



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

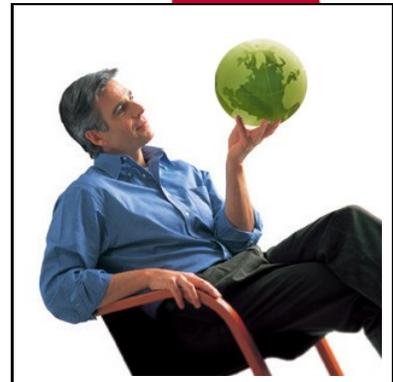
**Bureau des marchés
internationaux**

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JANVIER 2010



Tendances de consommation

Les aliments pour bébés au sein
de l'UE à 27



Tendances de consommation

Les aliments pour bébés au sein de l'UE à 27



► RÉSUMÉ



Au cours des dernières années, le marché des aliments pour bébés dans les pays les plus importants de l'UE à 27 a affiché une croissance marquée.

Étant donné l'augmentation des contraintes de temps qui pèsent sur les parents, n'importe quel produit qui permet de gagner du temps a de fortes chances de se vendre très bien dans les pays de l'Europe de l'Ouest. Des statistiques récentes montrent que les ventes d'aliments pour bébés ont augmenté régulièrement de 2003 à 2008, affichant une croissance de 1 % à 8 %

dans les cinq principaux marchés de l'UE. On prévoit que cette tendance se poursuivra et que la demande pour une variété d'aliments pour bébés plus nutritifs et commodes continuera de stimuler la croissance de la consommation.

L'augmentation du taux de natalité a aussi contribué à stimuler les ventes d'aliments pour bébés dans la plupart des principaux marchés de l'UE, le lait maternisé ayant affiché une augmentation marquée.

► DEMANDE GRANDISSANTE

En 2008, c'est l'offre de produits plus naturels et plus sains, ainsi que la préoccupation croissante à l'égard de l'obésité infantile, qui ont stimulé les ventes d'aliments pour bébés. Il faut s'attendre à une augmentation du nombre d'ingrédients sains dans les aliments préparés pour bébés, ainsi qu'au lancement fréquent de nouvelles recettes utilisant des ingrédients nutritifs de différents secteurs, comme des canneberges et des légumineuses. La modification de gammes de produits existantes pour conserver l'apport vitaminique et nutritif des ingrédients est aussi en hausse. Des mesures ont également été prises pour supprimer l'ajout de sel et de sucre afin de répondre à la demande des consommateurs pour des produits alimentaires plus naturels et plus sains.

Soutenue par des investissements importants en recherche-développement, l'innovation dans le secteur des aliments pour bébés vise le développement de produits de meilleure qualité qui sont plus sains et plus faciles à préparer. Les fabricants de lait maternisé se concentrent sur la mise au point de produits qui ont des propriétés semblables au lait maternel sur le plan nutritionnel et qui procurent les mêmes bienfaits principaux.

Les stratégies susceptibles de réussir au sein de l'UE à 27 reposeront sur l'augmentation de la valeur des produits existants ou sur l'introduction de produits novateurs plus sains et plus naturels.

Le marché des aliments biologiques pour bébé est toujours considéré comme un marché à créneau dans toute la région, représentant en moyenne moins de 10 % des ventes globales. Deux pays font figure d'exceptions, soit le Royaume-Uni où 75 % de tous les aliments préparés pour bébé sont classés dans la catégorie des aliments biologiques, et l'Allemagne où les ventes d'aliments biologiques pour bébés affichent la croissance la plus élevée de tous les pays de l'UE.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Tendances de consommation</i>	3
<i>Tendances du marché de détail</i>	3
<i>Lait maternisé</i>	4
<i>Aliments pour bébés</i>	4
<i>Aliments préparés pour bébés</i>	4
<i>Autres aliments pour bébés</i>	4
<i>Concurrence</i>	5



Les exportations canadiennes de céréales préparées, d'amidon, de farine et de lait pour nourrissons à destination des Pays-Bas enregistrent une croissance soutenue.



► LE SAVIEZ-VOUS?

► En Italie, des recherches récentes ont révélé que 75 % des mères italiennes préfèrent les aliments préparés pour bébés aux aliments faits maison parce qu'ils sont perçus comme étant plus commodes, plus nutritifs et plus sains.

► En 2008, la France était le plus gros importateur de deux des trois sous-catégories d'aliments pour bébés.



