



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

**Bureau
des marchés
internationaux**

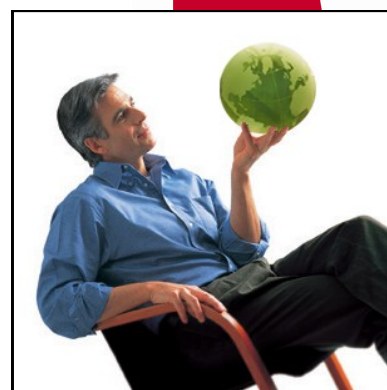
RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JUIN 2010



Tendances de consommation Le marché des nouilles au Japon



Source : Mintel





► SOMMAIRE

Les ventes de nouilles sur le marché de détail japonais ont totalisé 10,9 milliards de dollars américains en 2009, un recul de 5,6 p. 100 par rapport à l'année 2008 qui a donné le plus petit chiffre des ventes de détail depuis 2004.

On peut attribuer le recul des ventes à deux causes. La première est qu'au début de l'année 2008, un grand nombre de fabricants de nouilles, dont Nissin Food Products, Toyo Suisan Kaisha Ltd. et Sanyo Foods Co. Ltd., ont augmenté le prix des nouilles, une première depuis 17 ans. Il fallait hausser les prix pour absorber l'augmentation du prix du blé et des coûts d'emballage. Toutefois, à la fin de 2009, les prix du blé sont revenus pour la plupart aux niveaux d'avant 2008, ce qui a eu pour effet de ramener à la normale les prix des nouilles et de ramener les chiffres des ventes aux niveaux d'avant 2008.

La deuxième cause est le ralentissement qu'a connu le secteur des nouilles à la fin de 2008, en raison d'un problème de contamination mettant en cause la compagnie Nissin Food Products. Nissin a rappelé un demi-million de nouilles instantanées en tasse, son produit vedette, à cause d'un risque de contamination par insecticide. Les prix étant revenus à la normale et le problème de contamination résolu, les ventes de détail devaient revenir à la normale en 2010.

Le marché des nouilles regroupe les nouilles instantanées, nature, réfrigérées et surgelées et des nouilles grignotines. En 2009, les nouilles instantanées comptaient pour 58 p. 100 des ventes totales de nouilles, cette catégorie comprenant les nouilles en sachet, en bloc et en tasse ou en bol. Les ventes de nouilles en sachet et en bloc ont baissé car les consommateurs ont préféré d'autres produits plus commodes comme les repas instantanés et d'autres produits micro-ondables. Dans le segment des nouilles instantanées en tasse ou en bol, on a lancé de nouveaux produits intéressants décrits comme légers, naturels et préparés avec du lait chaud. Les saveurs les plus en demande sont les mêmes que celles des années précédentes, la saveur sauce soya étant la favorite.

Quant à elles, les nouilles réfrigérées et surgelées et les nouilles grignotines forment, dans cet ordre d'importance, 42 p. 100 des ventes du marché des nouilles. Le volume des ventes de nouilles surgelées et réfrigérées a augmenté en 2009, car le consommateur estime que ces aliments font un repas plus nutritif que les nouilles instantanées.

On s'attend à ce que le volume des ventes s'accroisse au cours des prochaines années, mais la demande pour des coûts de fabrication plus bas entraînera probablement les prix à la baisse. En outre, on prévoit que le nombre de fabricants diminuera en raison de fusions et d'acquisitions, ce qui leur permettra néanmoins de prendre de l'expansion et de devenir plus concurrentiels.



Source : Mintel, 2009.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Tendances de consommation</i>	3
<i>Tendances dans le marché du détail</i>	4
<i>Fabricants japonais</i>	5
<i>Marques japonaises</i>	5
<i>Nouilles instantanées</i>	6
<i>Secteurs individuels</i>	7
<i>Nouveaux produits</i>	8

► LE SAVIEZ-VOUS?

