Agriculture et Agroalimentaire Canada | Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

Bureau
des marchés
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | OCTOBRE 2012

Aliments et boissons enrichis ou fonctionnels au Mexique

Source : *Mintel, 2012*

Source : *Mintel, 2012*

Cultivons l'avenir

Canada

RÉSUMÉ

Aux fins du présent rapport, la définition des aliments et boissons enrichis ou fonctionnels (EF) correspond à celle d'Euromonitor International, la source de la majorité des données de ce rapport. Ainsi, les produits enrichis ou fonctionnels sont des produits dont les bienfaits pour la santé sont supérieurs à leur valeur nutritive de base en raison de l'ajout d'ingrédients bénéfiques ou de l'amélioration générale du produit à une étape donnée du processus de fabrication. De plus, le positionnement du produit ou les arguments de vente doivent prendre en compte ses bienfaits pour la santé (voir l'image ci-dessous). Pour connaître la définition complète que donne Euromonitor des aliments enrichis ou fonctionnels au sens entendu dans ce rapport, consulter l'annexe A.

Les produits alimentaires EF regroupent un bon nombre de produits dont le marché est déjà ou presque établi. Au Mexique, cette situation risque de réduire les taux de croissance au cours de la période de prévision. Cette catégorie devrait enregistrer un taux de croissance annuel composé (TCAC) de seulement 2 % de 2012 à 2015. Cependant, cela ne signifie pas pour autant que les consommateurs mexicains s'intéressent moins aux produits EF, mais plutôt que bon nombre des produits qu'ils consomment régulièrement appartiennent déjà à cette catégorie.

Pour stimuler la croissance, les fabricants varieront probablement la composition de leurs produits en y ajoutant des ingrédients au goût du jour. Les produits fonctionnels ordinaires ou simples (comme ceux enrichis de vitamines et de minéraux) deviendront ainsi des produits plus complexes contenant aussi des oméga-3, des fibres et d'autres ingrédients.

Les boissons EF devraient bénéficier d'une croissance dynamique soutenue au cours de la période de prévision et afficheraient un TCAC de 7 % de 2012 à 2015, en valeur. Cette croissance marquée s'expliquera par l'offre accrue de prix abordables qui rendront ces produits accessibles à un vaste segment de la population. Ainsi, beaucoup de consommateurs délaisseront par exemple les sodas classiques pour les boissons EF meilleures pour la santé. Vu le mode de vie de plus en plus trépidant des grandes villes, les boissons EF constitueront un choix commode pour les consommateurs mexicains qui souhaitent hausser significativement leur consommation de vitamines et d'autres substances nutritives, mais qui n'ont pas le temps de le faire à partir de sources naturelles.

On trouvera des informations sur le règlement mexicain sur l'importation concernant les aliments et les boissons enrichis ou fonctionnels à l'annexe B du présent rapport.

DANS CE NUMÉRO

Résumé 2

Tendances de consommation 3

Taille du marché 5

Part des entreprises et des marques 7

Canaux de distribution 8

Nouveaux produits 9

Exemples de prix 11

Ressources 12

Annexe A – Définition d'aliments enrichis ou fonctionnels 13

Annexe B – Règlement mexicain sur l'importation 14

Source : *Mintel, 2012*

TENDANCES DE CONSOMMATION

Selon Euromonitor, ce sont les bienfaits supplémentaires pour la santé que présente une vaste gamme d'aliments enrichis ou fonctionnels qui attirent les consommateurs mexicains. Les consommateurs ont l'habitude des produits légèrement enrichis comme le lait ordinaire enrichi de calcium, ou le pain ou les yogourts à boire enrichis de vitamine B. C'est pourquoi les produits emballés aux préparations enrichies et fonctionnelles plus complexes, comportant de l'acide folique, des oméga-3, du fer et divers vitamines et minéraux, ont incité les consommateurs à payer un peu plus pour s'assurer de propriétés améliorées. Les produits qui exercent le plus d'attrait sont ceux qui allèguent des bienfaits particuliers, comme le soulagement de la constipation.

Trois grandes entreprises ont dominé les ventes des aliments emballés enrichis ou fonctionnels en 2010 : Nestlé, Industrial Lala et Panificación Bimbo, dont les parts de marché respectives se sont élevées à 16 %, 11 % et 10 %. Nestlé s'est particulièrement démarqué dans les préparations pour nourrissons des marques Nan et Nido, qui ont la faveur des mères mexicaines. Industrial Lala occupe une place solide dans le marché des produits laitiers avec sa gamme Lala, tandis que Panificación Bimbo se distingue dans les produits de boulangerie Bimbo, sa marque phare.

Au Mexique, la consommation de probiotiques est fortement liée à la santé des femmes. Les acteurs dominants du marché du yogourt probiotique, comme Danone et sa marque Activia, reconnaissent que la constipation est une préoccupation croissante des femmes mexicaines et ont créé des produits enrichis ou fonctionnels à leur intention. Danone a lancé une vaste gamme de produits aux saveurs et formats variés, appuyée par des campagnes de publicité qui expliquent les symptômes de la constipation et les solutions que Danone propose pour combattre ce malaise. Danone s'est ainsi constitué une clientèle croissante de consommatrices fidèles et assidues. Le Lala Vive con Fibra, un yogourt enrichi de fibres d'Industrial Lala, est aussi bien apprécié. En revanche, les consommateurs masculins demeurent généralement réticents à l'égard de ces produits.

