



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada



Bureau
des marchés
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JUIN 2012

Tendances de consommation

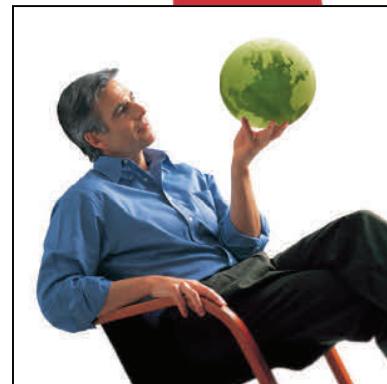
Crème glacée aux
Émirats arabes unis



Source : Shutterstock



Source : Shutterstock





► SOMMAIRE

Les Émirats arabes unis (ÉAU) dépendent largement des produits alimentaires importés. Les produits aliments transformés aux ÉAU sont surtout faits d'ingrédients importés, dont beaucoup proviennent des États-Unis. Ces aliments transformés produits sur place ne représentent que 20 % des produits destinés à la vente au détail, mais ils gagnent néanmoins du terrain. La population des ÉAU étant composée d'expatriés dans une proportion de 85 %, les consommateurs ont des préférences et des goûts variés qui combinent souvent les cultures de l'Ouest et du Moyen-Orient.

Aux ÉAU, la consommation de crème glacée est à la hausse; la valeur de ce marché était d'environ 56,6 millions de dollars américains en 2011. Cette même année, le Canada a exporté pour 16,8 millions de dollars de crème glacée aux ÉAU, soit plus de quatre millions de kilogrammes. La valeur des exportations canadiennes de crème glacée aux ÉAU a doublé depuis 2006.

Le Canada exporte aussi des ingrédients servant à la fabrication de crème glacée, comme la poudre de lait écrémé, ainsi que les protéines et la poudre de lactosérum.

D'autres fabricants canadiens de crème glacée pourraient pénétrer le marché s'ils mettent leurs produits en marché de manière dynamique et efficace. Certains ingrédients, comme le lait en poudre, ne sont pas encore largement répandus sur le marché, mais leur potentiel commercial est élevé, car les ÉAU comptent huit grands fabricants de crème glacée.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Sommaire</i>	2
<i>Catégories</i>	2
<i>Tendances du marché</i>	3
<i>Crème glacée achetée impulsivement</i>	5
<i>Crème glacée artisanale</i>	6
<i>Crème glacée à emporter à la maison</i>	6
<i>Yogourt glacé</i>	7
<i>Exemple de nouveaux produits</i>	8

Les ÉAU doivent recourir à l'importation pour leurs besoins alimentaires dans une proportion de 80 % à 90 %

► CATÉGORIES

Aux fins du présent rapport, la crème glacée sera divisée en quatre catégories :

- **Crème glacée artisanale** : crème glacée fabriquée par de petites entreprises locales et destinée à être vendue sur place.
- **Crème glacée achetée impulsivement** : nouveautés à base de produits laitiers ou d'eau, comme les sandwiches glacés, les cornets, les bâtonnets glacés et les sorbets vendus pour consommation sur le pouce. Cette catégorie comprend également les contenants individuels de crème glacée et les barres de crème glacée à enrobage chocolaté.
- **Crème glacée à emporter** : contenants de crème glacée à base de produits laitiers ou d'eau à emporter, gâteaux à la crème glacée et contenants de sorbet en format familial.
- **Yogourt glacé** : dessert glacé léger.



► TENDANCES DU MARCHÉ



L'industrie laitière des ÉAU est l'une des plus développées au Moyen-Orient et le pays compte plusieurs usines de transformation de produits laitiers et de crème glacée et sociétés d'import-export connexes. Certaines entreprises de fabrication ou de traitement appartiennent à des intérêts nationaux, comme United Kaipara Dairies Company (Unikai International) à Dubaï, Pure Ice Cream Company à Sharjah et International Foodstuffs Co. (IFFCO), établie à Sharjah.

