

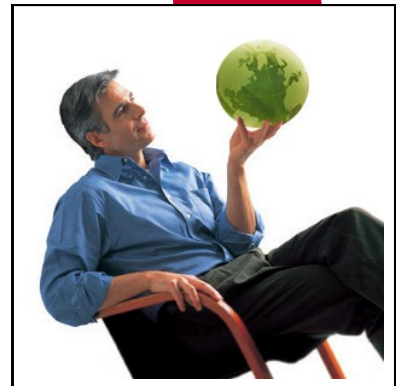


**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | DÉCEMBRE 2009



Ventes d'aliments emballés au Brésil





► RÉSUMÉ

Jouissant de l'économie la plus prospère de l'Amérique latine et comptant une population de 195 millions d'habitants, le Brésil figure parmi les plus importants marchés d'aliments emballés dans le monde. La valeur des ventes d'aliments emballés a enregistré une croissance annuelle de 19 % au cours de la période de 2003 à 2008, et on s'attend à ce qu'elle atteigne 61 % d'ici 2013.

La détérioration continue de l'économie mondiale a peu influé sur les marchés de consommation brésiliens en raison de la stabilité de l'économie du Brésil et de la croissance rapide de la classe moyenne, qui représentait 44 % de la population en 2007.

L'augmentation du nombre de fusions et d'acquisitions réalisées par des entreprises nationales et multinationales au cours de 2007-2008 a modifié la structure concurrentielle du secteur brésilien des aliments emballés et témoigne des tentatives mises en œuvre par de grandes entreprises pour accroître leur part de ce vaste marché que Nestlé a dominé en 2007 avec une part de 6,9 %.

Le Brésil est en train de développer la capacité de produire de grandes quantités d'aliments transformés destinés à la consommation intérieure et à l'exportation.

► DANS CE NUMÉRO

Tendances de consommation	2
Tendances économiques	3
Ventes d'aliments emballés	3-4
Principaux segments de marché	5-7



► TENDANCES DE CONSOMMATION

Les habitudes alimentaires varient d'une région à l'autre du pays : dans le Sud, on consomme plus de viande, et dans le Nord-Est, davantage de fruits et de produits frais, alors que dans la région de la capitale nationale, la popularité des aliments transformés s'accroît.

Les Brésiliens sont de plus en plus conscients et informés de l'importance d'une alimentation saine. Par conséquent, des aliments sains comme des produits à faible ou sans teneur en gras, ainsi que les fruits et les légumes, gagnent en popularité.

En dépit des tendances de consommation d'aliments plus sains, le secteur de la transformation des aliments enregistre une croissance, attribuable en partie à l'augmentation du nombre de professionnels qui entrent sur le marché du travail et qui stimulent la demande de produits alimentaires pratiques et rapides à préparer.

La crise économique qui sévit actuellement incite certains consommateurs à cuisiner à la maison, plutôt que d'aller au restaurant. Si elle prend plus d'ampleur, les consommateurs pourraient changer leurs habitudes alimentaires et choisir des produits de base moins chers pour préparer leurs repas.

Les fabricants de produits emballés prêtent une attention toute particulière aux produits de santé et de mieux-être, puisque ce secteur représente maintenant 12 % des ventes d'aliments emballés et qu'il ne cesse de croître.

► LE SAVIEZ-VOUS?

- Entre 2007 et 2008, de nombreux secteurs et produits dans le secteur des aliments emballés au Brésil ont enregistré une augmentation des ventes. Ce marché comprend aussi bien des produits importés que des produits locaux.
- On s'attend à ce que la taille des marchés de certains produits emballés, comme les produits laitiers, les barres-collations, la crème glacée, la confiserie, les produits de boulangerie, et augmente respectivement de 86,2 %, 75 %, 55,4 %, 51,9 % et 39,4 % d'ici 2013.



► TENDANCES ÉCONOMIQUES



Le PIB du Brésil a affiché un recul de 1,8 % au cours du premier trimestre de 2009 par rapport à la même période l'an dernier, mais certains signes indiquent que l'économie brésilienne, la plus prospère de l'Amérique latine, a commencé à se redresser au cours du deuxième trimestre.

