



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

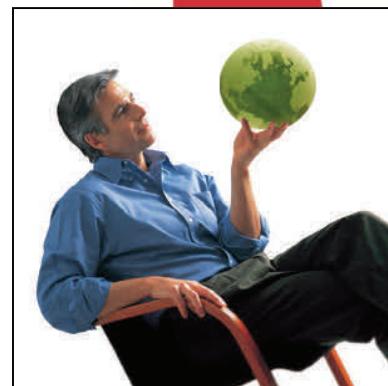


Bureau
des marchés
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | OCTOBRE 2012

Tendances de consommation

Les huiles de cuisson en Russie





► APERÇU DU MARCHÉ

- ▶ La Fédération de Russie (Russie) occupe le plus vaste territoire d'Eurasie et partage ses frontières avec quatorze pays. Le 1^{er} janvier 2011, on estimait à 142,9 millions d'habitants la population de la Russie (Euromonitor, données brutes tirées de statistiques nationales, et Nations Unies, 2012*). La Russie enregistre une baisse démographique continue depuis nombre d'années. Ce déclin, plus modéré qu'au début des années 2000, est principalement attribuable à une émigration accrue et à un taux de fécondité relativement bas. La population devrait continuer de se contracter lentement durant l'horizon prévisionnel de 2012 à 2016 (Euromonitor, 2012).
- ▶ La Russie a bénéficié d'une croissance économique rapide soutenue par des ressources naturelles abondantes et le passage à l'économie de marché au cours de la dernière décennie. Son produit intérieur brut (PIB) a atteint 1,48 trillion de dollars américains en 2010 et son compte courant excédentaire s'establit à de 70,3 milliards de dollars américains (Banque mondiale, 2012).
- ▶ Signe tangible de solidité économique, le pays occupe le troisième rang mondial pour la balance commerciale depuis cinq ans. La Russie cherche à devenir membre permanent de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) à titre d'observateur; l'OMC a déjà ratifié les conditions de son accession en décembre 2011.
- ▶ Les importations russes de produits agroalimentaires et de produits de la mer représentaient environ 15 % de l'ensemble des importations entre 2006 et 2011. En 2011, la Russie a importé des produits agroalimentaires et des produits de la mer pour plus de 39,6 G \$ US, et ses trois principaux partenaires étaient le Brésil, l'Allemagne et l'Ukraine. La même année, le Canada occupait le 18^e rang des fournisseurs de la Russie pour les produits agroalimentaires et les produits de la mer.
- ▶ Les dépenses de consommation ont enregistré une forte hausse depuis 2006, essentiellement tirées par la croissance économique du pays. Les dépenses de consommation consacrées aux aliments et boissons ont augmenté au taux de croissance annuel composé (TCAC) de 17,1 % de 2006 à 2011. Les huiles et les matières grasses ont contribué pour 11 G \$ US des dépenses de consommation en 2011, et profité d'un TCAC de 20,9 % de 2006 à 2011.
- ▶ Le marché des huiles et des matières grasses a affiché une robuste croissance au cours de la période 2006 à 2011. C'est la sous-catégorie des huiles végétales et de graines qui a crû le plus rapidement en valeur, mais n'augmentant que faiblement en volume. Cette hausse de la valeur des ventes s'expliquerait par un changement dans les préférences des consommateurs qui ont privilégié des huiles de meilleure qualité et plus saines.
- ▶ La cuisine russe a évolué et s'est diversifiée au cours de la longue histoire du pays, bien que de nombreux plats se trouvent un peu partout, comme le Shchi (soupe aux choux) et le Pelmeni (boulettes de viande hachée). Les huiles et les matières grasses sont d'importants ingrédients de ces plats.