► TENDANCES DE CONSOMMATION

► L'adoption par les consommateurs d'aliments sains et naturels a été la principale tendance qui s'est dégagée dans le secteur des aliments pour bébés en 2008.

► Les aliments préparés accaparent la plus large part du marché des aliments pour bébés, une part qui ne cesse d'augmenter avec l'arrivée de nouveaux produits proposés par les fabricants.

► Les consommateurs recherchent un plus grand choix d'aliments destinés aux bambins, et l'industrie y donne suite en proposant d'autres produits pour les bébés de plus de 12 mois.

► L'offre de produits à forte valeur ajoutée s'accroît, mais les allégations concernant le bon rapport qualité-prix d'un produit ne garantissent pas toujours leur vente.

► Il y a augmentation de la demande pour l'information nutritionnelle sur les emballages et pour une réduction de la teneur en sel, en sucre et en gras que l'on trouve actuellement dans les aliments pour bébés.

► TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL

► Les prix à l'unité ont augmenté légèrement en 2008. Dans certains cas, la croissance est attribuable à une hausse des coûts des matières premières et de la distribution, ainsi qu'à la popularité accrue des produits biologiques et des produits de première qualité. Les prix moyens à l'unité dans ce secteur ont aussi progressé de 2 % à 4 %.

► Les supermarchés et les hypermarchés ont réalisé la majeure partie des ventes en 2008. Les pharmacies se sont souvent classées au deuxième rang. Chose intéressante, elles profitent de l'image médicale qu'elles véhiculent, ce qui rassure les parents sur la qualité des produits qui y sont vendus.

► Le secteur des aliments pour bébés est souvent dominé par de grands fabricants, les produits vendus sous marques maison étant peu nombreux.

► La croissance de la valeur est déterminée par l'offre de nouveaux produits.

Taille des marchés - Données historiques - Taux de change fixe de 2008 - Valeur en M\$US

Pays	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bulgarie	16,6	17,9	19,3	20,7	22,1	23,3
République tchèque	54,2	58,4	65,7	76,4	88,6	100,4
Hongrie	46,4	50,3	54,3	58,4	61,8	67
Pologne	207,6	215,2	238	273,1	325	358,1
Roumanie	18,4	24,1	27,9	37,4	43,8	49,5
Slovaquie	31,2	33	34,3	35,6	37	38,6
Autriche	87,7	91,4	94,5	97,2	100,2	103,7
Belgique	141,4	148,3	151,8	157,7	164,4	170,4
Danemark	47,3	47,8	48,7	50,3	51,2	55,8
Finlande	68,9	72,8	75,8	78,7	80,8	86,7
France	1349,6	1399,4	1479,4	1539,2	1614,7	1721,4
Allemagne	862,2	868,7	878,1	893,3	931,6	969,9
Grèce	140,8	149	157,6	163,2	168,9	175,7
Irlande	58,7	63,9	69,2	75	81,9	88,8
Italie	1390,2	1415,4	1399,1	1403,6	1456,7	1516,3
Pays-Bas	195,5	200,2	199,1	198,1	198,4	199,2
Portugal	170,3	174,6	177,9	182,2	186,3	191,1
Espagne	589,2	601,3	635,4	674,5	722,3	773,5
Suède	118,7	125,6	132,1	141,9	152,2	162,1
Royaume-Uni	679,8	701,6	728,1	756,6	769,1	780

Source ©2009 Euromonitor International



▶ LAIT MATERNISÉ

- ▶ Le secteur du lait maternisé est en pleine croissance, et de nombreux acteurs importants se concentrent sur le développement de repas préparés pour bébés.
- ▶ On prévoit une croissance modérée, mais soutenue, dans le sous-secteur du lait maternisé (et celui des aliments préparés pour bébés) de 2008 à 2013.
- ▶ Dans le sous-secteur du lait maternisé, les produits hypoallergéniques constituent un petit créneau qui s'avère très dynamique.

- ▶ Le sous-secteur du lait maternisé pour les tout-petits a enregistré la plus forte croissance en 2008 avec une augmentation de la valeur de près de 9 %.
- ▶ L'innovation émergera probablement dans le sous-secteur de lait maternisé pour développer des produits qui auraient des propriétés semblables à celles du lait maternel selon les allégations des fabricants.
- ▶ Les préparations en poudre ont continué à dominer les ventes de lait maternisé dans certains marchés de l'UE en 2008, représentant près de 73 % de la valeur des ventes totales.