La santé des os et la santé prénatale revêtent aussi de plus en plus d'importance pour l'industrie des aliments emballés enrichis ou fonctionnels. De nombreuses marques de produits laitiers et de pain mettent l'accent sur la santé des os, et notamment sur le contenu en calcium. Ces produits attirent plus particulièrement les consommateurs âgés qui souhaitent introduire dans leur alimentation le plus de substances nutritives possible. Une campagne menée par le gouvernement mexicain en 2011 pour souligner l'importance de consommer suffisamment d'acide folique durant la grossesse a grandement sensibilisé les consommatrices. Certains grands fabricants de pain enrichi ou fonctionnel comme Panificación Bimbo ont ajouté de l'acide folique à des produits de base consommés régulièrement.

Certains ingrédients, comme les vitamines et les minéraux habituels, se retrouvent dans la plupart des catégories de produits alimentaires emballés enrichis ou fonctionnels, et sont souvent essentiels pour concurrencer les autres acteurs. Au nombre des autres ingrédients figurent le fer dans les biscuits et le pain EF, les fibres dans le pain, le lait, le yogourt et les barres-collations EF, et les oméga-3 dans le pain, le lait et le yogourt EF. Ces nutriments tiennent un rôle important dans les produits de leur catégorie respective et les consommateurs s'attendent à les y trouver. D'autres ingrédients moins connus comme le xylitol se trouvent aussi sur le marché mexicain. Cet ingrédient est particulièrement présent dans les gommes à mâcher EF, grâce à une couverture médiatique nationale (vers la fin de 2011) faisant ressortir ses bienfaits pour l'émail des dents.

Craquelins enrichis de vitamines et de minéraux

Les Bimbo Nutrinas Galletas Adicionadas con itaminas y Minerales (craquelins enrichis de vitamines et de minéraux) ont une faible teneur en gras et en sodium. Ils contiennent du BioVive, un ingrédient prébiotique qui favorise le fonctionnement normal de la flore intestinale. Il est offert dans un emballage de 255 g contenant trois sachets individuels de 85 g.

Source : *Mintel, 2012.*

▶ TENDANCES DE CONSOMMATION (suite)

Entre 2005 et 2011, le nombre de bébés et de nourrissons a fléchi de 5 % au Mexique, passant de 6,3 millions en 2005 à environ 6 millions (Euromonitor). De tous les groupes de population, c'est celui qui a subi la plus forte baisse en pourcentage. Le nombre de bébés et de nourrissons devrait fléchir encore pour tomber à seulement 5,2 millions d'ici 2020. La conjoncture économique et la taille réduite de ce groupe auront pour effet de limiter la croissance future des ventes de la plupart des produits pour bébé, y compris les aliments fonctionnels. En période économique difficile, les familles et les amis s'échangent souvent des vêtements et autres articles de bébé qui ne conviennent plus. Certaines familles ont réduit leur consommation aux produits essentiels, comme les aliments pour bébé et les couches. Toutefois, comme le nombre d'enfants par famille continuera à reculer, les parents mexicains auront davantage de ressources à consacrer à chaque enfant. Par conséquent, il se pourrait que les produits alimentaires enrichis ou fonctionnels pour bébé gagnent leur faveur comparativement à leurs équivalents ordinaires, ce qui assurera une croissance marginale des ventes au cours de la période de prévision 2012-2015.

Au Mexique, les adultes d'âge moyen (de 40 à 64 ans) sont les consommateurs les plus stables financièrement. Comme la plupart d'entre eux sont déjà installés avec ménage et enfants, ils jouissent de revenus disponibles considérablement supérieurs à ceux des jeunes. De plus, les consommateurs d'âge moyen sont le groupe démographique le plus nombreux. Ils devraient continuer de dominer le marché étant donné qu'ils seront presque 30 millions en 2015, et quelque 35 millions en 2020. Comme les consommateurs d'âge moyen sont très soucieux de mener un mode de vie sain, leur demande de repas enrichis, d'aliments et de boissons adaptés à leur âge – comme le lait écrémé, les aliments et les boissons enrichis de calcium, de vitamines et d'additifs nutritionnels –, ainsi que les produits à haute teneur en fibre, sans sucre, et faibles en gras, cholestérol ou sodium se maintiendra. Ainsi, pour répondre aux préoccupations des adultes âgés, Grupo Industrial Lala et Ganaderos Productores de Leche Pura et Nestlé vendent maintenant du lait dont la teneur en gras et en cholestérol est réduite, mais qui contient des oméga-3 et du calcium.

Selon Euromonitor, les consommateurs mexicains de groupes d'âge différents sont attirés par différentes boissons enrichies ou fonctionnelles. Par exemple, les boissons en poudre EF aromatisées au chocolat plaisent beaucoup aux enfants alors que les adolescents et les jeunes adultes sont les principaux consommateurs de boissons EF énergétiques et de boissons EF pour sportifs. Les jus de fruits ou de légumes enrichis ou fonctionnels sont considérés comme un choix commode au déjeuner, et sont prisés par tous les groupes d'âge. Enfin, l'eau embouteillée EF (p. ex. enrichie de vitamines) est particulièrement appréciée des jeunes femmes. Quant au positionnement par rapport au prix, les boissons énergétiques et pour sportifs EF sont relativement chères comparativement à d'autres boissons et sont principalement achetées par les jeunes Mexicains à revenu moyen ou élevé.