► DANS CE NUMÉRO

Aperçu du marché	2
Commerce	3
Ventes au détail	3
Lancements de nouveaux produits	6
Exemples de nouveaux produits	8
Parts des entreprises	10
Parts des marques	11
Sources	12
Annexe : Nouveaux produits alimentaires contenant de l'huile de canola	13



► COMMERCE



- ▶ La Russie est un importateur net d'huiles et de matières grasses; la valeur de ses importations s'élève à 1,48 G \$ US et celle de ses exportations à 1,07 G \$ US en 2011. Les principales huiles importées par la Russie ont été les produits de l'huile de palme, et ses plus importants partenaires ont été l'Indonésie et la Malaisie, principaux producteurs de produits de cette huile.
- ▶ La Russie est l'un des premiers producteurs mondiaux de colza et d'huile de colza; toutefois, la consommation intérieure de ces produits est relativement faible comparativement à celle d'autres types d'huile alimentaire comme l'huile de tournesol. Les exportations d'huile de colza de la Russie ont totalisé 179 M \$ US en 2011.
- ▶ Les importations d'huiles de colza de la Russie ont représenté environ 0,15 % de la valeur des importations globales des huiles et des matières grasses et 0,11 % de leur volume entre la période 2006 et 2011. En 2011, les importations d'huiles de colza étaient évaluées à 2,4 M \$ US, et à 1,3 million de kg. Les principaux partenaires de la Russie dans le commerce des produits d'huile de colza sont l'Allemagne, la Finlande et les Pays-Bas, lesquels ont été respectivement à l'origine de 63 %, 19 % et 6 % des importations russes en 2011.
- ▶ Au cours de la période 2006 à 2011, les exportations canadiennes d'huile de colza ou de canola en Russie ont été négligeables. Les exportations canadiennes des huiles de navette, de colza et de graines de moutarde en Russie se sont chiffrées à 1 078 M \$ US en 2007 alors que celles de l'huile de navette ou colza à faible teneur en acide érucique et de ses fractions étaient évaluées à 32 966 \$ US en 2010 (Atlas mondial du commerce, 2012).

Commerce de l'huile de colza de la Russie selon la valeur (historique), en \$ US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2006-2011*
Importations du monde	256 884	2 354 230	4 771 452	472 340	1 055 185	2 399 225	56,3 %
Exportations au monde	32 684 473	22 744 645	82 150 619	71 712 356	86 599 308	178 977 665	40,5 %

Commerce de l'huile de colza de la Russie selon le volume (historique), en kg

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2006-2011*
Importations du monde	272 113	1 593 479	2 897 902	353 271	709 929	1 345 040	37,7 %
Exportations au monde	50 305 067	28 111 198	70 406 869	96 510 589	94 932 767	146 427 038	23,8 %

Source des deux tableaux : Atlas mondial du commerce, 2012.

**TCAC : taux de croissance annuel composé.*

► VENTES AU DÉTAIL

Aperçu des ventes au détail

- ▶ La valeur totale des ventes dans le marché russe des huiles et des matières grasses a atteint 6,2 G \$ US en 2011. Ce marché a progressé au TCAC de 14,2 % de 2006 à 2011. En revanche, le volume des ventes globales a régressé au TCAC de 0,3 % au cours de la même période.
- ▶ Le prix au détail d'un kilogramme d'huile ou de matières grasses a aussi connu une forte hausse, affichant un TCAC de 14,5 % entre 2006 et 2011. Cette augmentation s'explique par la hausse du prix du beurre ainsi que de celui des huiles végétales et de graines. Le prix d'un kilogramme de beurre a enregistré au TCAC de 15 % et celui des huiles végétales et de graines, un TCAC de 21,5 % au cours de cette période. De plus, l'huile d'olive a enregistré le prix le plus élevé au cours de cette période, à 15,60 \$ US le kilogramme en 2011.
- ▶ La catégorie des huiles végétales et de graines a affiché les ventes totales de 3 G \$ US en 2011, et un TCAC de 23,6 % au cours de la période 2006 à 2011. Les ventes d'huile d'olive ont aussi fait état d'une forte croissance, le TCAC s'étant fixé à 20,5 % en valeur et à 12,7 % en volume. L'huile d'olive n'occupe toujours que la plus petite part du marché russe des huiles et des matières grasses.



► VENTES AU DÉTAIL (suite)

- L'huile de tournesol a dominé le marché des huiles végétales et de graines au cours de la période 2006 à 2011, représentant environ 86 % des ventes totales d'huiles végétales et de graines, devant l'huile de colza (10,5 %).