Les hypermarchés et les supermarchés sont très fréquentés ; en effet, la croissance des ventes au détail aux ÉAU est en bonne partie attribuable à cet engouement pour les magasins à grande surface. Même si les dépanneurs, les petites épiceries de proximité et les magasins rattachés à une station-service sont plus nombreux que les hypermarchés et les supermarchés, ces derniers sont à l'origine de 50 % des ventes au détail.

Aux ÉAU, les cinq principaux détaillants en alimentation sont Emke group, Spinneys, Carrefour, Consumer Co-op U.A.E et Al Safeer. La plupart des grands détaillants sont concentrés autour des villes importantes comme Dubaï, Abu Dhabi et Sharjah.

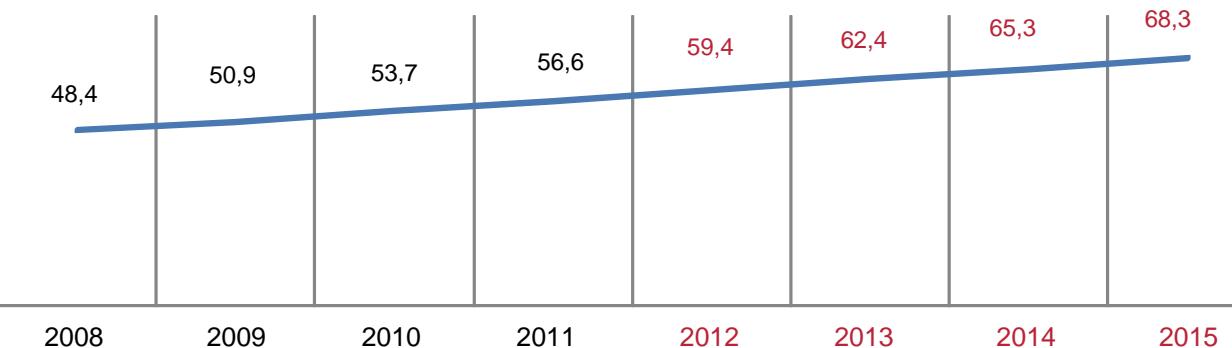
Dubaï compte un grand nombre de franchises de crème glacée, sous l'enseigne notamment de Baskin Robbins, de Cold Stone Creamery, de Dairy Queen, de Minimets et d'Häagen-Dazs. Ces détaillants de crème glacée artisanale sont très prisés à Dubaï, le long de Palm Strip, dans les villes et dans les centres commerciaux.

Aux ÉAU, la crème glacée est surtout achetée chez les détaillants spécialisés et dans les supermarchés, car le marché est divisé entre la crème glacée achetée impulsivement et celle à emporter à la maison. En 2011, 33 % de la valeur des ventes de crème glacée était attribuable aux achats faits chez les détaillants spécialisés, tandis que la part des ventes de crème glacée des supermarchés et hypermarchés totalisait 30 %. La part des dépanneurs était de 18 % et celle des détaillants indépendants de 13,2 %.

En 2011, les achats impulsifs étaient à l'origine d'environ 52 % de la valeur totale des ventes de crème glacée (ou 43,5 % en volume). La crème glacée à emporter à la maison était également prisée en 2011, 18 % de la valeur des ventes (ou 44,5 % en volume) étant attribuables à cette catégorie.

Aux ÉAU, en 2010, le grand fabricant sur le marché de la crème glacée était IFFCO Group, qui accaparait 39,5 % du marché grâce à ses marques Igloo et London Dairy. Les marques Royal Treat et Unikai, d'United Kairpara Dairies Company, détenaient 5,5 % et 1,3 % du marché respectivement. Häagen Dazs, Baskin Robbins, Del Monte et de nombreuses marques d'Unilever et de Nestlé étaient parmi les autres principales marques. En 2010, la part du marché aux ÉAU des fabricants artisanaux était de 15,5 % et celle des marques privées de 5,9 %.