Segmentation des consommateurs mexicains (en milliers de personnes)

Groupe d'âge	2011	2015	2020	Croissance 2015-2020 (%)
Bébés/nourrissons (0 à 2 ans)	5 881	5 507	5 169	-12,1
Enfants (3 à 8 ans)	12 182	11 566	10 838	-11,0
Préadolescents (9 à 12 ans)	8 245	7 945	7 542	-8,5
Adolescents (13 à 19 ans)	14 410	14 020	13 511	-6,2
Personnes dans la vingtaine	17 961	18 673	19 066	6,2
Personnes dans la trentaine	17 670	17 366	17 202	-2,6
Adultes d'âge moyen (40 à 64 ans)	25 524	30 723	34 929	36,8
Aînés (65 ans et plus)	7 125	8 547	10 586	48,6

Source : *Euromonitor, 2012*

▶ TAILLE DU MARCHÉ

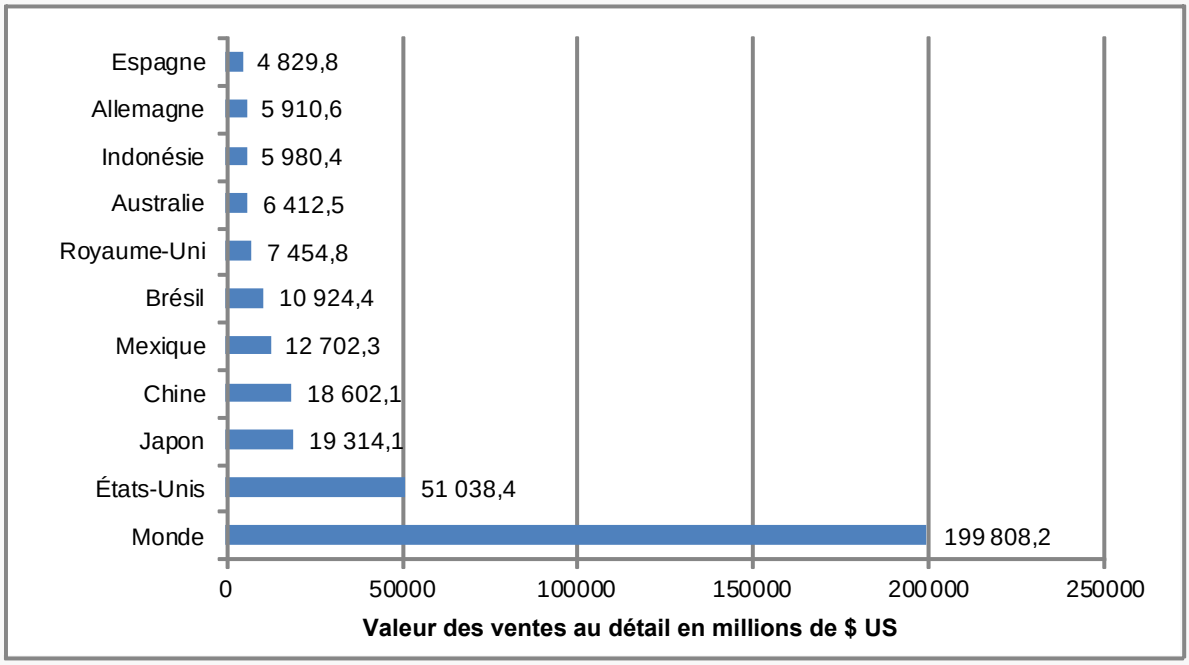
Données historiques et prévisions sur la taille des marchés des aliments et boissons enrichis ou fonctionnels (EF), valeur des ventes au détail (M$ US)

Catégorie	2009	2010	2011*	2012	2013	2014	2015
Produits enrichis ou fonctionnels (EF)	11 104,8	11 842,3	12 702,3	13 529,7	14 393,0	15 318,9	16 286,5
Boissons enrichies ou fonctionnelles	2 300,8	2 571,5	2 864,1	3 160,6	3 471,6	3 804,5	4 155,3
Boissons chaudes	255,3	274,5	291,7	311,2	328,1	345,1	361,5
Boissons aromatisées au chocolat	238,9	256,6	271,2	288,2	302,1	315,9	328,8
Café soluble	15,4	16,9	19,2	21,8	24,6	27,7	31,0
Autres boissons chaudes EF	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6
Boissons gazeuses	2 045,4	2 297,0	2 572,5	2 849,4	3 143,5	3 459,4	3 793,9
Eaux embouteillées	56,6	79,9	102,8	120,4	140,0	159,6	180,2
Concentrés	264,0	295,6	326,0	359,8	395,7	435,1	474,6
Boissons énergétiques	223,4	277,5	325,6	371,4	414,5	459,0	505,1
Jus de fruits ou de légumes	1 135,9	1 252,5	1 403,3	1 557,8	1 728,6	1 918,2	2 125,8
Boissons aromatisées aux fruits (0 % de jus)	490,0	540,4	603,8	676,6	758,0	854,8	963,9
Boisson aux fruits (jusqu'à 24 % de jus)	603,1	665,1	747,9	825,6	910,9	999,2	1 092,8
Nectars (25 à 99 % de jus)	42,8	47,1	51,6	55,6	59,7	64,3	69,1
Boissons pour sportifs	365,5	391,5	414,7	439,9	464,7	487,6	508,1
Aliments emballés enrichis ou fonctionnels	8 804,1	9 270,8	9 838,2	10 369,1	10 921,4	11 514,4	12 131,2
Aliments pour bébés	1 275,7	1 370,3	1 453,3	1 530,0	1 606,5	1 690,6	1 780,6
Préparations pour nourrissons	1 275,7	1 370,3	1 453,3	1 530,0	1 606,5	1 690,6	1 780,6
Produits de boulangerie	2 912,5	3 021,5	3 194,8	3 346,6	3 511,5	3 685,8	3 869,8
Biscuits	569,7	571,4	599,3	617,9	643,3	670,0	698,1
Céréales	1 175,2	1 272,9	1 357,2	1 435,9	1 515,0	1 606,0	1 702,6
Pains	1 167,6	1 177,3	1 238,3	1 292,8	1 353,1	1 409,8	1 469,2
Confiseries	160,6	166,9	174,3	182,4	191,4	201,5	212,2
Gommes à mâcher	32,3	34,5	37,3	40,1	43,1	46,4	49,7
Sucreries	128,3	132,4	136,9	142,3	148,3	155,1	162,5
Pastilles médicamentées	128,3	132,4	136,9	142,3	148,3	155,1	162,5
Produits laitiers	3 613,3	3 799,1	4 024,3	4 242,8	4 466,9	4 718,2	4 978,1
Boissons lactées aromatisées	237,9	247,6	258,9	272,5	287,7	305,8	324,6
Fromage frais et Quark	112,6	120,9	133,4	146,6	159,6	174,3	189,8
Lait	2 405,0	2 515,9	2 636,2	2 741,9	2 841,2	2 951,3	3 054,9
Lait à teneur réduite en gras	264,8	279,2	296,0	315,7	337,6	359,8	381,6
Lait ordinaire	2 140,2	2 236,7	2 340,2	2 426,3	2 503,6	2 591,6	2 673,2
Yogourts	515,5	554,6	614,2	678,8	752,8	837,8	936,4
Yogourts à boire	427,0	459,2	508,6	562,0	622,7	691,6	771,3
Yogourts à boire prébiotiques ou probiotiques	407,8	438,4	485,5	536,2	593,4	658,5	733,9
Autres yogourts à boire enrichis	4,2	5,5	6,6	7,6	8,7	9,6	10,5
Autres yogourts à boire fonctionnels	15,0	15,3	16,5	18,2	20,6	23,5	26,8
Yogourts fermes	88,5	95,3	105,7	116,8	130,2	146,2	165,1
Yogourts fermes prébiotiques ou probiotiques	80,0	86,3	95,9	106,2	118,2	132,8	150,0
Autres yogourts fermes fonctionnels	8,5	9,0	9,8	10,6	12,0	13,5	15,1
Barres-collations	231,7	248,3	267,6	288,7	310,7	322,8	333,8
Barres énergétiques et nutritives	4,2	4,3	4,3	4,4	4,6	4,8	5,1
Autres barres-collations EF	227,4	244,1	263,2	284,3	306,1	318,0	328,8
Autres aliments EF	610,4	664,6	724,0	778,6	834,4	895,4	956,6