Taille du marché de détail russe des huiles et des matières grasses, selon la valeur des ventes au détail (historique), en M \$ US

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC* 2006-2011
Huiles et matières grasses, total	3 198,7	4 147,3	5 064,3	5 247,3	5 622,6	6 201,6	14,2 %
Beurre	1 454,4	1 719,0	1 885,8	1 904,9	1 919,9	2 161,4	8,2 %
Graisse de cuisson	26,3	25,5	24,6	22,7	21,9	21,9	-3,6 %
Margarine	139,4	166,2	141,4	133,3	132,0	135,0	-0,6 %
Huile d'olive	107,1	224,1	226,4	225,7	249,6	272,3	20,5 %
Huiles et matières grasses à tartiner	416,1	486,0	500,7	501,5	539,9	571,1	6,5 %
Huiles végétales et de graines	1 055,3	1 526,6	2 285,4	2 459,2	2 759,2	3 040,0	23,6 %

Taille du marché de détail russe des huiles et des matières grasses selon le volume des ventes (historique), en milliers de tonnes

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC* 2006-2011
Huiles et matières grasses, total	1 540,4	1 634,2	1 508,8	1 525,2	1 499,6	1 516,7	-0,3 %
Beurre	315,5	304,9	283,6	252,4	229,2	233,3	-5,9 %
Graisse de cuisson	23,0	21,6	20,3	18,4	17,4	16,9	-6,1 %
Margarine	68,4	65,4	58,5	55,4	54,6	55,0	-4,3 %
Huile d'olive	9,6	16,3	16,1	15,4	16,6	17,4	12,7 %
Huiles et matières grasses à tartiner	151,1	154,1	133,4	126,8	132,4	136,4	-2,0 %
Huiles végétales et de graines	972,8	1 072,0	997,0	1 056,8	1 049,4	1 057,8	1,7 %

Source des deux tableaux : Euromonitor International, Oils and Fats in Russia, 2012.

*TCAC : taux de croissance annuel composé.

Prévisions des ventes au détail

- De 2011 à 2016, le TCAC des ventes des huiles et des matières grasses en Russie devrait ralentir à 7 % comparativement aux cinq dernières années pour représenter 8,7 G \$ US en 2016. Selon Euromonitor (2012), l'essor de la valeur des ventes au cours de cette période s'expliquerait par la hausse des prix et la préférence pour les produits de meilleure qualité et plus chers. De plus, étant donné la maturité du marché des huiles et des matières grasses et les préoccupations accrues à l'égard de la santé, la croissance du volume des ventes restera faible ou négative dans le cas de certaines sous-catégories comme les huiles de cuisson.
- La croissance du volume des ventes des huiles végétales et de graines se maintiendra au cours de la période de prévision. Elle sera soutenue principalement par la hausse des prix plutôt que par une augmentation du volume de consommation. La sous-catégorie des huiles d'olive qui a toujours représenté une faible portion du marché des huiles et des matières grasses en Russie a cependant affiché une croissance à deux chiffres au cours de la période 2006 à 2011, à la fois en valeur et en volume. Cette sous-catégorie devrait profiter d'une forte croissance au cours de la période prévisionnelle de 2011 à 2016 et afficher un TCAC de 14 % en valeur et de 8 % en volume.

► VENTES AU DÉTAIL (suite)



Prévisions des ventes au détail (suite)

Taille du marché russe des huiles et des matières grasses selon la valeur des ventes au détail (historique/prévisions), en M \$ US

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2011-2016
Huiles et matières grasses, total	6 201,6	6 776,9	7 336,2	7 817,2	8 251,1	8 703,4	7,0 %
Beurre	2 161,4	2 377,8	2 575,9	2 737,7	2 881,7	3 038,0	7,0 %
Graisses de cuisson	21,9	22,1	22,3	22,5	22,8	23,3	1,2 %
Margarine	135,0	139,2	144,2	150,0	155,9	163,4	3,9 %
Huile d'olive	272,3	309,1	356,7	407,9	463,5	525,2	14,0 %
Huiles et matières grasses à tartiner	571,1	592,5	613,4	636,9	661,7	688,5	3,8 %
Huiles végétales et de graines	3 040,0	3 336,1	3 623,8	3 862,2	4 065,6	4 264,9	7,0 %

Taille du marché russe des huiles et des matières grasses selon le volume des ventes au détail (historique et prévisions), en milliers de tonnes

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2011-2016*
Huiles et matières grasses, total	1 516,7	1 534,3	1 552,6	1 572,0	1 586,4	1 599,6	1,1 %
Beurre	233,3	236,8	238,5	237,3	234,9	233,4	0,0 %
Graisses de cuisson	16,9	16,6	16,4	16,3	16,2	16,2	-0,8 %
Margarine	55,0	56,1	57,6	59,6	61,4	63,1	2,8 %
Huile d'olive	17,4	18,7	20,2	21,8	23,6	25,6	8,0 %
Huiles et matières grasses à tartiner	136,4	138,3	140,4	143,1	145,9	148,3	1,7 %
Huiles végétales et de graines	1 057,8	1 067,8	1 079,6	1 093,9	1 104,4	1 113,0	1,0 %

Source des deux tableaux : Euromonitor International, Oils and Fats in Russia, 2012..