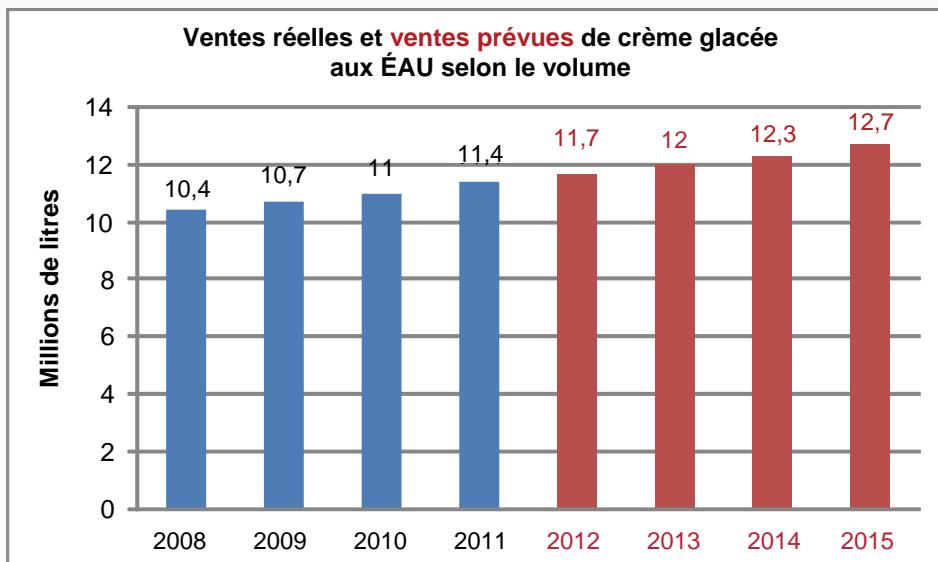
**Ventes réelles et ventes prévues de crème glacée aux ÉAU
selon la valeur en millions \$US**



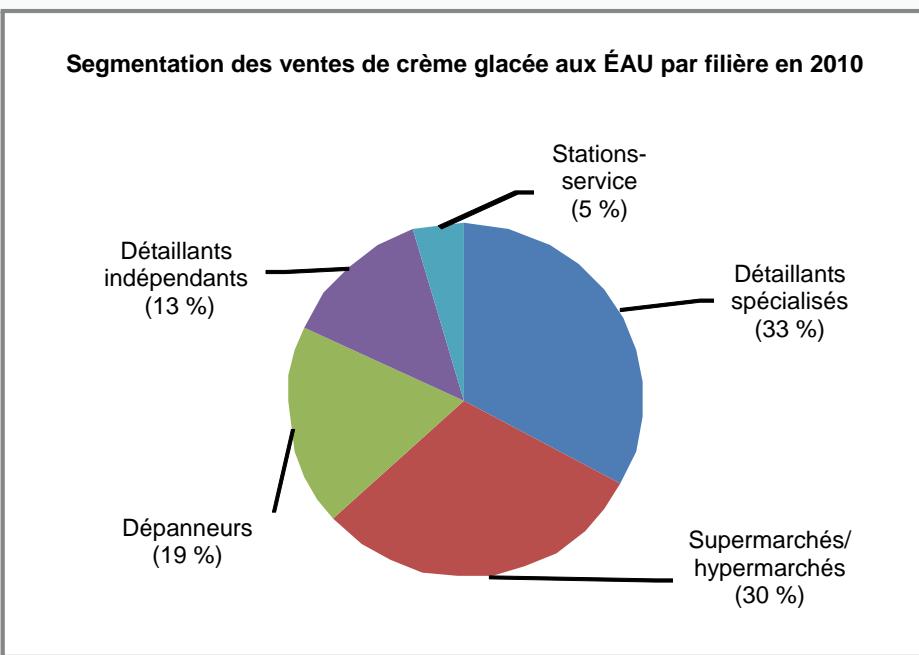
Source : Datamonitor 2012



► TENDANCES DU MARCHÉ (suite)