Par exemple, les ventes d'aliments ont augmenté au cours du premier trimestre

alors que le chômage s'est stabilisé, et le gouvernement a bonifié son programme de bien-être social. À long terme, on ne s'attend pas à ce que la crise financière nuise aux ventes d'aliments emballés, qui devraient augmenter de 61 % comme prévu d'ici 2013.

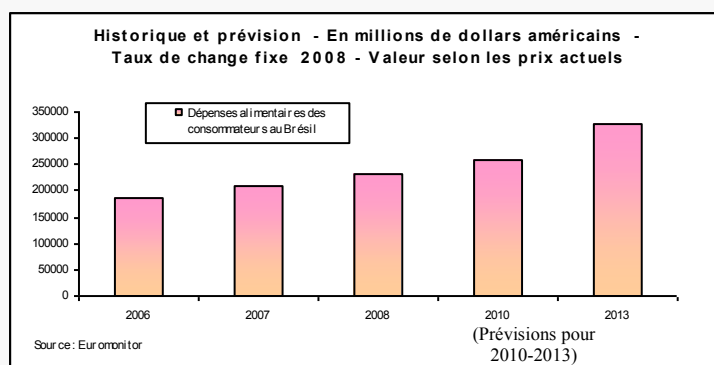
Malgré la volatilité des prix entre le milieu de 2007 et le milieu de 2008, le prix des céréales, de la viande et des produits laitiers a commencé à se stabiliser à partir du début de 2009, rendant plus abordables les aliments de base.

On s'attend à ce que le prix des aliments emballés demeure relativement bas en 2009 et, par conséquent, à ce que la demande augmente légèrement.

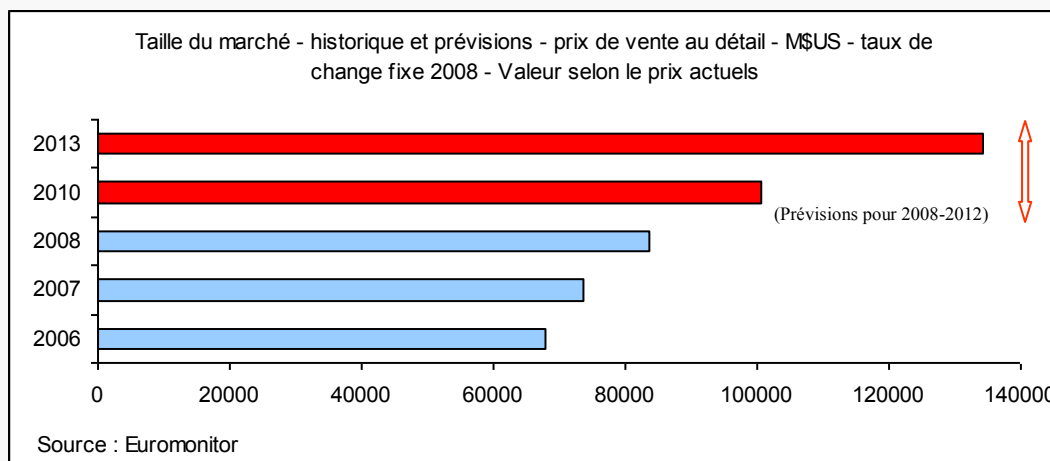
Au cours des cinq dernières années, les dépenses alimentaires ont augmenté en moyenne de 11% par an.

En 2008, le Brésil a dépensé 230 milliards de dollars US pour se nourrir, ce qui le classe au cinquième rang mondial. Les produits frais, principalement la viande, le lait, le fromage, les œufs, les fruits et les légumes, dominent le marché brésilien des aliments.

En 2008, les dépenses alimentaires par habitant s'élevaient en moyenne à 1 188 dollars US. On s'attend à ce que la consommation alimentaire continue de croître en à un taux moyen de 7 % de 2008 à 2013 et à ce que les Brésiliens consacrent près de 325 milliards de dollars US en 2013 pour se nourrir.