*TCAC : taux de croissance annuel composé.

Distribution

- Les huiles et matières grasses vendues dans les petites épiceries indépendantes représentaient plus de 50 % des ventes totales des détaillants en magasin. Les ventes des supermarchés ont constitué plus de 20 % des ventes au détail pour la première fois en 2007 et leur part a continué de croître au cours de la période 2008 à 2011, pour totaliser 29 % des ventes au détail totales en 2011. À mesure que s'est élargie la part des supermarchés dans la distribution, celle d'autres détaillants, à l'exception des petites épiceries indépendantes, se contractait sensiblement. De plus, la vente au détail hors magasin, comme la vente en ligne, a commencé à se tailler une petite part du marché de la distribution des huiles et matières grasses (0,3 % en 2007 et 0,7 % en 2011).



Étalage d'huiles de cuisson dans un supermarché en Russie (X5 Retail Group).

Source : Planet Retail, 2012.

► NOUVEAUX PRODUITS



- ▶ Selon la base de données Mintel sur les nouveaux produits dans le monde, 68 nouvelles huiles de cuisson ont été commercialisées en Russie de janvier 2007 à décembre 2011, dont une huile de colza. En 2010, on a atteint un sommet avec 35 nouveaux produits, record annuel représentant 51,5 % de l'ensemble des nouveaux produits lancés durant la période à l'étude, suivis en 2011, de 19 autres nouveaux produits. Aucun de ces 68 nouveaux produits ne portait la mention « pressée à froid ».

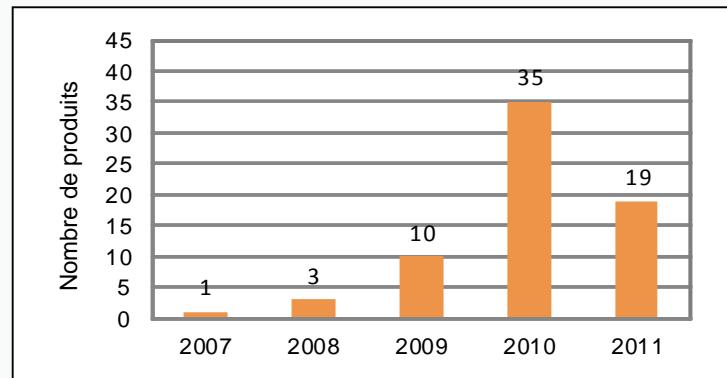
Types de lancement

- ▶ De ces 68 nouveaux venus, 59 (87 %) étaient de nouveaux produits, 6 étaient de nouvelles variétés ou de nouveaux éléments de gamme et 3 autres étaient des produits sous nouvel emballage.

Principales entreprises et marques

- ▶ Au cours de la période 2007 à 2011, la plupart des principaux fabricants d'huiles et de matières grasses ont lancé sur le marché des huiles diverses. L'entreprise dominante de ce marché, Yug Rusi, a présenté le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 6 produits sous ses quatre grandes marques de l'entreprise.
- ▶ Dans la seule marque Zolotaya Semechka, Yug Rusi a mis sur le marché le plus grand nombre de nouveaux produits comptant trois variétés. Efko (Sloboda), PK Sarepta PomidorProm (Ogorodnikov) et Variant (Gloden Kings of Ukraine) ont lancé deux nouveaux produits chacune.