▶ ALIMENTS POUR BÉBÉS

- ▶ On prévoit que les ventes d'aliments pour bébés afficheront une croissance de 5 % en valeur constante de 2010 à 2013.
- ▶ Les aliments pour les tout-petits et les amuse-gueule pour bébés de plus de 12 mois gagnent en popularité à cause des campagnes faisant la promotion de l'innocuité, de la qualité supérieure, de la commodité et de la valeur nutritionnelle de ces produits de spécialité. On prévoit qu'ils continueront à stimuler les ventes.
- ▶ La sensibilité aux prix est inexistante dans le secteur des aliments pour bébés, et les ventes de produits vendus sous marques maison sont restées marginales ou nulles.

- ▶ Les consommateurs sont de plus en plus informés du fait que la présence permise de pesticides dans les aliments pour bébés en vertu de la réglementation européenne est tellement faible que les produits réguliers sont pratiquement identiques aux produits biologiques. De plus, à la différence des aliments biologiques, les aliments non biologiques peuvent être enrichis de vitamines et de minéraux. Les stratégies futures prendront peut-être ces facteurs en compte, et le développement de produits sera probablement axé sur des recettes mettant l'accent sur l'aspect santé plutôt que sur l'aspect biologique.

▶ ALIMENTS PRÉPARÉS POUR BÉBÉS

- ▶ Les aliments préparés pour bébés figurent parmi les produits les plus performants en 2008, la croissance de leur valeur marchande atteignant de 4 % à 8 % dans certains marchés.
- ▶ Le sous-secteur des repas prêts à servir a été avantagé par la volonté des parents de donner à leurs bébés des aliments variés, hauts de gamme et de qualité supérieure dans les quantités requises.

- ▶ De nouveaux produits ont été lancés dans le sous-secteur des aliments préparés comme NaturNes de Nestlé et des produits congelés comme Les Menus de Bébé proposés par Le Monde de Maya.
- ▶ La tendance émergente favorise les aliments pour bébés économiques de qualité supérieure, la part de marché des produits de milieu de gamme continuant à diminuer.
- ▶ Les aliments préparés pour bébés ont enregistré la meilleure performance sur le plan de la croissance et représentent près de 50 % de la valeur de la part de marché des aliments pour bébés.

▶ AUTRES ALIMENTS POUR BÉBÉS

- ▶ Les ventes de lait de consommation ont augmenté et représentent 10 % des ventes totales.
- ▶ Le secteur des aliments biologiques pour bébés connaît une croissance lente, mais il est toujours considéré comme un créneau de marché qui pourrait être limité par des problèmes de distribution et le manque d'intérêt des consommateurs.
- ▶ La part de marché du lait maternisé hypoallergénique et des produits de soja s'élève à 8 %.

- ▶ On prévoit que les desserts pour enfants gagneront en popularité.
- ▶ Le sous-secteur des autres aliments pour bébés connaît une progression, les ventes ayant augmenté.
- ▶ Les ventes d'aliments secs pour bébés ont diminué en raison d'un ralentissement de la consommation.



► CONCURRENCE

- Le secteur des aliments pour bébés est dominé par les multinationales Nestlé, Danone, Heinz et Kraft qui se livrent une concurrence très vive.
- Blédina SA (propriété de Danone SA) a continué de dominer le marché français des aliments pour bébés en 2007 avec ses marques Blédina et Blédilait.
- De petites entreprises nationales comme Le Monde de Maya, Plasmon Dietetici Alimentari et Hipp ont accaparé certains sous-secteurs de ce marché. Certaines ont développé principalement des produits-créneau, comme l'entreprise Vitagermine et ses aliments pour bébés biologiques, Babybio.
- Dans le secteur du lait maternisé, Cedilac SA a amélioré les produits de sa gamme Modilac en modifiant la formule et en changeant l'emballage afin de projeter une image plus médicale.
- Dans le sous-secteur du lait, l'entreprise Nutricia France SA a élargi sa gamme de lait de suite Milupa et lancé un lait de consommation destiné aux bambins.
- Numico est un acteur important dans le sous-secteur du lait maternisé avec ses marques Nutricia et Milupa de Danone.
- Des entreprises laitières comme Puleva et Corporación Alimentaria Peñasanta se sont implantées dans le secteur en offrant des produits de lait maternisé novateurs.



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.

LES ALIMENTS POUR BÉBÉS AU SEIN DE L'UE À 27

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2009

ISSN 1920-6615 Rapport sur les indicateurs de marché

N° AAC 11140F

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:

Baby Food in the EU27

Canada 