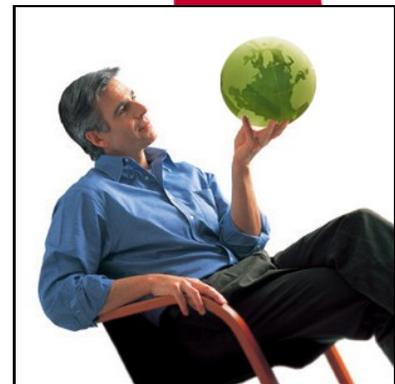




**Bureau
des marchés
internationaux**

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | NOVEMBRE 2011

Produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale



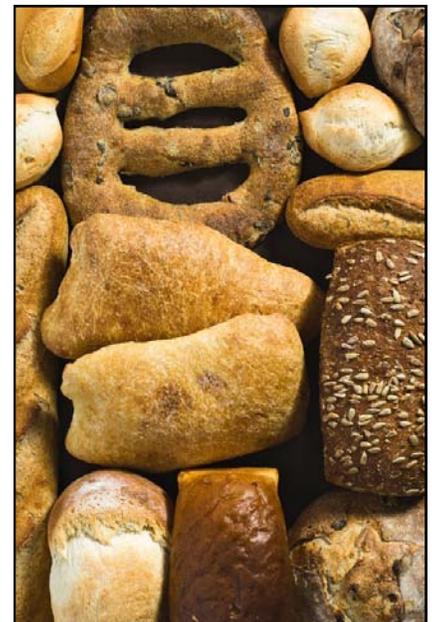


► **TENDANCES DE LA CONSOMMATION**

- ▶ De tous les peuples d'Europe occidentale, les Turcs consomment le plus de produits de boulangerie-pâtisserie par habitant (y compris les produits de boulangerie-pâtisserie et les desserts congelés). Cependant, c'est en Suisse que les consommateurs dépensent le plus par habitant en produits de boulangerie-pâtisserie.
- ▶ De 2005 à 2010, plusieurs pays d'Europe occidentale ont vu le volume des ventes de produits de boulangerie-pâtisserie baisser, y compris les produits de boulangerie-pâtisserie et les desserts congelés. Ces pays sont notamment l'Espagne, la France, le Royaume-Uni, la Suède, l'Italie et l'Irlande. Cependant, le marché devrait se redresser, de très légères baisses étant prévues pour l'Italie, le Royaume-Uni et la France de 2011 à 2015.
- ▶ En ce qui concerne la valeur, les ventes de produits de boulangerie-pâtisserie devraient afficher une croissance vigoureuse en Europe occidentale de 2011 à 2015. Dans son ensemble, le marché ouest-européen des produits de boulangerie-pâtisserie devrait croître de 8,6 % de 2011 à 2015.
- ▶ Les ventes se sont heurtées dans le passé à la vogue des modes de vie sains et aux taux d'obésité en hausse dans les pays industrialisés. Il y a aussi eu une baisse des ventes provoquée par la récession et le fait que les consommateurs ont acheté moins d'aliments non essentiels.
- ▶ Il y a un marché important pour les produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être, le pain riche en fibres étant le produit le plus recherché.
- ▶ Les marques maison ont enregistré des gains importants sur le marché ouest-européen de la boulangerie-pâtisserie, des desserts et des céréales pour déjeuner. L'analyse des lancements de produits nouveaux sur le marché ouest-européen de janvier 2011 à juillet 2011 dans cette catégorie révèle que les marques maison ont représenté environ 30 % des lancements. Le succès des détaillants à marge réduite sur les principaux marchés d'Europe occidentale a stimulé la vente des produits de marque maison tant nouveaux qu'existants.
- ▶ Sans gluten, éthique, végétarien et sans additif ou agent de conservation sont toutes des caractéristiques très recherchées des produits pour ce marché parvenu à maturité.
- ▶ Par canal de distribution, les ventes au détail de produits de boulangerie-pâtisserie, de desserts et de céréales sont les plus fortes dans les hypermarchés et les supermarchés. Carrefour, Auchan, Tesco, le Groupe Metro, et le Groupe Schwarz sont des commerces d'alimentation au détail populaires en Europe occidentale. Metro, quant à lui, compte principalement sur ses magasins de vente au comptant sans livraison qui répondent aux besoins des restaurants, des hôtels et des établissements.
- ▶ En raison du taux d'obésité qui est en hausse, certains consommateurs choisissent d'acheter des craquelins et des gâteaux secs santé et mieux-être plutôt que des biscuits.
- ▶ Les produits de boulangerie-pâtisserie artisanaux dominent les principaux marchés comme la France, l'Italie et la Turquie. Cependant, ils sont moins populaires dans d'autres marchés importants comme le Royaume-Uni et l'Allemagne.