Nouvelles huiles de cuisson lancées en Russie de 2007 à 2011 selon l'année



Source : Mintel, 2012

Nouvelles huiles lancées en Russie entre 2007 et 2011 selon les principales entreprises et marques

Entreprise	Marque	Nombre de produits
Yug Rusi	Zolotaya Semechka	3
	Sto Retseptov	1
	Yug Rusi	1
	Avedov"	1
Efko	Sloboda	2
	Altero Golden	1
	Altero Beauty	1
Bunge	Oleyna + Olive	1
	Maslenitsa	1
	Ideal	1
Aston	Volshebnyy Kray	1
	Svetlitsa	1
	Zateya	1
Nevinnomysskiy Masloekstraktionskiy Zavod	Povar Pyotr Povar Pavel	1
	Rus'	1
PK Sarepta PomidorProm	Ogorodnikov	2
Pietro Coricelli	Pietro Coricelli	1
	Leonero	1
Kompaniya Blago	Zlatoley	1
	Blago	1
Interfood	Iberica	1
	Monini	1
Variant	Golden Kings of Ukraine	2

Source : Mintel, 2012

► NOUVEAUX PRODUITS (suite)



Allégations

- ▶ L'allégration relative à la teneur en cholestérol faible, nulle ou réduite était la plus fréquente et figurait sur 15 des 68 nouveaux produits.
- ▶ L'allégration selon laquelle le produit ne contient pas d'organisme génétiquement modifié (OGM) suivant et figurant sur 8 produits. Les allégations « économique », « qualité supérieure » et « casher » étaient aussi fréquentes et s'appliquaient à 7 nouveaux produits chacune.
- ▶ Les autres allégations avaient trait à l'alimentation enrichie et aux bienfaits pour la santé.

Types d'huiles et saveurs

- ▶ D'après une classification établie selon le principal ingrédient, l'huile d'olive constituait 27 des nouveaux produits, dont 12 huiles d'olive extra-vierge.
- ▶ L'huile de tournesol contribuait pour 27 nouveaux produits, dont 19 huiles raffinées et 11 huiles raffinées désodorisées. Trois produits ont été classés huiles de tournesol non raffinées.
- ▶ Le marché de l'huile de maïs est relativement petit et constitue un créneau particulier en Russie. Cependant, au cours de la période prévisionnelle, 5 nouvelles huiles de maïs ont fait leur entrée, toutes des huiles de maïs désodorisées.
- ▶ Ce sont les huiles non aromatisées et nature qui ont dominé les nouveaux produits. On comptait 2 huiles d'olive aromatisées, l'une au basilic, l'autre au romarin. Le terme « désodorisé » figurait souvent dans le nom ou dans la description des huiles de tournesol et de maïs.

Emballage

- ▶ La bouteille plastique polyéthylène téraphthalate (PET) d'un litre était l'emballage le plus courant (18 produits), suivie de la bouteille de verre coloré de 500 ml (5 produits) et de celle de verre ordinaire (5 produits). Les contenants de métal et de panneau multicouche figuraient parmi les autres types d'emballage.

Nouvelles huiles de cuisson en Russie de 2007 à 2011 selon l'allégration

Allégration	Nombre de produits
Teneur faible, nulle ou réduite en cholestérol	15
Sans OGM	8
Économique	7
Qualité supérieure	7
Casher	7
Naturel	6
Sans additif ni agent de conservation	6
Autres (fonctionnels)	5
Renforcement système immunitaire (fonctionnel)	3
Santé cardiovasculaire (fonctionnel)	3

Source : Mintel, 2012

Nouvelles huiles de cuisson en Russie de 2007 à 2011 selon l'ingrédient principal

Type d'huile	Nombre de produits
Huile d'olive	27
Huile de tournesol	27
Huile de maïs	5
Huile de graines de moutarde	2
Huile de colza	1
Huile de cameline	1
Huile de sésame	1
Huile de lin	1
Huile de noix macadamia	1
Huile de noisette	1
Huile de pépins de raisin	1

Source : Mintel, 2012



Source : Mintel, 2012

► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS



Voici quelques exemples de nouveaux produits d'huile de cuisson commercialisés en Russie de janvier 2007 à décembre 2011 selon la Mintel Global New Products Database (2012).



Huile de colza

Entreprise : ZAO Venevskiy Maslozavod
Marque : Rossiyskie Semena
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Août 2009
Type de lancement : Nouveau produit

Prix (\$ US) : 1,58
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique PET
Format : 890 ml
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Huile de colza

Description du produit : L'huile de colza Rossiyskie Semena est commercialisée comme une huile pressée directement, raffinée et désodorisée.