► VENTES D'ALIMENTS EMBALLÉS





Taille des marchés—Données historiques/prévisions - Valeur au détail (PVD) - M\$US - Taux de change fixes de 2008 - Valeur aux prix courants

Bésil	2006	2007	2008	2010	2013
Chocolat	2 496,2	2 964,5	3 365	4 092,4	5 460,1
Bonbons	2 643,6	2 765,5	2 948,4	3 356,9	4 131,8
Gomme à mâcher	1 238	1 207,1	1 294,2	1 525,3	1 965,8
Produits de boulangerie	17 444,7	18 078,1	19 795,2	22 329,4	27 361,9
Biscuits	4 678,9	4 800,2	5 305,4	6 049,7	7 472,5
Céréales à déjeuner	345,7	393,5	429,3	531,2	741,8
Crème glacée molle	744,2	851,9	884,6	1 031,9	1 326,4
Crème glacée à emporter	488,2	623	663,6	827,2	1 076,3
Crème glacée artisanale	8,1	10,1	11	14	19,7
Produits laitiers à boire	7 466,5	8 795,1	10 460,1	13 140,6	18 772,7
Fromage	4 031,3	4 984,9	6 010,7	7 962,7	11 861,3
Boissons au yaourt et au lait sur	1 951,4	2 365,1	2 810,9	3 840,9	5 794,4
Autres produits laitiers	1377,9	1524,9	1654,9	1939,4	2547,4
Grignotines aux fruits	4	4,5	4,8	6,6	11,6
Croustilles	305,8	359,4	392,1	488,6	641,5
Grignotines extrudées	668,1	765,9	880,6	1 049,8	1414
Tortillas et croustilles de maïs	42,3	41,7	44,7	52,1	67,8
Maïs à éclater	300,1	345,5	348,3	402,9	503,4
Bretzels	10,2	10,7	10,3	11,6	14,1
Noix	264,7	326,5	404,7	508,6	706,7
Barres céréalières	117,6	101,5	116,1	144,2	201,7
Barres énergétiques	6,9	8	8,7	11,5	17,1
Autres barres-collations	3,4	2,9	3,3	4	5,5
Produits diététiques/substituts de repas	191,8	208	227,5	292,2	401,9
Produits de convalescence	59	61,9	69,1	76,4	92,3
Repas prêts à servir	556,9	711,8	836,8	1068,9	1656,5
Soupes	189,6	232,6	306,3	499,4	878,9
Pâtes	1 664,7	1 774,4	2 050,9	2 320,6	2 874,1
Nouilles	532,7	523,7	719,3	844,1	1 114,2
Aliments en conserve	1 668,6	1 812,5	2 007,4	2 491	3 580,4
Aliments transformés congelés	1 303,8	1 390,9	1 464	1 841,1	2 763,1
Aliments transformés déshydratés	6 832,8	6 703,5	8 239,1	1 0105	14 153,9
Aliments transformés réfrigérés	828,3	920,2	1 049,1	1 351,2	2 001,9
Huile d'olive	392,7	444,8	556,2	804,7	1 224,4
Huile végétale ou de graines	3 659	4 094,4	4 708,6	5 338,2	6 473,3
Graisse à frire	98,2	92	84,6	83,2	92,4
Beurre	649,5	655,8	700,7	769,3	914,9
Margarine	14,8	13	13,1	13	14,7
Huiles et graisses tartinables	1 107	1 194,2	1 273	1 620,3	2 253,4
Pâte et purée de tomate	383,8	377,2	470,8	487	542,2
Bouillon et cubes de bouillon	392,6	454,4	458,3	542,4	722,8
Fines herbes et épices	184,1	199	235	280,4	374,8
Glutamate de sodium (MSG)	3,2	3,6	3,6	4	4,8
Sauces préparées	126,2	133,8	147,4	167	210,8
Sauce de soja	58,3	70	81,8	111,4	186,5
Sauces pour pâtes alimentaires	425,7	487,9	596,4	806,8	1 157,7
Sauces liquides et à cuisson	9,6	10,7	13,1	16,6	24,6
Ketchup	151,3	177,3	200,4	223,8	272
Mayonnaise	393,9	407,3	497,7	597	788,1
Moutarde	19,9	20,5	22,1	24,8	30,8
Sauces à salade	25,6	29,1	35,7	49,2	81,6
Vinaigrettes	3,3	3,6	4	5,1	7,4
Marinades	437,7	482	532,7	611,1	760,3
Autres sauces et condiments	374	418,9	445,8	533,7	700
Préparations pour nourrissons	107,8	128,3	151,1	174	222,2
Aliments préparés pour bébé	90,9	102,2	112,5	131,9	164,8
Aliments secs pour bébé	551,3	618,7	708,2	808,2	1 006,5
Confitures et conserves	175,5	194,4	215	244,6	299,2
Miel	186,6	218,3	223,7	263,1	329,4
Tartinade au chocolat	63,1	67,6	70,6	79,2	94,4
Tartinade aux noix	153,6	160,7	173,4	196,7	240