► **DANS CE NUMÉRO**

<i>Tendances de la consommation</i>	2
<i>Ventes au détail</i>	3
<i>Produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être</i>	4
<i>Part de marché des marques et des sociétés</i>	4
<i>Canaux de distribution</i>	5
<i>Nouveaux produits</i>	5
<i>Données commerciales</i>	7





▶ VENTES AU DÉTAIL

- ▶ En 2010, les ventes de produits de boulangerie-pâtisserie, y compris les ventes de produits de boulangerie-pâtisserie et de desserts congelés, ont atteint 145,9 milliards de dollars US en Europe occidentale.
- ▶ Dans le tableau ci-dessous, les produits de boulangerie-pâtisserie en tant que catégorie représentent le marché pour les pains, les petits pains, les pâtisseries et les gâteaux. Les produits de boulangerie-pâtisserie congelés englobent les produits de déjeuner, les croûtes de pizza, les fonds de pâtisserie et les pains congelés. Les desserts congelés englobent les tartes, tartelettes et gâteaux congelés, mais ne comprennent pas les desserts contenant de la crème glacée.

Taille du marché des produits de boulangerie-pâtisserie (BP) en Europe occidentale Valeur au détail en millions de dollars US - Prix courants

Catégories	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Produits de BP	125 540,1	128 388,0	131 962,9	137 764,6	140 501,0	142 586,6
Produits de boulangerie	105 011,5	107 459,0	110 429,3	115 198,5	117 479,4	119 056,5
Gâteaux secs	14 212,1	14 441,6	14 793,0	15 469,7	15 766,3	16 122,5
Céréales pour déjeuner	6 316,5	6 487,4	6 740,5	7 096,4	7 255,3	7 407,6
Produits de BP congelés	1 298,3	1 320,6	1 360,6	1 420,0	1 439,4	1 455,6
Desserts congelés	1 669,1	1 709,6	1 762,4	1 837,6	1 870,6	1 906,1
Total	128 507,5	131 418,2	135 085,9	141 022,2	143 811,0	145 948,3

Source : Euromonitor, 2011

- ▶ L'Italie est appelée à devenir le plus important marché d'Europe occidentale pour les produits de boulangerie-pâtisserie et les produits de boulangerie-pâtisserie/desserts congelés. Cependant, la Norvège devrait être le marché le plus dynamique, avec un taux de croissance de 21,4 % en ce qui concerne la valeur des ventes de 2011 à 2015. Le Royaume-Uni devrait être un marché à la fois important et dynamique pendant la période de prévision.

Taille du marché des produits de boulangerie-pâtisserie et des produits de boulangerie-pâtisserie/desserts congelés en Europe occidentale par pays - Valeur au détail prévue en millions de dollars US - Prix courants

