement nutritif des aliments. L'innovation est particulièrement importante sur le marché des produits de boulangerie en raison de la nature très compétitive de ce secteur.

Au Brésil, les aliments fonctionnels doivent être enregistrés. Les entreprises doivent également faire la preuve que leurs allégations sont exactes, que leurs produits sont salubres et que des méthodes de contrôle de la qualité sont en place.

▶ ALIMENTS MEILLEURS POUR LA SANTÉ

Les marchés de la viande transformée, réfrigérée et congelée se dirigent actuellement vers des produits de qualité supérieure et des produits allégés. Tandis que les premiers sont principalement axés sur l'amélioration de la saveur, les produits allégés ont une teneur réduite en gras pour répondre à la demande des consommateurs qui veulent des aliments plus sains.

Des entreprises ont lancé des versions plus saines d'aliments traditionnels, comme les salgadinhos (amuse-gueule). Dans le passé, ces aliments à grignoter étaient frits, mais des producteurs novateurs ont lancé des versions cuites au four, qui sont perçues comme des solutions de rechange saines.

Dans le segment des céréales pour petit déjeuner, les entreprises commencent à offrir des versions faibles en gras et sans sucre de céréales à teneur élevée en fibres, pour saisir une part du marché.

Un secteur peu desservi du marché des produits de boulangerie du Brésil est celui des gâteaux meilleurs pour la santé. Les gâteaux réduits en gras et en sucre sont rares, mais ils pourraient devenir rapidement populaires au Brésil, en raison des préoccupations sur le contenu calorique de ces aliments.

Les consommateurs cherchent aussi à remplacer les huiles et les gras trans et remplis de cholestérol. Cependant, les consommateurs de ce marché ne semblent pas faire la distinction entre ce que l'on appelle le bon et le mauvais cholestérol. Cette confusion est peut-être due à un manque d'information. Par conséquent, les ventes de gras et d'huiles tartinables, comme la margarine et le beurre, ont reculé, parce que les consommateurs croient que ces produits augmenteront leur consommation de cholestérol et de gras trans.

Selon le rapport de Datamonitor concernant les tendances sur le marché brésilien, les modèles de consommation de la population du Brésil sont similaires à ceux du reste du monde. Le secteur brésilien des produits meilleurs pour la santé connaîtra une augmentation marquée. Les régimes à teneur réduite en calories et les étiquettes indiquant des produits peu caloriques se généralisent et augmenteront au même rythme qu'ailleurs dans le monde. La vente d'aliments frais, de fruits, de yogourts, de barres, de hors-d'œuvre et de repas maison doublera.



▶ NUTRACEUTIQUES

La majorité du potentiel de croissance des aliments nutraceutiques résulte de l'évolution démographique, étant donné que le Brésil a modifié considérablement ses habitudes de consommation au cours des dernières décennies.

Comme en Amérique du Nord et ailleurs dans le monde, le Brésil connaît une épidémie de surpoids et d'obésité, surtout dans les centres urbains, où l'image corporelle est extrêmement importante. De plus, la population vieillissante s'inquiète du risque accru de contracter des maladies comme le diabète, les cardiopathies et le cancer. La population en général est donc maintenant davantage sensibilisée à l'importance d'adopter un mode de vie, et notamment un régime alimentaire, plus sain. Cette prise de conscience est illustrée par l'émergence de restaurants offrant des aliments allégés, qui proposent des aliments et des collations sains et pratiques. Ce type de restaurant commence à entamer sérieusement la part de marché des établissements de restauration rapide.

Soulignons également la catégorie des aliments de régime dont la croissance est régulière au Brésil. Le marché des produits amincissants pourrait atteindre 550 millions \$US d'ici la fin de la décennie.

Les industries des nutraceutiques et des aliments fonctionnels du Brésil se divisent grosso modo en deux grands secteurs industriels : le marché des produits en vente libre et celui des aliments de santé et de mieux-être. Aucun de ces marchés n'a atteint la maturité, ce qui indique qu'il existe un bon potentiel de croissance pour l'avenir.

Le marché des aliments en vente libre a été affecté par l'économie mondiale et par les efforts déployés par le gouvernement pour établir des contrôles de prix. La consommation s'est aussi légèrement repliée, ce qui indique l'absence d'intérêt des consommateurs pour ce qu'ils considèrent souvent comme des achats superflus.