Source : *Euromonitor, 2012.* ****Note :*** *Les données de 2011 sont des estimations fondées sur les données partielles de l'année.*

▶ TAILLE DU MARCHÉ (suite)

Les dix principaux marchés internationaux d'aliments enrichis ou fonctionnels, valeur des ventes au détail (M$ US – en 2011)



Source : *Euromonitor, 2012*

Le Mexique est le quatrième marché de produits alimentaires enrichis ou fonctionnels en importance, ses ventes au détail en 2011 s'étant chiffrées à 12,7 G$ US. Les États-Unis constituent le marché des aliments enrichis fonctionnels le mieux établi au monde, les ventes au détail y totalisant 51 G$ US en 2011. Le Japon et la Chine viennent aux deuxième et troisième rangs avec des ventes au détail respectives de 19,3 G$ US et 18,6 G$ US.

Préparations pour nourrissons en poudre
Le Nestlé Nido Kinder Alimento Lácteo en Polvo (préparations pour nourrissons en poudre) se présente dans un nouvel emballage. Ce lait est recommandé pour les enfants d'un à trois ans et il contient du *Lactobacillus Protectus* qui renforce le système immunitaire de même que du Prebio1. Il renferme aussi de la poudre de matières grasses végétales et est enrichi de vitamines, de minéraux, d'oligofructose, d'inuline et de probiotiques. Ce produit est offert en contenant recyclable de 2 kg. Nestlé est à l'origine du programme « Nutri » qui vise à enseigner aux enfants la façon de bien se nourrir.

Source : *Mintel, 2012.*

▶ PART DES ENTREPRISES ET DES MARQUES

Part des principales marques d'aliments enrichis ou fonctionnels au Mexique (selon la dénomination sociale) – Répartition en pourcentage selon la valeur des ventes au détail

Marque	Nom de l'entreprise	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bimbo	Grupo Bimbo SAB de CV	10,6	10,1	9,9	9,7	9,7	9,2
Lala	Industrial Lala SA de CV, Grupo	10,6	9,8	9,2	8,7	8,5	8,4
Alpura	Ganaderos Productores de Leche Pura SA de CV	9,4	8,7	8,2	7,7	7,6	7,6
Nido	Nestlé SA	4,4	5,2	6,1	6,2	6,1	5,9
Nan	Nestlé SA	3,3	4,3	5,2	4,9	4,8	4,6
Yakult	Yakult Honsha Co Ltd	3,6	3,4	3,1	3,4	3,3	3,3
La Moderna	La Moderna SA de CV, Grupo	1,6	1,6	1,5	2,2	2,5	2,5
Sello Rojo	Lechera Guadalajara SA de CV	2,4	2,2	2,1	2,0	2,0	1,9
SMA	Wyeth	1,3	1,6	2,0	1,9	-	1,8
Boreal	Industrial Lala SA de CV, Grupo	2,7	2,3	2,0	1,8	1,6	1,6
Sveltesse	Nestlé SA	1,6	1,7	1,7	1,6	1,5	1,5

Source : *Euromonitor, 2012*

Pain tranché Bimbo Doble Fibra

Le pain tranché Bimbo Doble Fibra se présente dans un nouvel emballage. Ce pain de blé entier contient des vitamines, des minéraux et des fibres de blé et d'avoine et facilite la digestion. Selon le fabricant, il ne contient aucun gras trans. Le produit est offert dans un emballage de 530 g biodégradable à 100 %. Se trouve aussi la variété Tranches de pain grillé

Préparation pour nourrissons

Le Nestlé Nan 1 Fórmula Infantil en Polvo (préparation pour nourrissons) est enrichi à la fois de fer et de probiotiques. Ce produit contient du L comfortis, des probiotiques qui favorisent la digestion et le bon fonctionnement intestinal, du DHA, de l'ARA et de l'Opti Pro 1, un ensemble de protéines importantes pour la croissance de bébé. Ce lait du premier âge convient aux bébés de la naissance à six mois et se prépare avec de l'eau chaude. Il est offert dans une boîte de 400 g.