Huile de maïs raffinée et désodorisée

Entreprise : Kompaniya Blago
Marque : Blago
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Décembre 2011
Type de lancement : Nouveau produit

Prix (\$ US) : 2,87
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique PET
Format : 1 litre
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Huile de maïs raffinée désodorisée de grade P

Description du produit : La Blago Rafinirovannoé Dezodorirovannoé Kukuruznoé Maslo (huile de maïs raffinée et désodorisée) est maintenant offerte sur le marché.



Huile d'olive

Entreprise : Pietro Coricelli
Marque : Pietro Coricelli
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Décembre 2011
Type de lancement : Nouveau produit

Prix (\$ US) : 7,55
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique PET
Format : 1 litre
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Huile d'olive raffinée provenant d'huile de marc d'olive, huile d'olive (raffinée)

Description du produit : La Pietro Coricelli Olivkovoye Maslo (huile d'olive) se vend maintenant au détail. Ce produit est certifié casher.

Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)



Huile de tournesol

Entreprise : Efko
Marque : Altero Golden
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Octobre 2011
Type de lancement : Nouvelle variété/nouvel élément de gamme

Prix (\$ US) : 2,08
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique de type non précisé
Format : 810 ml
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Huile de tournesol (désodorisée, raffinée), huile d'olive (raffinée)

Description du produit : L'huile de tournesol Altero Golden est une huile d'olive et des vitamines A, E et F. Elle ne contient aucun cholestérol et elle a été commercialisée comme un produit de qualité supérieure, idéal pour les salades ou la friture.

Huile de table de cameline extra-vierge

Entreprise : PK Sarepta PomidorProm
Marque : Ogorodnikov
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Novembre 2010
Type de lancement : Nouvelle variété/nouvel élément de gamme

Prix (\$ US) : 2,07
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique PET
Format : 690 ml
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Non précisés

Description du produit : La Ogorodnikov Camelina Extra Virgin Salatnoye Maslo (huile de table de cameline extra-vierge) est fabriquée à partir de graines de caméline.



Huile de graines de moutarde

Entreprise : Rodos
Marque : Gorlinka
Catégorie : Sauces et assaisonnements
Sous-catégorie : Huiles
Date de publication : Juillet 2010
Type de lancement : Nouveau produit

Prix (\$ US) : 2,58
Type d'emballage : Bouteille
Matière de l'emballage : Plastique PET
Format : 750 ml
Entreposage : Longue conservation
Marque maison : Sous marque
Ingrédients : Huiles de graines de moutarde

Description du produit : La Gorlinka Gorchichnoye Maslo (huile de graines de moutarde) est idéale pour les salades, les sauces, la friture et la cuisson au four. Ce produit naturel est fabriqué à partir de graines de moutarde pressées à froid et est riche en phospholipides, en provitamines et en vitamines A, F et E.

Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

► PARTS DES ENTREPRISES



- ▶ En Russie, le marché des huiles et des matières grasses est hautement concurrentiel et de nombreuses entreprises nationales et internationales y rivalisent. Les principaux fabricants russes, grâce à leurs vastes gammes de produits, ont généralement dominé de 2006 à 2010. Cependant, certains fabricants d'huiles et de matières grasses à bon marché ont vu leurs ventes baisser, car les consommateurs ont privilégié les produits de qualité supérieure ou encore réduit leur consommation d'huile végétale.
- ▶ Yug Rusi APG est le principal fabricant d'huiles et de matières grasses et est très présent sur le marché de l'huile végétale. L'entreprise a absorbé en moyenne 12,8 % de la valeur ce marché de 2006 à 2012. En 2010, ses ventes totales se sont chiffrées à 713 M \$ US, ce qui correspond à 12,7 % du marché des huiles et des matières grasses.
- ▶ Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO, chef de file du marché russe du beurre, a vu sa part s'accroître entre 2006 et 2010, mais est resté au deuxième rang. Sur le marché du beurre, sa part s'élève à 14 % et sur l'ensemble du marché des huiles et des matières grasses, à 7,6 %. Bunge Ltd. and W J Group est un autre grand fabricant d'huiles et de matières grasses et ses parts de marché se maintiennent à plus de 4 % depuis 2006.