Les pharmacies demeurent le principal mode de distribution des produits en vente libre, tant les chaînes que les détaillants indépendants. Mais, les propriétaires de pharmacies indépendantes nouent souvent des alliances avec d'autres indépendants, et utilisent leur pouvoir d'achat pour obtenir de meilleurs prix.

▶ VITAMINES

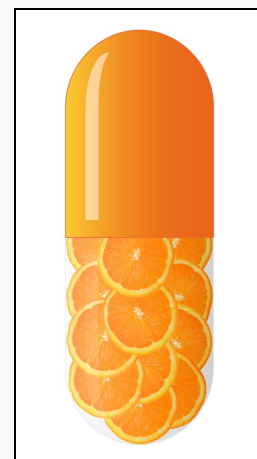
La croissance des vitamines a continué de doubler en 2008, avec une augmentation de 11 p. 100 de sa valeur. Les multivitamines représentent la majorité des ventes de vitamines et sont à l'origine de la solide performance de ce secteur.

La croissance dynamique des multivitamines a attiré davantage d'investissements de la part des compagnies pharmaceutiques, qui ont élargi leur portefeuille de vitamines en y ajoutant des produits destinés à un segment précis de la population.

La vitamine C est la vitamine la plus populaire car elle est associée à la prévention des rhumes et des gripes. L'hiver, entre mai et juillet, les fabricants investissent beaucoup dans la publicité à la télévision et dans les revues pour faire la promotion de leurs marques, à grand renfort d'allégations selon lesquelles l'ajout de minéraux ou de glucose contribue à fortifier le corps.

Les vitamines pour enfants ne sont pas populaires au Brésil. Plutôt que de leur donner des vitamines conçues pour eux, les parents préfèrent leur servir des aliments enrichis, riches en vitamines et en minéraux.

Les produits antioxydants, qui combattent les radicaux libres et ralentissent les signes du vieillissement, comme la vitamine E, le lycopène et l'extrait de pépin de raisin, sont un secteur important à explorer, car les Brésiliens semblent préoccupés par leur apparence.





▶ ALIMENTS FRAIS ET NATURELS

Il existe un vaste marché pour les aliments frais et les aliments qui présentent des avantages pour la santé. En 2008, les Brésiliens ont consommé 171 millions de tonnes d'aliments frais.

Comme la majorité des Brésiliens n'ont pas les moyens de payer un supplément pour les aliments biologiques, ce marché est très restreint. La croissance rapide de ce sous-secteur entre 2004 et 2009, serait principalement attribuable à l'augmentation de la richesse des consommateurs des grands centres urbains.

Les fromages de spécialité ne sont demandés que par un petit segment riche de la population. Généralement, comme les Brésiliens ne peuvent se payer ce type de fromage, ils achètent des fromages sans marque, moins chers.

Le marché de la confiserie en chocolat du Brésil délaisse le chocolat au lait pour le chocolat noir, en partie à cause des avantages que celui-ci aurait pour la santé. Cette tendance se limite toutefois aux Brésiliens plus riches qui peuvent se permettre de payer plus cher pour le chocolat noir.

Le marché des jus de fruits et de légumes est important au Brésil, représentant près de 2 milliards \$US en ventes au détail. La majorité des jus vendus dans ce pays sont classés comme des nectars. Un nectar contient entre 25 et 99 p. 100 de jus et renferme de la pulpe. Les jus à 100 p. 100 purs ne sont pas aussi populaires en raison de leur coût. Les principaux consommateurs de ce jus à 100 p. 100 est le segment des femmes de plus de 50 ans. Enfin, les boissons aux fruits (moins de 25 p. 100 de jus) est le segment du marché des fruits et légumes dont la croissance est la plus rapide. Ces produits sont consommés pour leur goût.