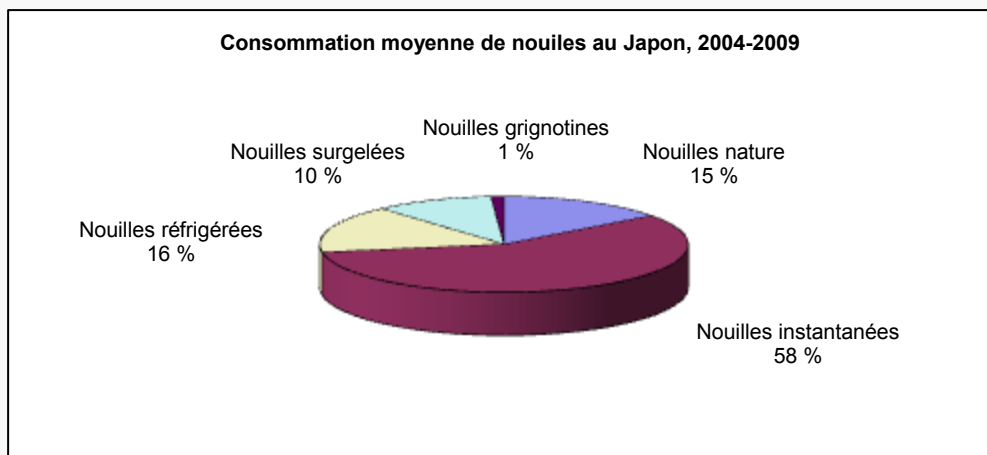
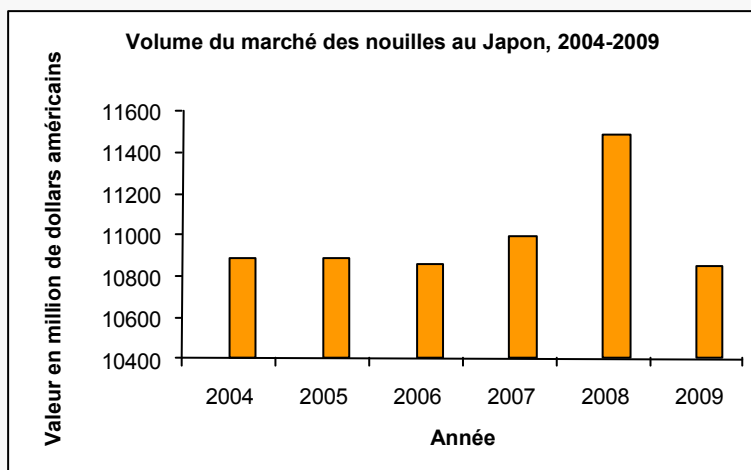
► Les nouilles instantanées en tasse ont été lancées en 1971 par la compagnie Nissin Food Products, qui a ainsi révolutionné le marché des nouilles instantanées.

► Les fabricants de nouilles tentent maintenant de pénétrer le marché de la soupe instantanée.