Source : Datamonitor 2012

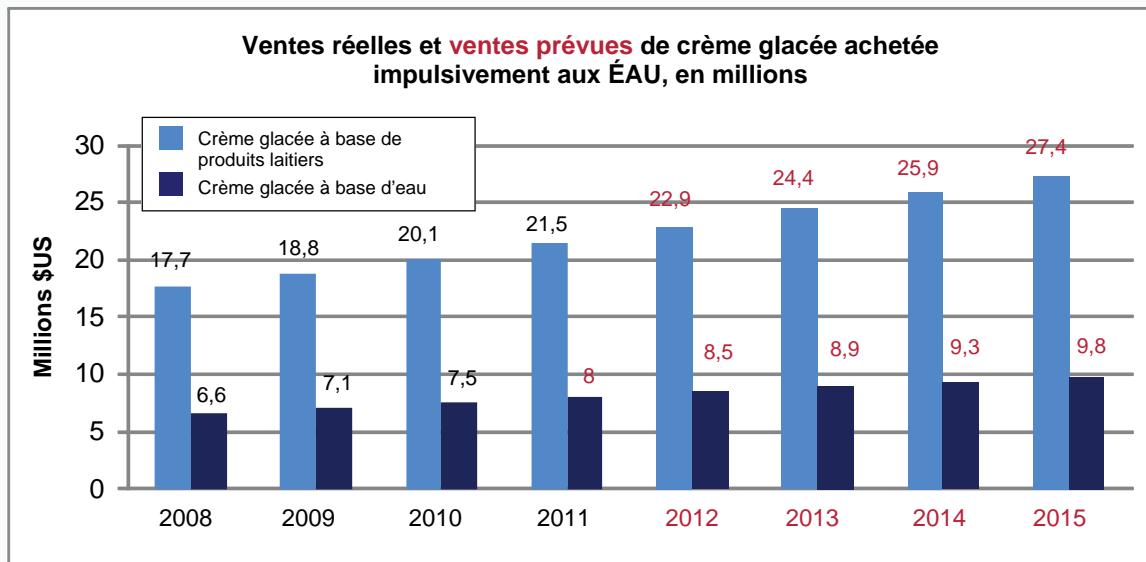


Source : Datamonitor 2012

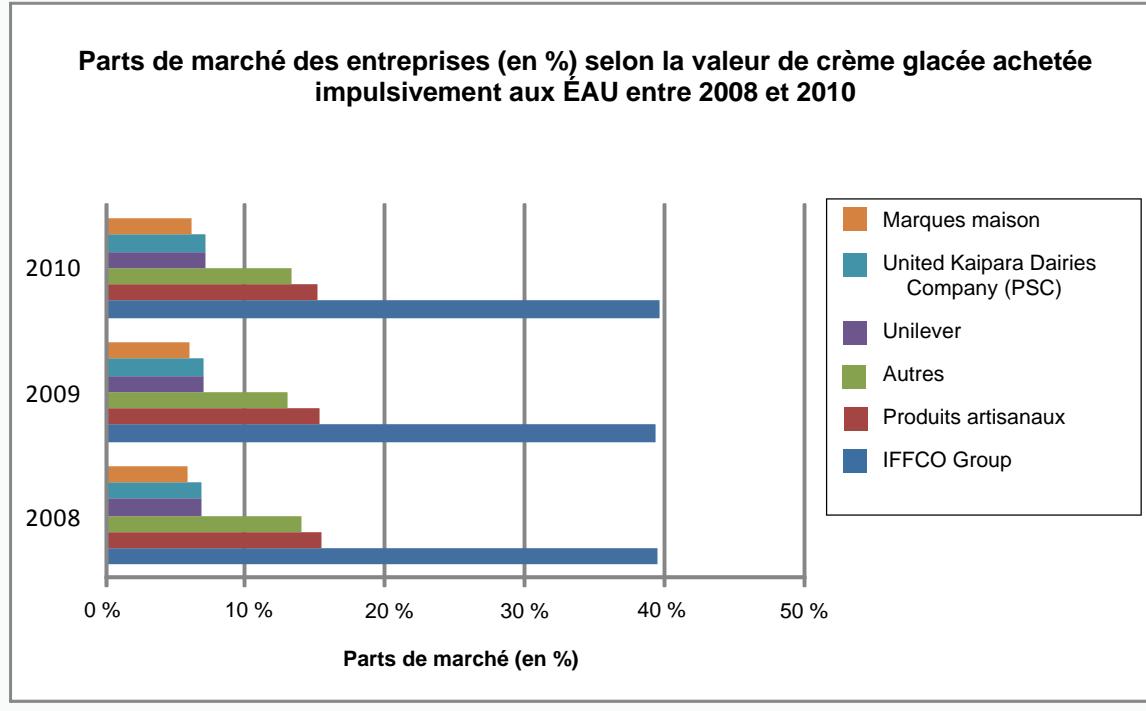


► CRÈME GLACÉE ACHEtéE IMPULSIVEMENT

Entre 2008 et 2011, les achats impulsifs de crème glacée à base de produits laitiers et à base d'eau ont progressé de manière semblable, respectivement et en moyenne de 6,9 et de 6,7 %. Dans les années à venir, on devrait assister à une moindre croissance des achats impulsifs de ces deux catégories, avec en moyenne 6,2 % pour la crème glacée à base de produits laitiers au cours de la période de prévision de 2012 à 2015, et de 5,2 % pour celles à base d'eau.



Source : Datamonitor 2012.