Source : *Mintel, 2012.*

▶ CANAUX DE DISTRIBUTION

Selon Planet Retail, les grandes chaînes de supermarchés au Mexique sont surtout d'envergure régionale. Cependant, depuis l'arrivée de Wal-Mart et de son réseau à croissance rapide, les acteurs régionaux ont été forcés d'abandonner leurs traditionnelles épiceries de quartier et de se faire concurrence.

Les cinq premiers détaillants au Mexique en 2011

Entreprise	Nombre d'établissements	Part du marché de l'alimentation (%)
Wal-Mart	1 599	7,80
Soriana	920	3,20
Oxxo	9 445	2,98
Chedraui	181	1,52
Comercial Mexicana	208	1,47
Total	12 353	16,97

Source : *Planet Retail, 2011*

Source : *Shutterstock*

Selon Planet Retail, le marché de détail au Mexique était évalué à environ 370 milliards de dollars américains en 2011. Les ventes d'aliments au détail dans les grandes surfaces et les magasins spécialisés représentaient près de 50 % des ventes totales, soit 180 G$ US. Dans l'ensemble, les éventaires, les marchés extérieurs et les boutiques traditionnelles sont encore très présents. On estime à 600 000 le nombre d'exploitations familiales de 23 mètres carrés en moyenne en 2011, bien que les magasins modernes dominent dans des villes comme Mexico. Les grandes chaînes devraient poursuivre leur croissance et s'emparer d'une part importante du marché de détail à l'échelle du pays. Une partie de cette croissance sera soutenue par les jeunes (44 % de Mexicains ont actuellement moins de 20 ans), car ils sont soucieux de leur santé et de leur alimentation et préfèrent les magasins modernes. Comme la plupart des chaînes de magasins de détail appartiennent à des familles, les activités de fusion et d'acquisition sont réduites.

Distribution des aliments et des boissons fonctionnels au Mexique – Répartition en pourcentage selon la valeur des ventes au détail

Points de vente	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Magasins de détail	99,5	99,0	98,5	97,4	97,4	97,2
Supermarchés et hypermarchés	47,5	48,0	48,0	47,8	47,0	46,9
Discompteurs	17,5	18,0	18,5	18,8	19,5	19,6
Petits détaillants en alimentation	31,0	29,5	28,0	27,3	25,7	25,1
Dépanneurs	7,0	7,0	8,0	7,7	7,0	6,9
Petites épiceries indépendantes	22,0	19,5	17,0	16,9	16,2	16,0
Dépanneurs de station-service	2,0	3,0	3,0	2,8	2,5	2,2
Autres magasins de détail	3,5	3,5	4,0	3,6	5,2	5,6
Autres détaillants en alimentation	3,5	3,5	4,0	3,6	5,2	5,6
Détaillants hors magasin	0,5	1,0	1,5	2,6	2,6	2,8
Distributrices automatiques	0,5	1,0	1,5	1,0	1,0	1,0
Commerces en ligne	-	-	-	1,5	1,6	1,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : *Euromonitor, 2012*

▶ NOUVEAUX PRODUITS

L'ajout d'ingrédients destinés à enrichir ou à rendre fonctionnel un produit pourrait représenter une stratégie de valeur ajoutée permettant de distinguer une marque de ses proches concurrents et pourrait aussi servir à séduire les consommateurs à revenu moyen ou élevé. Ce n'est qu'en insistant sur la qualité supérieure que les fabricants pourront hausser considérablement les prix sans risquer de perdre des ventes. Afin d'élargir leur bassin de consommateurs, de nombreux fabricants de pain, de biscuits et de lait notamment intègrent du calcium, de l'acide folique, des oméga-3, du fer et des vitamines à leurs nouveaux produits pour les enrichir et les rendre fonctionnels.

Voici quelques exemples de nouveaux produits enrichis ou fonctionnels lancés sur le marché mexicain, selon la Mintel Global New Products Database (2012).

Préparation de boisson aromatisée à la pomme

Le Tang Polvo para Preparar Bebida Sabor Manzana (mélange de boisson aromatisée à la pomme) est maintenant présenté dans un nouvel emballage. Ce produit est enrichi de vitamine A qui est bénéfique pour la vue, de vitamine C qui favorise l'absorption du fer, des vitamines B2, B2, B3, B6 et B9 qui sont essentielles au développement, et de fer. Il est offert dans un nouveau sachet de 25 g qui donne deux litres de boisson et il n'est pas nécessaire d'ajouter de sucre. Les autres variétés de boissons aromatisées, soit à la figue de Barbarie, au melon, au Piña Colada et au tamarin, sont aussi présentées dans un nouvel emballage.

Préparation de boisson aromatisée à la vanille

Le Gerber Nutrilac Junior Bebida Sabor Vainilla (préparation de boisson aromatisée à la vanille) est présenté dans une nouvelle boîte de 300 g. Ce produit à base de céréales est enrichi de vitamines et de minéraux et constitue une bonne source d'énergie. Spécialement conçue pour les bébés d'un à quatre ans, cette préparation contient des « concentrés de puissance », réputés favoriser la croissance des jeunes enfants et le développement d'os et de dents solides.