► TENDANCES DE CONSOMMATION

- ▶ Les nouilles sont des aliments de base dans le régime alimentaire des Japonais, qui les consomment chaudes ou froides. Les mets traditionnels japonais sont composés d'ordinaire de nouilles ou de riz, avec une soupe et un plat d'accompagnement de poisson, de viande ou de légumes à incorporer aux plats de nouilles ou de riz.
- ▶ La consommation d'aliments japonais traditionnels est à la baisse, avec de nouvelles habitudes alimentaires qui laissent une place de plus en plus grande aux produits apprêtés à l'occidentale. La consommation de nouilles a diminué vu que les Japonais s'ouvrent davantage aux cuisines du monde, notamment le risotto et les nouilles.
- ▶ Les sorties au restaurant sont très populaires au Japon, mais la récession a eu pour effet d'en réduire le nombre. La demande en nouilles instantanées, réfrigérées et surgelées a augmenté étant donné que ces solutions de rechange aux repas de restaurant permettent d'économiser de l'argent et de gagner du temps, tout particulièrement en ce qui concerne le repas du midi.
- ▶ Les plats prêts à servir sont de plus en plus en demande. En effet, les consommateurs recherchent des produits plus commodes, puisqu'ils ont moins de temps pour préparer un repas à la maison et que la taille des familles est à la baisse.
- ▶ Malgré l'introduction de nouvelles saveurs en 2008 et en 2009 dans la catégorie des nouilles instantanées, les saveurs les plus populaires au Japon restent les saveurs sauce soya, sel et miso, qui sont toutes bien établies.
- ▶ Les consommateurs étaient intéressés à essayer de nouvelles nouilles instantanées à saveur de lait, dont la création a été inspirée par l'habitude du consommateur d'ajouter du lait chaud plutôt que de l'eau chaude.
- ▶ La demande en produits biologiques est très forte. Euromonitor prévoit que les ventes augmenteront de 30 p. 100 d'ici 2014.



Source : Euromonitor, 2009.