Sources : Euromonitor

↔
(Prévisions pour 2008-2013)

“ On s'attend à ce que les ventes au détail d'aliments emballés atteignent 134 milliards de dollars en 2013 ”



▶ PRINCIPAUX SEGMENTS DE MARCHÉ

▶ Produits de boulangerie

La valeur des ventes dans ce secteur est passée de 23,3 à 25,5 milliards de dollars US, alors que le volume des ventes est passé de 6,1 à 6,2 millions de tonnes.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que la valeur des ventes de produits de boulangerie augmentera de 39,4 %, à savoir les pains et les gâteaux de 38,2 %, les biscuits de 40,8 % et les céréales à déjeuner de 72,8 %.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de pains et de gâteaux sont passées de 18,1 à 19,8 milliards de dollars US.

Les ventes de biscuits sont passées de 4,8 à 5,3 milliards de dollars US.

Les ventes de céréales à déjeuner sont passées de 393,5 à 429,3 millions de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Pandurata Alimentos Ltda a dominé le marché des pains et gâteaux en 2007 avec une part de 2,6 %. Sa marque principale est Bauducco.

M Dias Branco SA Comércio e Indústria a obtenu une part de 11,3 % du marché des biscuits en 2007. Sa marque principale est Richester.

Kellogg Brasil & Cia a dominé le marché des céréales à déjeuner en 2007 avec une part de 42,2 % du marché. Sa marque principale est Kellogg's Mueslix.

▶ Confiserie

Les ventes dans ce secteur ont enregistré une croissance régulière.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que la valeur des ventes de confiserie augmentera de 51,9 %. Les ventes de confiseries à base de chocolat devraient alimenter la croissance avec une augmentation de 62,3 %, celles de sucreries devraient augmenter de 40,1 % et celles de gomme à mâcher de 51,9 %.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de confiseries à base de chocolat sont passées de 3 à 3,4 milliards de dollars US.

Les ventes de sucreries sont passées de 2,8 à 2,9 milliards de dollars US.

Les ventes de gomme à mâcher sont passées de 1,2 à 1,3 milliard de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Kraft Foods Brasil SA a dominé le marché des confiseries à base de chocolat en 2007 avec une part de 33,2 %. Sa marque principale est Lacta.

Arcor do Brasil Ltda a dominé le secteur des sucreries en 2007 avec un part de 12,1 %. Sa marque principale est Arcor.

Cadbury Adams Brasil Indústria e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda a dominé le marché de la gomme à mâcher en 2007 avec une part de 74,9 %. Sa marque principale est Trident.

▶ Produits laitiers

Les ventes dans ce secteur sont passées de 17,7 à 20,9 milliards de dollars US.

Prévisions pour 2008-2013

On s'attend à ce que la valeur des ventes de produits laitiers augmente de 86,2 %. Les ventes de yogourt devraient afficher la croissance la plus élevée avec une augmentation de 106,1 %, celles de produits laitiers à boire de 79,5 % et celles de fromage de 97,3 %.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de produits laitiers à boire sont passées de 8,8 à 10,5 milliards de dollars US.