Géographie	2011	2012	2013	2014	2015	% de croissance pour 2011-2015
Europe occidentale	147 849,2	150 345,9	153 443,8	157 083,4	160 564,3	8,6
Italie	25 639,0	26 039,3	26 708,4	27 580,7	28 469,9	11,0
France	22 522,4	22 876,2	23 257,3	23 658,1	24 057,2	6,8
Allemagne	21 855,4	21 624,9	21 518,2	21 504,4	21 556,9	-1,4
Turquie	20 325,1	21 044,1	21 687,7	22 371,0	22 814,8	12,2
Royaume-Uni	14 551,0	15 149,7	15 801,5	16 480,0	17 162,3	17,9
Espagne	10 137,6	10 144,2	10 253,8	10 459,7	10 628,6	4,8
Pays-Bas	4 973,0	5 033,1	5 101,8	5 183,1	5 265,7	5,9
Belgique	4 726,1	4 813,1	4 906,4	4 997,7	5 083,1	7,6
Grèce	3 875,9	4 005,0	4 170,9	4 339,2	4 527,0	16,8
Autriche	3 871,3	3 946,2	4 026,2	4 116,0	4 205,0	8,6
Suisse	3 345,3	3 386,4	3 438,5	3 499,9	3 547,2	6,0
Suède	2 466,4	2 509,5	2 555,4	2 604,4	2 657,2	7,7
Finlande	2 145,4	2 197,0	2 252,4	2 310,7	2 375,2	10,7
Norvège	2 057,6	2 161,8	2 268,4	2 380,5	2 498,4	21,4
Danemark	1 846,4	1 820,4	1 807,0	1 805,9	1 814,7	-1,7
Portugal	1 545,0	1 584,9	1 631,8	1 683,3	1 740,6	12,7
Irlande	1 506,2	1 535,8	1 567,3	1 600,2	1 633,2	8,4

Source : Euromonitor, 2011



► PRODUITS DE BOULANGERIE-PÂTISSERIE SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Le marché des produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être représente environ 17,4 % du marché total des produits de boulangerie-pâtisserie (sans les produits congelés).
- L'Allemagne est le marché le plus important pour les produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être. En 2010, le pays détenait 23,5 % du marché ouest-européen. Le Royaume-Uni et la France sont respectivement le deuxième et le troisième marché en importance pour les produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être dans la région.

Taille du marché des produits de boulangerie-pâtisserie santé et mieux-être (SME) en Europe occidentale - Valeur au détail en millions de dollars US - Prix courants

Catégories	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Produits de boulangerie-pâtisserie SME totaux	21 468,8	22 169,5	22 976,9	23 844,9	24 412,9	25 051,5
Pain SME	12 454,8	12 865,3	13 293,4	13 677,2	13 954,5	14 281,2
Gâteaux SME	213,7	225,6	238,5	248,8	256,7	262,5
Gâteaux secs SME	2 103,9	2 174,2	2 246,8	2 324,6	2 404,1	2 490,4
Céréales pour déjeuner SME	6 244,7	6 411,3	6 662,0	7 008,6	7 158,6	7 324,3
Autres produits de boulangerie SME	451,7	493,1	536,2	585,7	639,0	693,1

Source : Euromonitor, 2011. **Note :** Ne comprends pas les produits de boulangerie-pâtisserie et desserts congelés.

► PART DE MARCHÉ DES MARQUES ET SOCIÉTÉS

- En 2009, les producteurs artisanaux détenaient 58,6 % du marché des produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale, alors que les marques maison détenaient presque 12 % de ce marché.
- Selon Datamonitor, Kuchenmeister détenait presque 20 % du marché des gâteaux et des pâtisseries en Europe occidentale en 2009. Kraft détenait 24,5 % du marché des biscuits et 32,6 % du marché des craquelins. Barilla détenait 20,3 % du marché des produits de déjeuner et 23,7 % du marché des pains et petits pains. Enfin, Kellogg détenait 58,2 % du marché des céréales pour déjeuner en 2009.

Part de marché des plus grandes marques (selon la dénomination sociale) de produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale - Valeur au détail - Répartition (%)

Marque	Société (nom de marque internationale)	2005	2006	2007	2008	2009
Mulino Bianco	Barilla Holding SpA	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4
Warburtons	Warburtons Ltd	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8
Golden Toast	Barilla Holding SpA	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
LU	Kraft Foods Inc.	-	-	0,5	0,5	0,5
Hovis	Premier Foods Plc	-	-	0,6	0,5	0,5
Kingsmill	Associated British Foods Plc	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4
Harry's	Barilla Holding SpA	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Bimbo	Sara Lee Corp.	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Kellogg's Special K	Kellogg Co	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Pasquier	Brioche Pasquier SA	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Artisanal	Artisanal	58,5	58,3	58,3	58,6	58,6
Marque maison	Marque maison	11,4	11,6	11,6	11,7	11,9