Parts des fabricants russes d'huiles et de matières grasses selon la valeur des ventes au détail (historique)
– Répartition en %

Société (dénomination sociale)	2006	2007	2008	2009	2010
Yug Rusi APG	12,5	12,2	14,4	12,3	12,7
Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO	4,8	5,6	6,2	7,2	7,6
Bunge Ltd	4,6	4,4	4,4	4,5	4,6
W J Group	4,4	4,6	4,9	4,6	4,6
Valio Oy	4,4	4,2	3,5	4,1	4,2
Efko ZAO	2,9	3,3	3,5	3,5	3,7
Demiurg ZAO	2,5	2,8	3,1	3,8	3,3
Heinz Co, HJ	4,3	3,9	3,3	3,2	3,0
Solnechnye Produkty Holding ZAO	2,7	2,8	2,7	2,6	2,8
Fonterra Co-operative Group	2,6	3,1	2,2	2,5	2,4
Vologodsky Molkombinat OAO	1,8	2,0	1,9	2,4	2,2
Unilever Group	3,4	2,9	2,4	2,3	2,2
Ostankinsky Molkombinat OAO	1,6	1,9	2,0	2,2	2,0
Aston Group	0,7	1,8	1,8	1,9	1,9
Unimilk Kompania OAO	0,8	0,9	1,2	1,5	1,7
Russkiye Masla GK	1,6	1,9	1,9	1,6	1,6
Aceitera General Deheza SA	1,0	0,9	1,1	1,0	1,3
NMZhK GK	2,2	1,9	1,4	1,3	1,2
Lactalis, Groupe	1,2	1,4	1,2	1,2	1,2
Marque privée	0,8	1,1	1,2	1,4	1,6
Autres	33,1	29,2	29,3	28,6	27,4

Source : Euromonitor International, Oils and Fats in Russia, 2012.

Note : À l'époque de la rédaction de ce rapport, les données de 2010 étaient les plus récentes.

► PARTS DES MARQUES



- ▶ Le marché russe des huiles et des matières grasses offre une variété de marques, dont la plupart n'occupent que moins de 1 % du marché. Selon Euromonitor (2011), les nouvelles marques de produits de qualité et à prix supérieur n'accapareront pas le marché car les consommateurs russes préfèrent les produits offrant un bon rapport qualité-prix. Quant à l'origine des huiles, la plupart des huiles végétales sont de marques nationales, et la majorité des huiles d'olive sont importées.
- ▶ De 2006 à 2010, la marque Zolotaya Semechka de Yug Rusi APG a gardé sa position de tête sur le marché russe des huiles et des matières grasses. Sa part s'est contractée en 2007, mais s'est vite reprise en 2008, si bien qu'elle occupait 9,1 % du marché en 2010.
- ▶ La marque Milora de W J Group est restée deuxième sur le marché des huiles et des matières grasses de 2006 à 2010. En 2009 et 2010, sa part représentait 3,4 % du marché, léger fléchissement par rapport à 2008. D'autres marques importantes comme Sloboda (Efko ZAO), Zlato (Yug Rusi APG) et 33 Korovy (Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO) ont maintenu leur part respective au cours de la période 2006 à 2010.

Parts des marques russes d'huiles et de matières grasses selon la valeur des ventes au détail (historique)
– Répartition en %

Marque	Société (dénomination sociale)	2006	2007	2008	2009	2010
Zolotaya Semechka	Yug Rusi APG	8,2	7,7	9,0	8,9	9,1
Milora	W J Group	2,9	3,1	3,6	3,4	3,4
Sloboda	Efko ZAO	2,3	2,4	2,6	2,7	2,8
Zlato	Yug Rusi APG	2,1	2,5	3,0	2,6	2,8
33 Korovy	Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO	1,7	2,0	2,3	2,9	2,8
Oleina	Bunge Ltd	2,7	2,5	2,5	2,6	2,6
Smolenskoye	Demiurg ZAO	1,6	1,9	2,0	2,5	2,2
Vologodskoe	Vologodsky Molkombinat OAO	1,8	2,0	1,9	2,4	2,2
Ideal	Bunge Ltd	1,9	1,9	1,9	2,0	2,0
Ostankinskoe	Ostankinsky Molkombinat OAO	1,6	1,9	2	2,2	2,0
Valio	Valio Oy	2,3	2	1,7	1,9	2,0
Zateya	Aston Group	0,5	0,7	1,8	1,9	1,9
Rama	Unilever Group	2,9	2,4	2,1	2,0	1,9
Rossianka	Solnechnye Produkty Holding ZAO	1,1	1,4	1,6	1,7	1,9
Anchor	Fonterra Co-operative Group	1,8	2,1	1,6	1,7	1,7
Domik v Derevne	Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO	1,0	1,2	1,3	1,7	1,6
Fin	Valio Oy	1,1	1,2	0,9	1,3	1,4
Moya Semya	Heinz Co, HJ	1,7	1,6	1,4	1,3	1,3
Avon Natura	Aceitera General Deheza SA	1,0	0,9	1,1	1,0	1,3
Razdolye	W J Group	1,5	1,4	1,3	1,2	1,2
Krestyanskoye	Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania OAO	0,7	0,8	0,8	1,1	1,2
Marque privée		0,8	1,1	1,2	1,4	1,6
Autres		49,3	46,3	44,4	41,4	41,3