Les ventes de fromage sont passées de 5 à 6 milliards de dollars US.

Les ventes de yogourt et de lait sur sont passées de 2,4 à 2,8 milliards de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Dairy Partners Americas Brasil Ltda a dominé le marché des produits laitiers à boire en 2007 avec une part de 11,8 %. Sa marque principale est Ninho.

Polenghi Indústrias Alimentícias Ltda a dominé le marché des fromages en 2007 avec une part de 9,8 %. Sa marque principale est Skandia.

Nestle S.A. a dominé le marché du yogourt et du lait sur en 2007 avec une part de 19,3 %. Sa marque principale est Nestlé.



► **Crème glacée**

La valeur des ventes de crème glacée est passée de 1,5 à 1,6 milliard de dollars US. Le volume des ventes est passé de 232,5 à 242,4 millions de litres.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que la valeur des ventes au détail dans ce secteur augmentera de 55,4 %. La valeur des achats impulsifs de crème glacée devrait augmenter de 49,9 %. Les ventes de crème glacée à emporter devraient augmenter de 62,2 % et celles de crème glacée artisanale de 79,1 %.

Principaux secteurs en 2007-2008

La valeur des achats impulsifs de crème glacée est passée de 851,9 à 884,6 millions de dollars US.

Les ventes de crème glacée à emporter sont passées de 623 à 663,6 millions de dollars.

Les ventes de crème glacée artisanale sont passées de 10,1 à 11 millions de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Unilever a dominé le marché des achats impulsifs de crème glacée en 2007 avec une part de 26,8 %. Sa marque principale est Kibon.

Unilever a également dominé le marché de la crème glacée à emporter en 2007 avec une part de 49,5 %. Sa marque principale est Kibon.

Aucune entreprise ou marque n'a dominé le marché de la crème glacée artisanale.

► **Sauces, vinaigrettes et condiments**

Les ventes dans ce secteur sont passées de 3,3 à 3,7 milliards de dollars US. Le volume des ventes est passé de 742 600 à 780 600 tonnes.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que les ventes de sauces, vinaigrettes et condiments augmenteront de 56,6 %. Les ventes de produits marinés devraient augmenter de près de 42,7 %. Les ventes de sauces préparées devraient augmenter de 43 %, et celles de sauces liquides et de cuisson de 87,8 %.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de sauces liquides et de cuisson sont passées de 10,7 à 13,1 millions de dollars US.

Les ventes de sauces préparées sont passées de 133,8 à 147,4 millions de dollars US.

Les ventes de produits marinés sont passées de 482 à 532,7 millions de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Unilever a dominé le marché des sauces liquides et de cuisson en 2007 avec une part de 14,6 %. Sa marque principale est Knorr.

Unilever a également dominé le marché des sauces préparées en 2007 avec une part de 28,8 %. Sa marque principale est Arisco.

► **Grignotines et sucreries**

Les ventes dans ce secteur sont passées de 1,9 milliard de dollars US à 2,1 milliards de dollars US. Le volume des ventes est passé de 193 400 tonnes à 204 000 tonnes.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que les ventes de grignotines et sucreries augmenteront de 61,1 %. La valeur des ventes de noix devrait augmenter de 74,6 %, celles de maïs soufflé et croustilles de 44,5 % et 63,6 % respectivement.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de noix sont passées 326,5 millions de dollars US à 404,7 millions de dollars US.

Les ventes de maïs soufflé sont passées de 345,5 millions de dollars US à 348,3 millions de dollars US.

Les ventes de croustilles sont passées de 359,4 millions de dollars US à 392,1 millions de dollars US.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

PepsiCo a continué à dominer le marché des grignotines et sucreries en 2007 avec une part de 47 %. Sa marque principale est Fandango.