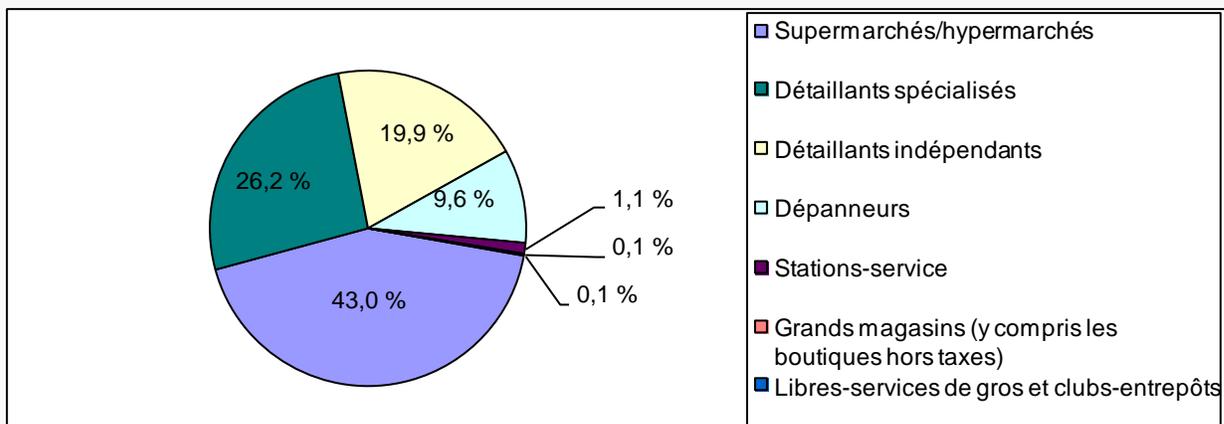
Source : Euromonitor, 2011. **Note :** La part de marché des marques ne comprend pas les produits de boulangerie-pâtisserie et les desserts congelés; les chiffres de 2010 n'ont pas encore été publiés.



▶ CANAUX DE DISTRIBUTION

- ▶ En 2009, 43 % des produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale ont été vendus dans les supermarchés ou hypermarchés. Par segment, 53,7 % des gâteaux et pâtisseries ont été vendus par les détaillants spécialisés, tandis que 65,1 % des biscuits, 67 % des craquelins, 36 % des produits de déjeuner, 77,2 % des céréales pour déjeuner et 35,5 % des pains et petits pains ont été vendus dans les supermarchés ou hypermarchés.

Parts des canaux de distribution (Produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale) - Valeur au détail -2009



Source : Datamonitor, 2010. Note : Ne comprend pas les produits de boulangerie-pâtisserie et les desserts congelés.

▶ NOUVEAUX PRODUITS

- ▶ Voici deux exemples de nouveaux produits de boulangerie-pâtisserie qui ont été lancés sur le marché ouest-européen au cours de la dernière année selon le Global New Products Database de Mintel (2011).



Gâteaux secs à grains entiers
Pays : Italie
Société : Kraft Foods
Prix : 3,00 \$US