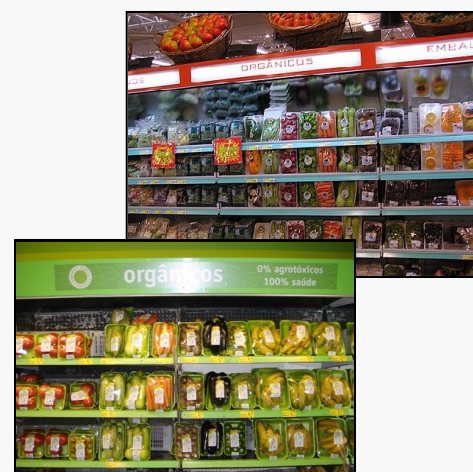
▶ CANAUX DE DISTRIBUTION

Comme le montre Euromonitor, les supermarchés et, en particulier, les hypermarchés, sont de plus en plus importants dans les canaux de distribution. Les hypermarchés brésiliens vendent environ 80 p. 100 des aliments et boissons de santé et de mieux-être.

Brésil. Ventes au détail d'aliments et de boissons de santé et de mieux-être, par canal de distribution

Millions \$US	2004	2005	2006	2007
Ventes au détail en magasin	11250,4	12400,0	14047,6	15783,2
Supermarchés/hypermarchés	10882,8	11929,4	13478,2	15118,3
Magasins de vente au rabais	287,8	364,5	435,1	504,0
Petits détaillants en alimentation	46,6	63,2	79,9	95,3
Dépanneurs	-	-	-	-
Petites épiceries indépendantes	38,9	53,5	67,5	79,8
Magasins rattachés à une station-service	7,7	9,8	12,4	15,5
Autres ventes au détail en magasin	33,2	42,9	54,3	65,6
Autres détaillants en alimentation	27,6	35,9	45,6	55,6
Détaillants non alimentaires	5,5	7,0	8,7	10,0
Ventes au détail hors magasin	32,1	48,4	61,7	75,2
Distributeurs automatiques	-	-	-	-
Achats à domicile	-	-	-	-
Ventes au détail en ligne	32,1	48,4	61,7	75,2
Ventes directes	-	-	-	-
Total	11282,5	12448,4	14109,3	15858,4

Source : Euromonitor



Source : Planet Retail LTD



▶ ENTREPRISES

Les principales entreprises ont commencé à mettre l'accent sur le contenu nutritionnel de leurs produits et à l'annoncer, car les Brésiliens sont plus au courant des tendances internationales qui préconisent de saines habitudes alimentaires.

Dans l'allée des boissons, Kraft et Nestlé occupent le haut du pavé, avec plus de 64 p. 100 des boissons fonctionnelles froides et chaudes en 2007.

Activia (Danone), arrivé au Brésil en 2004, est aujourd'hui la principale marque dans le secteur des produits laitiers frais, avec 14 p. 100 de la part du marché national.

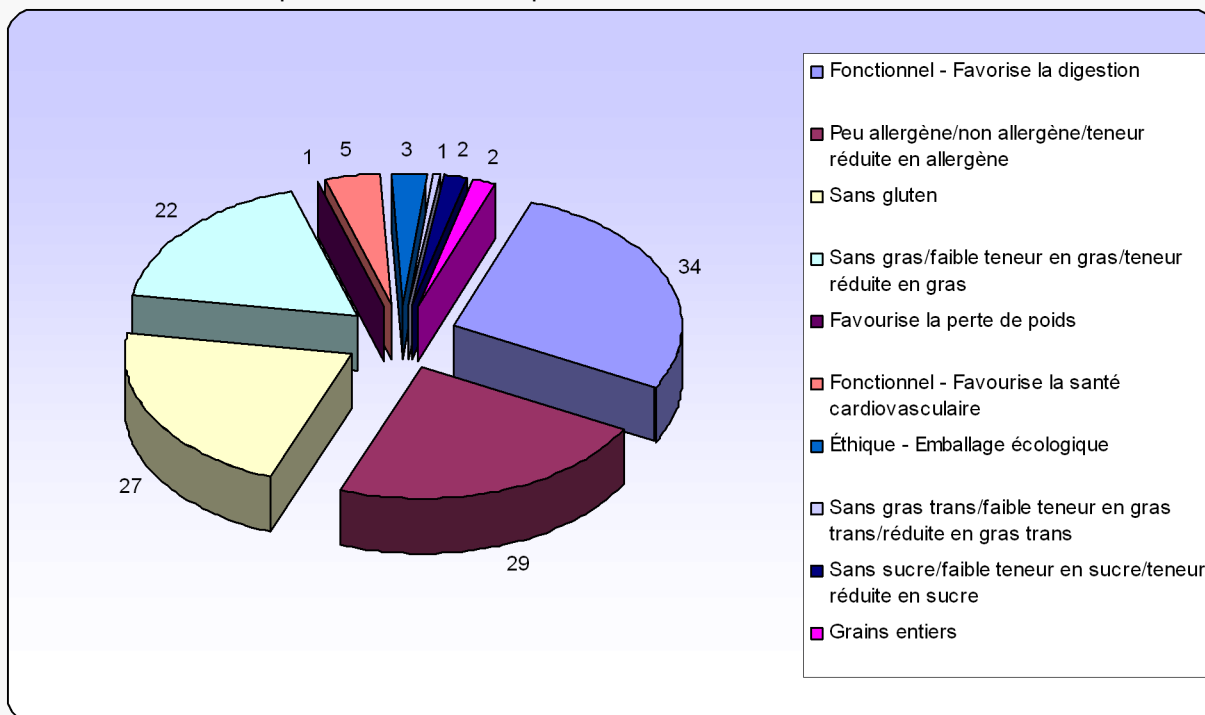
Il est prévu que la taille du marché des boissons au soja doublera en Amérique latine. Actuellement, le Brésil est le principal consommateur de boissons de soja en Amérique latine et il devrait continuer d'être l'un des principaux marchés de ce produit au cours des cinq prochaines années. AdeS (propriété de Unilever) est actuellement la marque principale au Brésil et elle est commercialisée comme un jus de fruits plutôt que comme une boisson de soja.