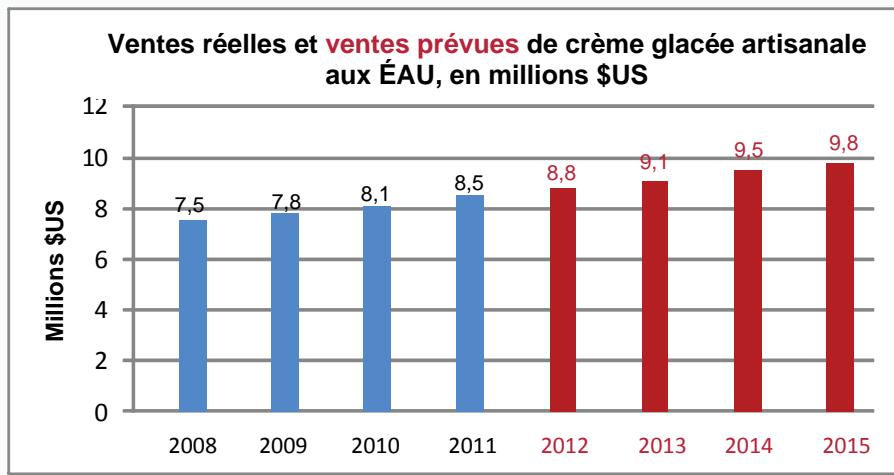
Source : Datamonitor 2012



► CRÈME GLACÉE ARTISANALE

Entre 2008 et 2011, le marché de la crème glacée artisanale a crû à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 4,8 % et il devrait continuer à progresser à un TCAC de 3,2 % entre 2012 et 2015. Le volume des ventes de crème glacée artisanale devrait croître à un TCAC de 2,5 % entre 2012 et 2015.

Il est impossible d'obtenir les données sur les principaux fabricants de produits artisanaux en raison de la grande fragmentation du marché et du nombre élevé de petits fabricants locaux. Tous les achats impulsifs de crème glacée artisanale aux ÉAU ont été faits chez des détaillants spécialisés.