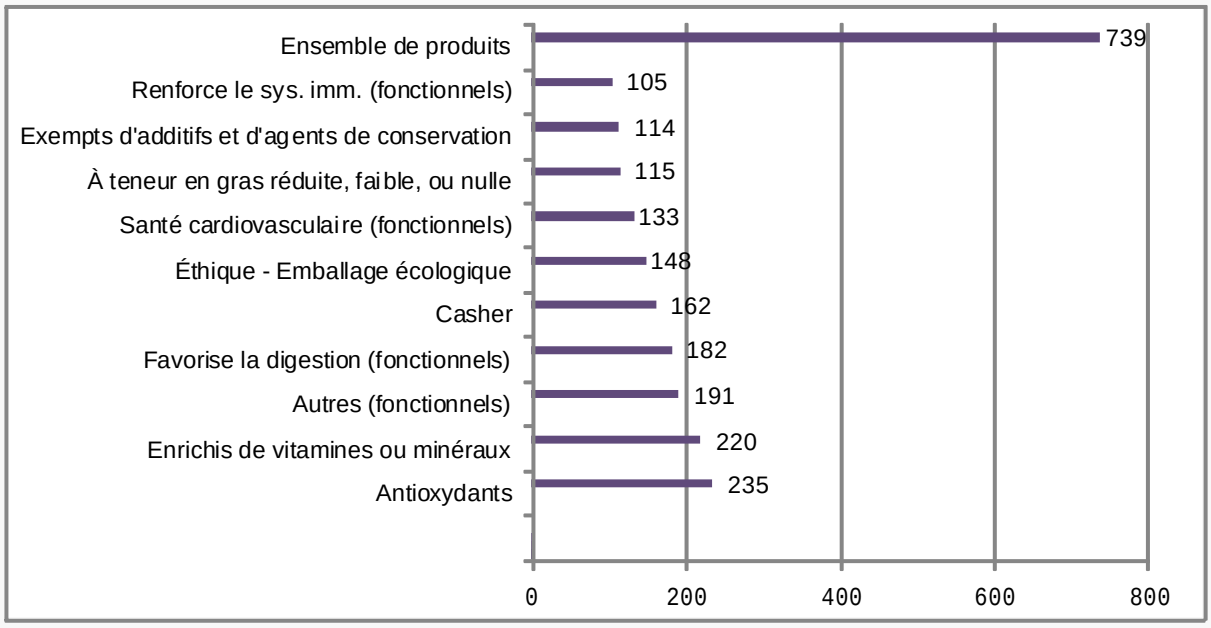
Chocolat en poudre mi-sucré de qualité supérieure

Le Chocolate Ibarra Chocolate para Mesa Semiamargo Molido Premium (chocolat en poudre mi-sucré de qualité supérieure) ne contient naturellement aucun cholestérol ni gras trans. Ce produit renferme des antioxydants naturels et a la réputation d'être un aliment hautement nutritif offrant de précieux bienfaits sur le plan de la santé comme celui de stimuler le système nerveux. Il est présenté dans un sachet de 340 g.

Source pour tous les produits :
Mintel, 2011.

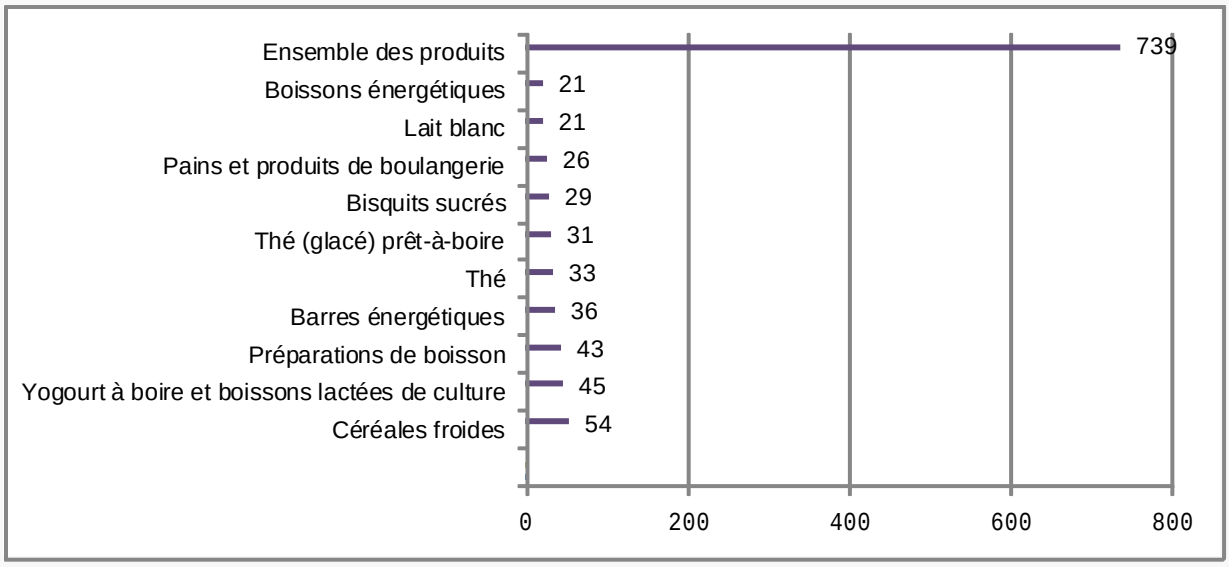
▶ NOUVEAUX PRODUITS (suite)

Nombre de produits enrichis et fonctionnels lancés au Mexique, selon l'allégation, 2011



Source : *Mintel, 2012*

Nombre de nouveaux produits enrichis et fonctionnels lancés au Mexique, selon les principales sous-catégories, 2011



Source : *Mintel, 2012*

▶ EXEMPLES DE PRIX

Les prix pourraient nuire à la croissance dans les années à venir étant donné que les consommateurs mexicains y sont très sensibles. Une stratégie qui permettrait d'empêcher d'autres pertes par suite des prix élevés consisterait à cibler des groupes particuliers de revenus. Aussi les acteurs destineront probablement les produits intégrant un ensemble complexe d'ingrédients enrichis ou fonctionnels aux consommateurs à revenu moyen ou élevé.