Brésil – Répartition du marché selon l'entreprise (nom du propriétaire mondial de la marque) Ventes au détail en millions \$US	Taux de croissance annuel (%)				
	2005	2006	2007	05/06	06/07
Nestlé SA	1337,7	1392,1	1468,7	4,1	5,5
Cadbury Schweppes Plc	735,2	851,3	885,9	15,8	4,1
Coca-Cola Co, The	616,2	460,5	646,9	-25,3	40,5
Danone, Groupe	360,7	419,5	554,2	16,3	32,1
PepsiCo Inc	264,9	331,0	472,3	24,9	42,7
Kraft Foods Inc	325,8	363,3	466,5	11,5	28,4
Perdigão Agroindustrial SA	4,5	197,1	256,6	4307	30,2
Yakult Honsha Co Ltd	178,3	183,6	242,2	3,0	31,9
Edson de Queiróz, Grupo	190,2	195,9	200,8	3,0	2,5
Unilever Group	197,7	211,8	185,5	7,1	-12,4

Source : Euromonitor

▶ NOUVEAUX PRODUITS

Nombre de nouveaux produits fonctionnels présentés – Brésil 2009



Source : Mintel

Voici quelques échantillons de nouveaux produits lancés sur le marché brésilien en 2009.



Source : Mintel GNPD

Description du produit

Verde Campo Bio+ Yogurte Bebivel Semi Desnatado (boisson au yogourt semi-écrémé) disponible dans les saveurs d'orange, de carotte et de miel. La boisson est enrichie de bifidobactéries pour faciliter la régularité intestinale, de fibres pour faciliter la digestion et d'un mélange de céréales. Le produit ne contient aucun sucre ajouté et est offert en bouteille de 500 grammes.

Entreprise : Verde Campo

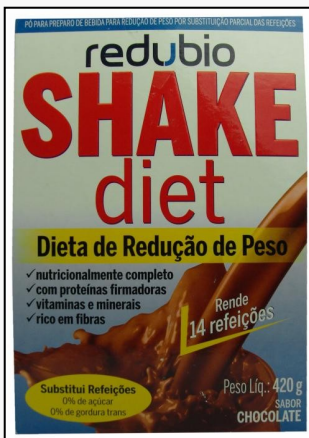
Description du produit

Dicel Farinha de Trigo Integral (farine de blé intégrale). Ce produit riche en fibres est disponible en emballage de 500 grammes. On trouve également la Farinha de Linhaca (farine de graines de lin), qui peut être ajoutée aux gâteaux, pains, barres granolas, pâtisseries, biscuits et boissons fouettées. On dit que le produit est riche en oméga-3, en fibres, en protéines et en minéraux. Selon le fabricant, ce produit favorise également la digestion et réduit le cholestérol. La farine facilement absorbable ne contient pas de gluten et est disponible en emballage de 150 grammes.