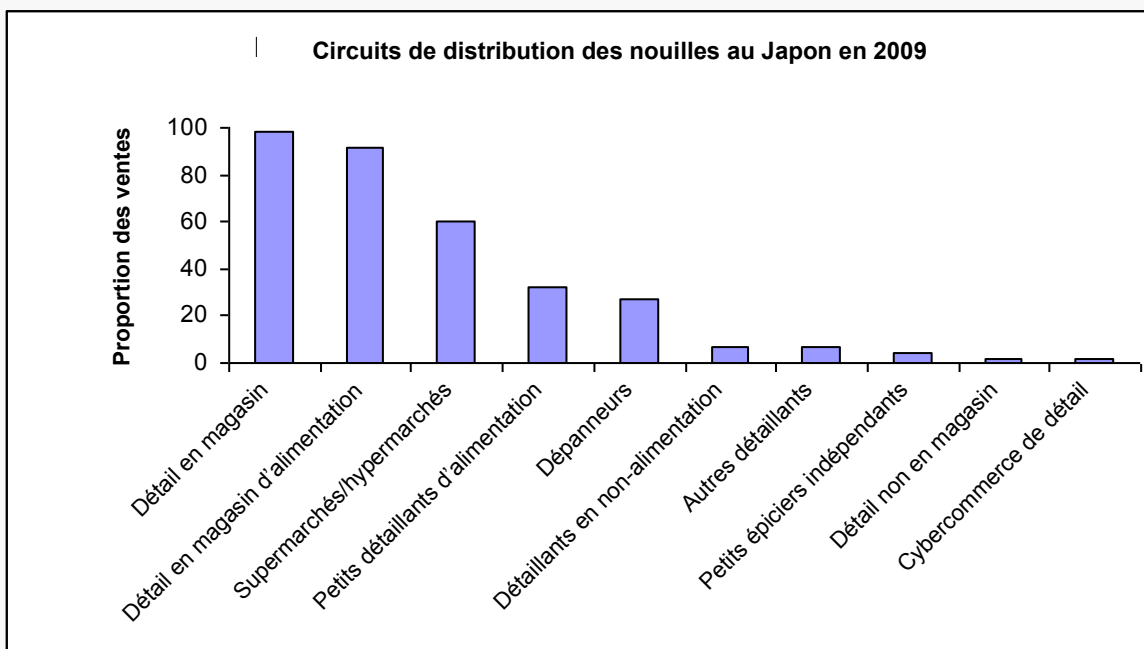


▶ TENDANCES DANS LE MARCHÉ DU DÉTAIL

- ▶ Les supermarchés sont les plus gros distributeurs de nouilles au Japon, devant les dépanneurs, les marchés et les ventes Internet. Plus de 80 p. 100 de la population est concentrée dans les centres urbains, ce qui favorise la réussite des supermarchés.
- ▶ Les fabricants locaux dominent toujours le marché japonais des nouilles, avec Nissin Food Products Co. Ltd. au tout premier rang.
- ▶ Les ventes des produits instantanés de marque maison comptaient pour quelque 5 p. 100 des ventes de nouilles en 2008. Les marques maison sont très profitables et répandues dans les catégories des nouilles nature, réfrigérées et surgelées, mais plus rares dans la catégorie des nouilles instantanées. On retrouve la plupart des produits de marque maison dans les magasins de détail des chaînes Aeon Group et 7-Eleven.
- ▶ Comme dans d'autres secteurs alimentaires du Japon, le marché des nouilles est très segmenté étant donné que les fabricants visent des groupes bien particuliers (étudiants, personnes d'affaires, femmes) pour la promotion de leurs produits.
- ▶ De nouvelles variantes de nouilles instantanées font régulièrement leur apparition sur les tablettes. Selon le quotidien Japan Times, les nouveaux produits se succèdent sur les tablettes à tous les trois ou quatre mois.



Source : Mintel, 2009.



Source : Euromonitor, 2009.



► FABRICANTS JAPONAIS

Part du marché détenue par les fabricants de nouilles pour la période 2004-2008

Fabricant	2004	2005	2006	2007	2008
Nissin Food Products Co Ltd	29,5	30	29,7	30,8	27,6
Toyo Suisan Kaisha Ltd	13,6	14	13,5	13	12,7
Sanyo Foods Co Ltd	7,6	7,7	7,7	7,7	7,7
Ace Cook Co Ltd	3,4	3,5	3,6	3,6	3,7
Katokichi Co Ltd	2,6	2,7	2,9	3,1	3,1
Myojo Foods Co Ltd	5	5	3,6	3,2	2,4
Shimadaya Co Ltd	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1
Hyougo-ken Tenobesomen Coopérative	1,9	1,8	1,7	1,7	1,7
Oyatsu Foods Corp	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Nichirei Corp	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Meiraku Co Ltd	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
House Foods Corp	0,9	0,8	0,7	0,4	0,4
Hakubaku Co Ltd	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Hoshino Bussan Co Ltd	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Obinata Co Ltd	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Yamadai Co Ltd	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Shigeno Seimen Co Ltd	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Private Label	5,1	5	5	5,2	5,3
Others	24,3	23,5	25,4	25,3	29,4
Total	100	100	100	100	100

Source : Euromonitor, 2009.

► MARQUES JAPONAISES

Marques de nouilles japonaises et fabricants—2009

Marque	Compagnie
Nissin	Nissin Food Products Co Ltd
Maruchan	Toyo Suisan Kaisha Ltd
Sapporo Ichiban	Sanyo Foods Co Ltd
Myojo	Myojo Foods Co Ltd
Katokichi	Katokichi Co Ltd
Shimadaya	Shimadaya Co Ltd
SuperCup	Ace Cook Co Ltd
Ibonoito	Hyougo-ken Tenobesomen Coopérative
Baby Star	Oyatsu Foods Corp
Nichirei	Nichirei Corp
Meiraku	Meiraku Co Ltd
House	House Foods Corp
Hakubaku	Hakubaku Co Ltd
Hoshino	Hoshino Bussan Co Ltd
Obinata	Obinata Co Ltd
Yamadai	Yamadai Co Ltd
Shigeno Seimen	Shigeno Seimen Co Ltd

Source: Euromonitor, 2009.