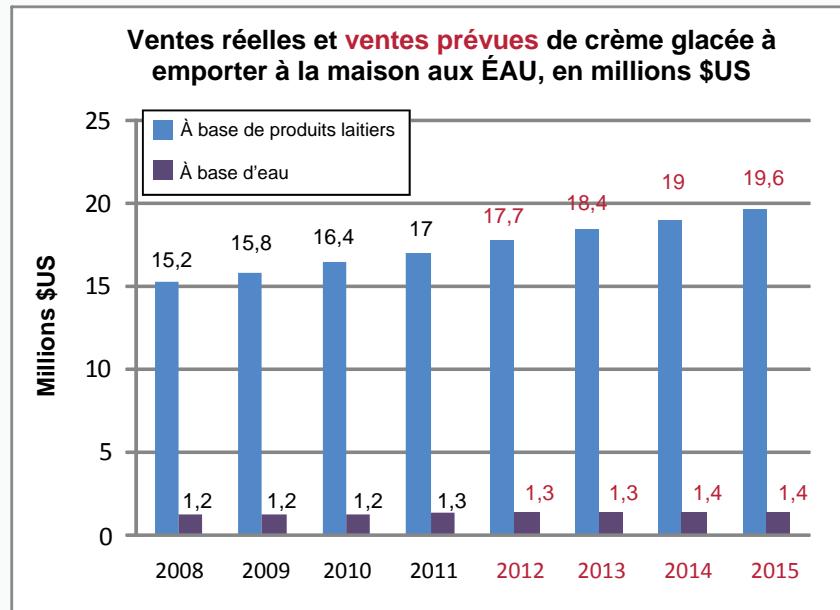


Source : Datamonitor 2012

► CRÈME GLACÉE À EMPORTER À LA MAISON

Dans la catégorie de la crème glacée à emporter, celle à base de produits laitiers occupe une part de marché beaucoup plus importante que celle à base d'eau. Entre 2008 et 2011, les ventes de la première s'est accrue en valeur et en moyenne de 4,1 %, alors que celle de la seconde n'a augmenté en moyenne que de 2,9 %. Sur la période de prévision de 2012 à 2015, le marché de la crème glacée à base de produits laitiers à emporter à la maison devrait ralentir et atteindre en moyenne 3,6 %, alors que celui de la crème glacée à base d'eau devrait tomber à 2,1 %.

D'ici 2012, le volume des ventes de crème glacée à emporter à la maison devrait atteindre 4,7 millions de litres, et le volume des ventes de crème glacée à base d'eau, 0,4 million de litres.



Source : Datamonitor, 2012.

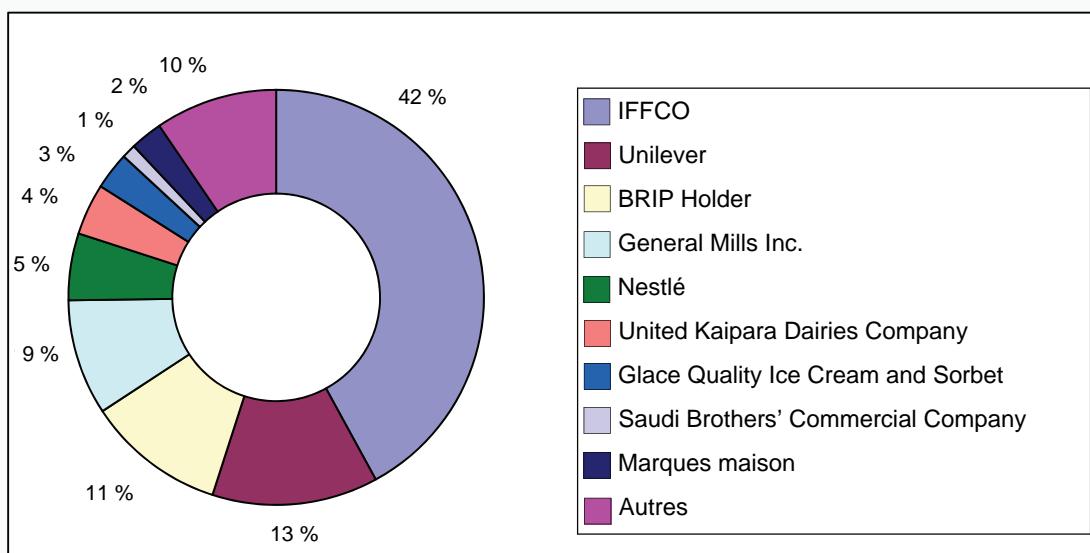
► CRÈME GLACÉE À EMPORTER À LA MAISON (suite)



Aux ÉAU, IFFCO Group domine le marché de la crème glacée à emporter grâce à ses marques London Dairy et Igloo, tout comme il domine le marché dans la catégorie des achats impulsifs de crème glacée. Les fabricants mondiaux accaparent une moins grande part de ce dernier marché que du marché des achats impulsifs de crème glacée à emporter à la maison. La principale marque d'Unilever est Selecta, tandis que General Mills exploite la marque Häagen-Dazs. Baskin Robbins est une marque utilisée sous licence par BR IP Holder.