Exemples de prix d'aliments et de boissons enrichis ou fonctionnels dans des supermarchés ou hypermarchés du Mexique par catégorie, 2011
Prix exprimés en la devise du pays ($ MXN)

Catégorie et marque	Entreprise	Format	Prix ($ MXN)
Boisson EF chocolatée			
Cal-C-Tose	Bristol-Myers Squibb de México S de RL de CV	400 g	27,50
Nesquik Chocolate	Nestlé México SA de CV	1650 g	99,90
Jus EF pur à 100 %			
Del Valle Apple	Jugos del Valle SAPI de CV	1000 ml	15,90
Herdez Apple	Grupo Herdez SA de CV	1000 ml	10,50
Great Value Grape	Wal-Mart de México SA de CV	1000 ml	12,50
Minute Maid Forte Grape	Fomento Economico Mexicano SA de CV	1000 ml	15,50
Nectars EF (25 à 99 % de jus)			
Confrutta Mango	Valle Redondo SA de CV	1000 ml	10,90
V8 Splash Guayafresona	Campbell de México SA de CV	413 ml	12,00
Céréales EF			
Basicos Arroz Inflado de Chocolate	Operadora Comercial Mexicana SA de CV	750 g	25,65
Cheerios Miel y Almendras	Nestlé Mexico SA de CV	482 g	43,00
Fitness Yoghurt	Nestlé Mexico SA de CV	460 g	43,05
Golden Hills Azucaradas	Operadora Comercial Mexicana SA de CV	300 g	17,90
Kellogg's All Bran Fibra Rica	Kellogg de México, S de RL de CV	500 g	44,90
Maizoro Bran Flakes	Maizoro SA de CV	540 g	24,95
Soriana Cereal Magic	Organizacion Soriana SA de CV	340 g	23,90
Pain EF			
Bimbo Blanco Light	Panificación Bimbo SA de CV	530 g	21,70
Wonder 100 Premium	Bimbo del Centro SA de CV	680 g	25,40
Autres barres-collations EF			
Bran Frut Citrus	Bimbo del Centro SA de	40 g	5,00
Quaker Stila	Productos Quaker de Mexico SA de CV	150 g	17,30
Autres aliments EF			
Cerelac Trigo con Leche	Nestlé Mexico SA de CV	1000 g	112,10
Dolores Atun con Omega 3 en Aceite	Pescados Industrializados SA de CV	170 g	10,90
Enfagrow	Bristol-Myers Squibb de México SA de CV	400 g	106,00
Enfamil AR	Bristol-Myers Squibb de México SA de CV	400 g	160,50
SMA Progress Gold 3	Wyeth SA de CV	400 g	105,00
Sabori Salchicha de Pavo con Omega 3 y 6	Grupo Bafar	500 g	29,99

Source: *Euromonitor, 2011*

▶ RESSOURCES

Euromonitor International (2011). *Consumer Lifestyles in Mexico*.

Euromonitor International (2012).

Mintel (2012). Global New Products Database.

Planet Retail (2012).

Personnes-ressources au Mexique

Les délégués commerciaux du Canada aident les exportateurs canadiens à évaluer le potentiel des marchés et à préparer leurs produits en vue de leur exportation, en leur offrant notamment des conseils sur l'étiquetage et les règles sur les importations. Un aperçu des services et une liste de personnes-ressources se trouve à l'adresse http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/accueil.jsp.

Ambassade du Canada au Mexique

Adresse postale :	Schiller 529, Polanco 11560 , Mexico City, D.F., 11560, Mexique
Téléphone :	(011 52 55) 5724-7900
Télécopieur :	(011 52 55) 5724-7982
Courriel:	mexico.commerce@international.gc.ca
Site Web :	http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/bureaux-aux-mexique.js

ANNEXE A – DÉFINITION D'ALIMENTS ET DE BOISSONS ENRICHIS OU FONCTIONNELS

Les définitions suivantes de produits enrichis ou fonctionnels sont tirées d'Euromonitor International (2012).

Produit enrichi ou fonctionnel (EF)

Cette catégorie comprend tous les aliments et boissons enrichis ou fonctionnels. Il n'existe pas de définition universelle d'« aliments et boissons fonctionnels », tout simplement parce que tous les types d'aliments et de boissons sont fonctionnels au départ, c'est-à-dire qu'ils favorisent le bon fonctionnement de l'organisme. Aux fins des données et de la classification d'Euromonitor, les produits enrichis ou fonctionnels sont ceux auxquels des ingrédients santé (notamment ceux faisant l'objet d'une allégation-santé) ont été ajoutés.

Les aliments et boissons enrichis ou fonctionnels sont des produits qui offrent des bienfaits pour la santé supérieurs à leur valeur nutritionnelle ou auxquels ont été ajoutés des ingrédients qui ne s'y trouvent pas habituellement. Pour faire partie de cette catégorie, le produit doit avoir activement été enrichi ou rendu fonctionnel au cours de sa fabrication. C'est pourquoi les produits intrinsèquement bons pour la santé comme les jus de fruits et de légumes purs à 100 % ne sont inclus dans la catégorie « enrichis ou fonctionnels » que si des ingrédients santé supplémentaires (p. ex. calcium, oméga-3) y ont été ajoutés et si le bienfait pour la santé s'inscrit dans la stratégie de positionnement ou de commercialisation du produit.