▶ NOUILLES INSTANTANÉES



Source : Mintel

- ▶ En 2009, les nouilles instantanées ont accaparé 58 p. 100 des ventes dans le marché des nouilles. Cela a eu un effet considérable sur l'ensemble des ventes, puisque la hausse des prix a causé une baisse des ventes de 6 p. 100.
 - ▶ De tous les nouveaux produits de 2009, les nouilles instantanées en tasse ou en bol ont été les plus vendues. L'un des produits le plus en demande a été Cup Noodle Light, des nouilles instantanées en tasse destinées aux femmes qui recherchent des mets plus sains.
 - ▶ Le volume des ventes de nouilles instantanées a été moindre quand Nissin s'est trouvé aux prises avec des problèmes de contamination dans ses produits de marque Cup Noodles. La confiance des consommateurs s'est détériorée et toutes les marques de nouilles instantanées ont subi le contrecoup.
 - ▶ Le marché des nouilles instantanées est vu comme un marché offrant des produits très transformés et à faible valeur nutritive. La plupart de ces produits sont présentés comme plat d'accompagnement plutôt que comme un plat principal.
- ▶ Pour atténuer les préoccupations en matière de nutrition, le secteur des nouilles instantanées fortifie ses produits à l'aide de vitamines et de minéraux afin de faire concurrence aux repas composés d'aliments frais. En outre, pour attirer le consommateur qui s'inquiète de la haute teneur en sel et de l'ajout d'additifs artificiels, les campagnes de promotion mettent l'accent sur les attributs naturels des produits.
 - ▶ Le marché de nouilles instantanées fines vise l'Asie, alors que le marché occidental est davantage axé sur les nouilles à bas prix. En 2009, Nissin Food Products a lancé la marque Luxury Ramen Noodles, semblable à d'autres produits de nouilles ramen, mais dont le bouillon est de qualité supérieure.
 - ▶ À la fin de l'année 2008 et au début de l'année 2009, on a lancé pour les enfants de nouveaux produits -- des nouilles enrichies au collagène et des nouilles préparées à partir de plusieurs céréales pour en augmenter la valeur nutritive.

Principales saveurs des nouilles instantanées parmi les nouveaux produits lancés au Japon, 2004-2009

Saveurs	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sauce soya	1	1	1	1	1	1
Salées	2	2	2	2	2	2
Miso	3	3	3	3	3	3
Sauce Yakisoba	4	4	4	4	4	4
Kitsune	5	5	5	5	5	5
Tempura	6	6	6	6	6	6
Fruits de la mer	7	7	7	7	7	7
Porc	8	8	8	8	8	8
Cari	9	9	9	9	9	9

Source : Euromonitor, 2009.



▶ NOUILLES NATURE

- ▶ La catégorie des nouilles nature comprend les nouilles aux œufs, les nouilles de riz, les nouilles harusame, les nouilles ramen et les nouilles de soba. Les nouilles nature forment une composante importante des mets traditionnels au Japon, où les spécialités varient d'une région à l'autre.
- ▶ La catégorie des nouilles nature compte un très grand nombre de produits de marque maison, et la plupart des fabricants sont de petites et moyennes entreprises locales.
- ▶ On prévoit que le volume des ventes de nouilles nature accusera un recul de 6,1 p. 100 entre 2009 et 2014, et que la valeur des ventes de détail diminuera de 10,2 p. 100 durant cette période.

▶ NOUILLES RÉFRIGÉRÉES ET SURGELÉES

- ▶ Les ventes de nouilles réfrigérées et surgelées ont augmenté légèrement en 2009, mais comme il y a eu fluctuation des prix, la valeur des ventes a diminué.
- ▶ Le volume des ventes pour les nouilles réfrigérées qui contiennent toutes les composantes d'un repas complet et qui étaient vendues par paquets, a augmenté en 2009. Cette augmentation est due au fait que le consommateur recherche des solutions de rechange aux repas pris à l'extérieur et qu'il veut des aliments plus nutritifs que les nouilles instantanées.
- ▶ Les nouilles surgelées se sont très bien vendues en 2009 étant donné qu'un très grand nombre de consommateurs préfèrent le goût des nouilles surgelées à celui des nouilles instantanées, et qu'ils trouvent que les nouilles surgelées se conservent aussi aisément que ces dernières.