En 2011, les ventes des supermarchés et des hypermarchés représentaient 51 % du marché, en termes de valeur des ventes. Les détaillants spécialisés détenaient 16,2 % du marché de la crème glacée à emporter à la maison aux ÉAU, les dépanneurs, 15,6 %, et les détaillants indépendants, 13 %.

Part de marché des entreprises (%) selon la valeur de crème glacée à emporter à la maison aux ÉAU, en 2011



Source : Datamonitor, 2012.

► YOGOURT GLACÉ

Entre 2012 et 2015, la valeur des ventes de yogourt glacé devrait augmenter à un TCAC de 3,8 %. Cela dit, la part de la valeur des ventes de crème glacée attribuable au yogourt glacé demeurera inférieure à 1 % aux ÉAU.

La plupart des achats impulsifs de yogourt glacé se font dans des supermarchés ou des hypermarchés; ceux-ci accaparent près de 70 % du marché du yogourt glacé en 2011. Cette même année, la part de marché des dépanneurs était de 12,6 % et celle des détaillants spécialisés, de 10 %. Ensemble, les détaillants indépendants et les stations-service détenaient moins de 10 % du marché.



Source : Shutterstock

► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS



Parmi les nouveaux produits que peuvent découvrir les consommateurs aux ÉAU figure Biologische Eiscreme (crème glacée biologique) commercialisée sous la marque Ice Cream Factory. Cette crème glacée se décline en plusieurs saveurs : vanille, chocolat noisette, fraise et stracciatella. Cette crème glacée est réputée pour n'être fabriquée qu'à partir d'ingrédients naturels et est proposée dans des contenants de 1 000 ml et de 150 ml (sauf pour la saveur stracciatella). Elle est fabriquée par Van Scheijndel.

Nouvellement mise sur le marché en Allemagne, en France, en Espagne et aux Émirats arabes unis, Bio Ziegenmilch Eiscreme (crème glacée biologique à base de lait de chèvre) est commercialisée sous la marque Ice Cream Factory. Cette crème glacée est disponible dans les saveurs vanille et chocolat. Elle est réputée pour n'être fabriquée qu'à partir d'ingrédients naturels et convient aux consommateurs allergiques aux protéines du lait de vache. Le produit est offert dans des contenants de 500 ml et est fabriqué par Van Scheijndel Ice Cream Factory BV.



Unipex Dairy Products Co., Ltd, enrichit sa gamme de 15 nouvelles saveurs en Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis sous la marque « London Dairy ». Les nouvelles saveurs sont : café au lait, caramel croquant, crème et biscuits, pralines et crème, raisins de Californie, tiramisu, gâteau au fromage à la fraise, Mango Magic, fraise, double chocolat, vanille, chocolat léger, vanille allégée, sorbet framboise et sorbet mangue. Chaque saveur est présentée dans un contenant de 150 ml.

De nouveaux cornets de crème glacée en emballage individuel ont été ajoutés à la gamme actuelle de crèmes glacées London Dairy commercialisée en Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis. Ces nouveaux produits sont offerts en trois saveurs : pralines et crème, fraise et double chocolat. Tous ces produits sont conditionnés dans des emballages de 140 ml et fabriqués par Unipex Dairy Products Co. Ltd.



Toutes les informations et images contenues dans la présente page proviennent du Datamonitor, Product Launch Analytics

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:
Crème glacée aux Émirats arabes unis**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par
le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11793F**

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:
Ice Cream in the United Arab Emirates**

Canada 