Yoki Alimentos SA a occupé le deuxième rang du marché des grignotines et sucreries en 2007 avec une part de 13,4 %. Elle détenait une part de 49 % du marché du maïs soufflé en 2007. Sa marque principale est Yoki Alimentos.

La plupart des supermarchés ont commencé à vendre des grignotines sous leur propre étiquette.



► Tartinades

La valeur des ventes dans ce secteur est passée de 640,9 millions de dollars US à 682,6 millions de dollars US. Le volume des ventes est passé de 71 600 tonnes à 74 200 tonnes.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de confitures et de conserves de fruits sont passées de 194,4 millions de dollars US à 215 millions de dollars US.

Les ventes de miel sont passées de 218,3 millions de dollars US à 223,7 millions de dollars US.

Les ventes de tartinade au chocolat sont passées de 67,6 millions de dollars US à 70,6 millions de dollars US.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que la valeur des ventes de tartinades augmentera de 41,1 %. Parmi les principaux produits, les confitures et les conserves de fruits devraient augmenter de 39,2 %, le miel de 47,3 % et la tartinade au chocolat de 33,7 %.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

EmballIndustria De Alimentos Ltda a dominé le marché des confitures et des conserves de fruit en 2007 avec une part de 22,8 %.

Kellogg Company a dominé le marché du miel en 2007 avec une part de 26,7 % avec sa marque Superbom.

Hershey Foods Corporation a dominé le marché de la tartinade au chocolat en 2007 avec une part de 73,4 %. Sa marque est Yoyo Crème.

► Barres-collations

La valeur des ventes dans ce secteur est passée de 112,4 millions de dollars US à 128,2 millions de dollars US. Le volume des ventes est passé de 5 700 tonnes à 6 100 tonnes.

Principaux secteurs en 2007-2008

Les ventes de barres céréalières sont passées de 101,5 millions de dollars US à 116,1 millions de dollars US.

Les ventes de barres énergétiques sont passées de huit millions de dollars US à 8,7 millions de dollars US.

Prévisions pour 2008-2013

On prévoit que la valeur des ventes augmentera de 75 %. Parmi les principaux produits, les barres céréalières devraient augmenter de 73,7 % et les barres énergétiques de 96,6 %.

Principaux fabricants et leurs marques brésiliennes

Nutrimental SA Indústria e Comércio de Alimentos a dominé le marché des barres-collations en 2007 avec une part de 30,9 %. Sa marque principale est Nutry.

Nestlé Brasil Ltda occupait le deuxième rang du marché des barres-collations en 2007 avec une part de 21,6 %. Sa marque principale est Neston.

Parts détenues par les entreprises (propriétaires de marque) - valeur au détail (PVD) - en pourcentage

Brésil—Aliments emballés	2003	2004	2005	2006	2007
Nestlé SA	6,7	6,8	6,8	6,7	6,9
Perdigão Agroindustrial SA	0,6	0,7	0,7	1,5	3,3
Unilever Group	3,6	3,6	3,7	3,6	3,3
Bunge International Ltd	2,8	2,8	2,9	2,3	2,4
PepsiCo Inc	1,7	1,9	1,9	2,0	2,2
Kraft Foods Inc	1,5	1,8	1,9	2,0	2,1
Cargill Inc	1,2	1,8	1,9	1,7	1,9
Danone, Groupe	2,0	2,2	1,6	1,6	1,7
Sadia SA	1,3	1,5	1,5	1,5	1,5
Cadbury Schweppes Plc	1,2	1,4	1,5	1,6	1,5
M Dias Branco SA Comércio e Indústria	-	-	-	1,5	1,5
Itambé SA	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Pandurata Alimentos Ltda	-	1,0	1,1	1,2	1,2
Chocolates Garoto SA	0,7	0,9	0,9	1,0	1,1
Arcor SAIC	0,5	0,6	1,2	1,0	1,0

Sources : Euromonitor

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.

Ventes d'aliments emballés au Brésil

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2009
ISSN 1920-6623 Rapport sur les indicateurs de marché
No AAC. 11138F

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:
Packaged Food Sales—In Brazil

Canada 