Toutefois, sont exclus de cette catégorie les produits auxquels on été ajoutées des vitamines pour remplacer celles perdues au cours du processus de fabrication. Ces produits ne pourraient être commercialisés en fonction de leur teneur en substances nutritives ajoutées.

La définition s'applique également aux deux sous-catégories suivantes.

Boissons enrichies ou fonctionnelles

Cette catégorie comprend les boissons gazeuses et les boissons chaudes. Les boissons enrichies ou fonctionnelles sont des produits qui offrent des bienfaits pour la santé qui sont supérieurs à ceux de leur valeur nutritionnelle originale ou auxquels ont été ajoutés des ingrédients qui ne s'y trouvent pas habituellement, du moins en cette quantité. Pour faire partie de cette catégorie, ce produit doit avoir activement été enrichi ou rendu fonctionnel au cours de sa fabrication. C'est pourquoi les produits intrinsèquement bons pour la santé comme les jus de fruits et de légumes purs à 100 % ne sont inclus dans la catégorie « enrichis ou fonctionnels » que si des ingrédients santé supplémentaires (p. ex. calcium, oméga-3) y ont été ajoutés.

Aliments emballés enrichis ou fonctionnels

Cette catégorie comprend des aliments emballés auxquels ont été ajoutés des ingrédients santé. Les aliments emballés enrichis ou fonctionnels sont des produits qui offrent des bienfaits pour la santé qui sont supérieurs à ceux de leur valeur nutritionnelle originale ou auxquels ont été ajoutés des ingrédients qui ne s'y trouvent pas habituellement, du moins en cette quantité. Pour faire partie de cette catégorie, un produit doit avoir activement été enrichi ou rendu fonctionnel au cours de sa fabrication. C'est pourquoi les produits intrinsèquement bons pour la santé comme les laits de soja ne sont inclus dans la catégorie « enrichis ou fonctionnels » que si des ingrédients santé supplémentaires (p. ex. calcium, oméga-3) y ont été ajoutés.

ANNEXE B – RÈGLEMENT MEXICAIN SUR L'IMPORTATION

Le Règlement ne donne aucune définition précise d'« aliments enrichis ou fonctionnels » et n'établit donc aucune exigence particulière relativement à l'importation de ces produits. Néanmoins, les produits enrichis ou fonctionnels doivent satisfaire à toutes les prescriptions applicables à cet égard compte tenu de leur composition générale et de leur code harmonizés.

Par exemple, si le produit contient de la viande ou d'autres ingrédients d'origine animale, il doit satisfaire aux exigences zoosanitaires applicables en matière d'importation fixées par le SENASICA (Service national de la santé des animaux et des végétaux, et de la salubrité et de la qualité des aliments). Si le produit est végétal, il doit satisfaire aux exigences d'importation phytosanitaires (HRF), aussi fixées par le SENASICA. Les aliments enrichis ou fonctionnels transformés pourraient devoir faire l'objet d'un permis de la COFEPRIS (Commission fédérale de protection contre les risques sanitaires), organisme relevant du ministère mexicain de la Santé.

Il est important de noter que la COFEPRIS réglemente les allégations relatives à la santé ou à la nutrition qui se retrouvent couramment sur les emballages d'aliments enrichis ou fonctionnels. Voici quelques-unes des dispositions établies par la COFEPRIS relativement aux allégations-santé faites à l'égard des aliments et des boissons :

- Toutes les allégations-santé doivent avoir un fondement scientifique justifiant le bienfait indiqué.
- Toutes les allégations-santé doivent mentionner l'ingrédient ou le composant de l'aliment auquel est attribué le bienfait sans mentionner ni sous-entendre le produit et la marque.
- Les allégations-santé ne doivent mentionner des propriétés thérapeutiques, curatives ou préventives même si elles sont fondées sur des preuves scientifiques.

De plus, la plus récente version de la Norme officielle mexicaine, la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Norme générale d'étiquetage et exigences sanitaires pour les aliments pré-emballés et les boissons non alcoolisées destinés à la vente au détail au Mexique, publiée en avril 201, comporte des dispositions en matière d'allégations-santé et d'allégation-nutrition. L'article 6 fait état de l'interdiction d'utiliser des énoncés faux ou trompeurs relativement à un produit, et donne des exemples d'énoncés potentiellement trompeurs. La Norme autorise néanmoins certaines allégations sous certaines conditions.

Tous les aliments pré-emballés et les boissons non alcoolisées destinés à la vente au détail au Mexique (y compris les aliments fonctionnels) doivent satisfaire aux exigences d'étiquetage de la Norme NOM-051. Le texte intégral peut être téléchargé à l'adresse
http://200.77.231.100/work/normas/noms/2010/051scfissa10mod.pdf (document officiel, en espagnol seulement); http://www.foodlabels.com/pdf/Mexico_NOM-051-English.pdf (traduction non officielle).

Il est important de noter que des services privés de vérification ont reçu l'autorisation du gouvernement mexicain de certifier que des étiquettes figurant sur les aliments pré-emballés ou les boissons non alcoolisées sont conformes à la Norme NOM-051. La liste des services de vérification peut être téléchargée à l'adresse
http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/normalizacion/51scfi_apb04.pdf.

Il est recommandé à tous les fournisseurs d'aliments enrichis ou fonctionnels prévoyant exporter au Mexique et souhaitant inscrire des allégations-santé ou nutritionnelles sur leurs étiquettes d'obtenir une attestation de la COFEPRIS (par l'entremise de leurs importateurs mexicains) confirmant que leurs allégations sont acceptables sur le marché mexicain.

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.

Aliments et boissons enrichis ou fonctionnels au Mexique

© 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. **11887F**

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, 4e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Fortified/Functional Foods and Beverages in Mexico

Canada