▶ NOUILLES GRIGNOTINES

- ▶ Les nouilles grignotines sont des aliments prêts à manger qui ne requièrent ni préparation ni cuisson.
- ▶ Ce sont les ventes de nouilles grignotines qui ont connu la baisse la moins importante en 2009, avec des pertes de valeur de 3,5 p. 100. Cela est dû en partie à la forte demande en nouilles grignotines et en nouveaux produits de grignotage au Japon.
- ▶ Les ventes de nouilles grignotines devraient augmenter de 2,6 p. 100 de 2009 à 2014. Par contre, la valeur des ventes de détail diminuera de 5,6 p. 100 durant cette période.
- ▶ Les mini-portions de nouilles grignotines ont été introduites pour les boîtes à lunch des enfants au début de l'année 2009.

Ventes de nouilles au Japon par segment—en millions de dollars américains

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Japon						
Nouilles	10 887,6	10 883,9	10 862,0	10 999,7	11 492,4	10 853,2
Nouilles nature	1 717,2	1 648,5	1 607,3	1 583,2	1 649,7	1 547,1
Nouilles instantanées	6 151,9	6 220,9	6 266,7	6 409,8	6 659,7	6 260,4
Nouilles réfrigérées	1 806,9	1 774,3	1 721,1	1 718,4	1 834,2	1 747,7
Nouilles surgelées	1 090,6	1 117,9	1 143,6	1 164,2	1 219,3	1 172,9
Nouilles grignotines	120,9	122,3	123,2	124,1	129,6	125,0

Source : Euromonitor, 2009.



▶ NOUVEAUX PRODUITS

Voici quelques-uns des nouveaux produits lancés sur le marché japonais en 2009.



Source : Mintel, 2009.

Nouilles chinoises Kyoto

Ces nouilles sont agrémentées d'un agencement d'arômes qui rappellent celles qu'on sert dans les restaurants de nouilles de Kyoto. Il est préparé à partir de bouillons de porc et de poulet, de nouilles épaisses de calibre moyen et de garnitures de porc rôti, de ciboule et de sungan.
Entreprise : Circle K Sunkus.

Nouilles en sauce au poulet salé à la japonaise

Cette variété de nouilles vient tout juste de s'ajouter à la gamme de nouilles à trempette de marque Tsukemen No Tatsujin. Les nouilles sont de très gros calibre et la sauce onctueuse est à base de moelle de poulet et de fruits de mer. Le produit contient également un sachet de poisson en poudre pour donner aux nouilles un arôme rehaussé de bonite.
Entreprise : Nissin Chilled Foods.



Source : Mintel, 2009.



Source : Mintel, 2009.

Nouilles au sarrasin à cuisson rapide

La marque Topvau a ajouté des nouilles de sarrasin à cuisson rapide à sa gamme de produits Tegar Ni Chori. Ce produit contient des aliments précuits et des légumes pré-coupés afin de réduire le temps de préparation requis.
Entreprise : Aeon

Nouilles udon

Les nouilles udon sont un nouveau produit de Best Price. Leur emballage ne contient pas de bandes de papier afin de réduire le coût des nouilles. Comme la marque maison Aeon, Topvalue offre des produits sécuritaires de qualité supérieure, dont les nouilles udon.
Entreprise : Aeon.



Source : Mintel, 2009.



Source : Mintel, 2009.

Nouilles aux fruits de mer et au lait

Ce produit a été reformulé et réintroduit sur le marché. Il fait partie de la gamme Cup Noodle de nouilles instantanées en tasse; il contient de la pieuvre, des œufs brouillés, du chou, de la ciboule et une garniture à arôme artificiel de crabe.
Entreprise : Nissin Food Products

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 de consommation: Le marché des nouilles au Japon

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2010

ISSN 1920-6623 Rapport sur les indicateurs de marché

No AAC. **10650F**

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:

Consumer Trends: Noodles in Japan

Canada 