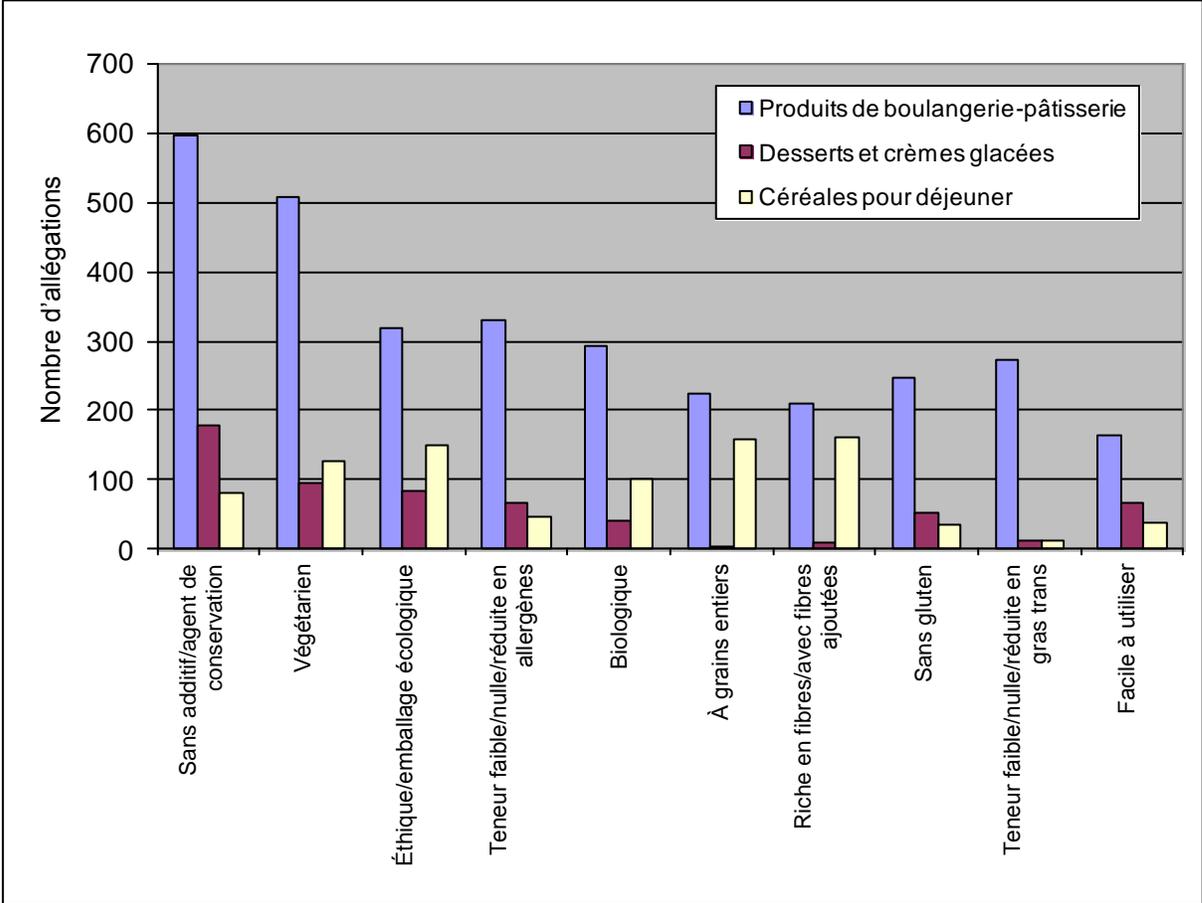
Biscuits au chocolat blanc et canneberges
Pays : France
Société : Scamark (marque maison)
Prix : 2,03 \$US

► **NOUVEAUX PRODUITS (suite)**



- Il y a eu sur le marché ouest-européen entre janvier 2011 et juillet 2011 un total de 5 259 lancements de produits de boulangerie-pâtisserie, de céréales et de desserts.
- Le Royaume-Uni a été le pays le plus actif d'Europe occidentale, représentant plus d'un cinquième (22 %) des lancements de produits de boulangerie-pâtisserie dans la région. Les autres pays les plus actifs ont été l'Allemagne (16 %), la France (13 %), l'Italie (12 %) et l'Espagne (9 %).
- De janvier 2011 à juillet 2011, « l'allégation sans additif/agent de conservation » a été l'allégation la plus utilisée pour les produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale. Les allégations les plus courantes associées aux céréales pour petit déjeuner ont été « à grains entiers » et « riches en fibres/avec fibres ajoutées ».

Lancements de produits en Europe occidentale entre janvier 2011 et juillet 2011 (produits de boulangerie-pâtisserie, desserts et céréales) – par allégation



Source : Global New Products Database de Mintel, 2011

- Ventilés en sous-catégories, les gâteaux secs et biscuits sucrés ont représenté 25 % de tous les lancements de produits de boulangerie-pâtisserie, desserts et céréales en Europe occidentale. Un total de 18 % des nouveaux produits étaient dans la catégorie des gâteaux, des pâtisseries et des produits sucrés, 14 % étaient dans la catégorie des pains et des produits du pain et 9 % étaient dans la catégorie des ingrédients et mélanges à cuisson.