Entreprise : Indústria e Logística Westhonklauss Constante



Source : Mintel GNPD



Source : Mintel GNPD

Description du produit

Redubio Shake Diet offers P6 para Preparo de Bebida para Redugao de Peso (boisson frappée favorisant la perte de poids). Il s'agit d'une poudre faible en gras qui remplace un repas et ne contient ni sucre ni gras trans. Ce produit sans gluten serait complet sur le plan nutritionnel et contiendrait des protéines, des vitamines, des minéraux et des fibres. Il renferme également des ingrédients riches en fibres solubles et insolubles, qui permettent de maintenir un bon transit intestinal et de contrôler la faim. Cette boisson facile et rapide à préparer existe en saveur chocolatée dans un emballage de 420 grammes, qui peut donner jusqu'à 14 portions.

Entreprise : CIMED

Description du produit

Sanavita Sanakids P6 para Preparo de Bebida Enriquecida Sabor Chocolate (mélange de boisson chocolatée). Ce produit, enrichi de 19 vitamines et minéraux, serait le seul contenant du soja, de l'avoine, de l'inuline et des protéines de lait. Il contiendrait moins de calories et moins de sucre que des produits similaires. Il favoriserait en outre le développement intellectuel et physique des enfants. Ce produit ne contient pas de gras trans ni de couleur artificielle et se vend dans un emballage recyclable de 450 grammes.

Entreprise : Sanavita



Source : Mintel GNPD



▶ ANNEXE A - DÉFINITIONS

Ce rapport porte sur le marché des aliments et des boissons de santé et de mieux-être au Brésil. Aux fins de l'étude, les produits du marché ont été définis comme suit :

▶ **Aliments fonctionnels** — Ce sont des aliments auxquels des ingrédients santé ont été ajoutés. Ces aliments et ces boissons fonctionnels doivent avoir une fonction physiologique précise ou être enrichis de produits qu'ils ne contiennent pas normalement en vue de procurer aux consommateurs des bienfaits supérieurs à ceux de leur simple valeur nutritionnelle. La section sur les aliments fonctionnels porte sur les catégories suivantes : les aliments fonctionnels enrichis de calcium, de vitamines et de minéraux, et les aliments fonctionnels renforçant les systèmes digestif et immunitaire ainsi que la santé des os.

▶ **Aliments « meilleurs pour la santé » (AMS)** — Cette catégorie d'aliments comprend les aliments emballés et les boissons dont la teneur en substances jugées malsaines (gras, sucre, sel, glucides) a été réduite durant la production. N'ont été inclus dans cette catégorie que les aliments dont les éléments malsains ont été enlevés ou remplacés durant leur transformation. Cette caractéristique devrait être prise en compte dans le positionnement et la commercialisation de ces aliments. Les aliments qui naturellement ne contiennent pas de gras, de sucre ou de glucides sont exclus des AMS. La section sur les aliments meilleurs pour la santé porte sur les catégories suivantes : les aliments qui ont une teneur faible, réduite ou nulle en sucre, en sodium et en cholestérol, et qui ont un indice glycémique faible, réduit ou nul.

▶ **Nutraceutiques** — Les nutraceutiques se trouvent dans les aliments qui ont des propriétés médicinales pouvant traiter ou prévenir certaines maladies. Ces substances naturelles peuvent être ajoutées au régime alimentaire par la consommation de certains aliments ou sous forme de suppléments alimentaires. L'on prétend généralement que les nutraceutiques préviennent les maladies chroniques, améliorent la santé, ralentissent le vieillissement et augmentent l'espérance de vie. La section sur les nutraceutiques porte sur les catégories suivantes : les vitamines, les produits de nutrition sportive, les produits à base d'herbe, les substituts de repas et les produits amaigrissants.

▶ **Aliments biologiques** — Ces aliments doivent être certifiés biologiques par un organisme de certification. Selon le pays, ces produits peuvent être appelés aliments « biologiques » ou « écologiques ».

Les catégories susmentionnées sont inspirées de celles d'Euromonitor International et de Mintel. Ce classement est conforme à la classification et à l'identification de produits acceptées dans le monde à des fins de collecte de données.

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Tendances du marché :

Des aliments de santé et de mieux-être au Brésil

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2010

ISSN 1920-6607 Rapport d'analyse de marchés

No AAC. 11222F

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :

Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:

Health and Wellness Trends in Brazil

Canada 