► **DONNÉES COMMERCIALES**

- ▶ Selon Statistique Canada, le Canada a exporté pour plus de 1,7 G \$CAN de produits de boulangerie-pâtisserie en 2010. La part des exportations destinée à l'Europe occidentale a été d'environ 1 %. Environ 95 % des produits de boulangerie-pâtisserie canadiens exportés l'ont été vers les États-Unis en 2010.
- ▶ L'UE (à 27) a importé de pays ne faisant pas partie de l'UE pour environ 633,6 M \$US de pain, de pâtisseries, de gâteaux secs sucrés, de gaufres, d'hosties, de cachets de produits pharmaceutiques, de pain d'épices, de biscottes et d'autres produits de boulangerie. La part du Canada dans ce marché était de 19 M \$US, ou 3 % en 2010.
- ▶ L'UE a importé de pays ne faisant pas partie de l'UE pour environ 338,9 M \$US de produits alimentaires entrant dans la préparation de produits de boulangerie-pâtisserie. La part du Canada dans ce marché était de 2,7 M \$US, ou 0,8 % en 2010.

Importations de l'UE (commerce extérieur) à partir des autres pays du monde						
Produits 1905 : Produits de la boulangerie, de la pâtisserie ou de la biscuiterie, même additionnés ou non de cacao; hosties, cachets vides des types utilisés pour médicaments, pains à cacheter, pâtes séchées de farine, d'amidon ou de fécule en feuilles et produits similaires						
Pays partenaire	\$CAN			Part (%)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Monde	627 198 860	631 968 005	633 556 647	100,0	100,0	100,0
Suisse	148 429 095	150 739 459	137 735 282	23,7	23,9	21,7
Turquie	81 232 081	82 829 241	80 163 274	13,0	13,1	12,7
Chine	46 366 204	59 210 280	66 958 896	7,4	9,4	10,6
États-Unis	48 970 956	41 310,238	49,609 492	7,8	6,5	7,8
Thaïlande	34 725 232	37 012 558	36 123 614	5,5	5,9	5,7
Norvège	22 526 593	21 865 624	22 495 461	3,6	3,5	3,6
Croatie	18 737 099	21 781 254	21 600 134	3,0	3,5	3,4
Vietnam	19 155 869	18 300 721	20 191 634	3,1	2,9	3,2
Canada	23 703 986	20 152 584	19 031 799	3,8	3,2	3,0
Singapour	12 843 616	13 455 591	18 743 551	2,1	2,1	3,0

Source : Global Trade Atlas, 2011

Importations de l'UE (commerce extérieur) à partir des autres pays du monde						
Produits 1901 : Extraits de malt; préparations alimentaires de farines, gruaux, semoules, amidons, féculés ou extraits de malt, ne contenant pas de cacao ou contenant moins de 40 % en poids de cacao						
Pays partenaire	\$CAN			Part (%)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Monde	390 590 493	401 620 383	338 862 639	100	100	100
Suisse	232 395 399	234 598 379	211 913 922	59,5	58,4	62,5
États-Unis	39 478 774	49 094 064	36 995 696	10,1	12,2	10,9
Croatie	25 434 969	29 075 561	26 279 322	6,5	7,2	7,8
Chine	11 340 500	10 885 203	9 178 353	2,9	2,7	2,7
Inde	21 815 192	19 993 666	7 229 057	5,6	5,0	2,1
Singapour	12 607 707	11 212 667	6 725 208	3,2	2,8	2,0
Australie	3 089 617	4 138 807	3 797 292	0,8	1,0	1,1
Turquie	3 186 323	3 726 459	3 782 441	0,8	0,9	1,1
Russie	6 509 466	5 643 631	2 998 587	1,7	1,4	0,9
Norvège	3 631 098	2 916 961	2 886 204	0,9	0,7	0,9
Canada	3 165 883	1 150 261	2 668 651	0,8	0,3	0,8

Source : Global Trade Atlas, 2011

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.

Produits de boulangerie-pâtisserie en Europe occidentale

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2011).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11636F**

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:
Bakery Products in Western Europe

Canada 