Source : Euromonitor International, Oils and Fats in Russia, 2012.

Note : À l'époque de la rédaction de ce rapport, les données de 2010 étaient les plus récentes.

SOURCES



Central Intelligence Agency. *The World Factbook - Russia*. Consulté le 14 mai 2012, à l'adresse <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html>.

Euromonitor International. *Consumer Lifestyles – Russia*, janvier 2011. Consulté le 30 mai 2012.

- . *Russia: Country Factfile*, 2012. Consulté le 30 mai 2012.
- . *Oils and Fats in Russia*, janvier 2011. Consulté le 30 mai 2012.
- . *Packaged Food in Russia*, janvier 2011. Consulté le 30 mai 2012.

Global Trade Atlas. *Trade Data*. Consulté le 4 juin 2012.

RusCuisine <http://www.ruscuisine.com>. Consulté le 11 juin 2012.

Banque mondiale. *Données par pays – Fédération de Russie*, s.d. Consulté le 12 juin 2012.



Étalage d'huiles de tournesol dans un hypermarché (O'Key) en Russie
Source : Planet Retail, 2012.



Étalage d'huiles de cuisson dans un hypermarché (O'Key) en Russie
Source : Planet Retail, 2012.



Huiles d'olive dans un hypermarché (X5 Retail Group) en Russie
Source : Planet Retail, 2012.

► ANNEXE : NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES CONTENANT DE L'HUILE DE CANOLA



- Selon Mintel, 45 nouveaux produits alimentaires* contenant de l'huile de colza-canola ont été lancés en Russie entre 2007 et décembre 2011. Aucun de ces 45 nouveaux produits ne portait la mention « pressée à froid ».

Types de lancement

- De ces 45 derniers venus, 26 (58 %) étaient de nouveaux produits. Les autres étaient de nouvelles variétés ou de nouveaux éléments de gamme (14 produits). Trois ont été présentés sous un nouvel emballage et deux étaient de nouvelles préparations.

Catégories de produits

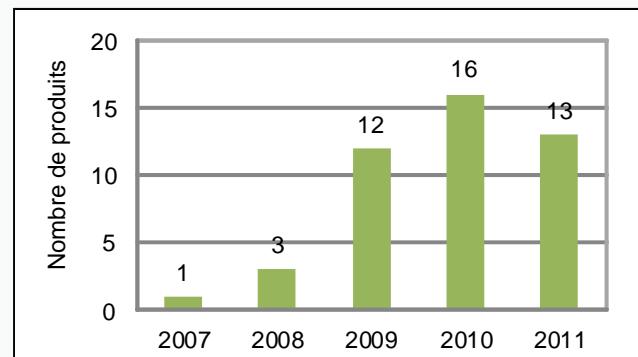
- La catégorie des produits de boulangerie était celle qui regroupait le plus de nouveaux produits (13) contenant de l'huile de colza-canola. Elle comptait 5 produits de la sous-catégorie des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés et 5 produits de la sous-catégorie des biscuits sucrés.
- Suivait la catégorie des sauces et des assaisonnements avec huit produits, dont 7 mayonnaises et une vinaigrette. Les catégories des tartinades salées, des confiseries au chocolat et des repas préparés et plats principaux comptaient 4 nouveaux produits chacune.

Nouveaux produits contenant de l'huile de colza-canola lancés en Russie entre 2007 et 2011 selon la catégorie

Catégorie	Nombres de produits
Produits de boulangerie	13
Sauces et assaisonnements	8
Aliments pour bébés	5
Tartinades salées	4
Confiseries au chocolat	4
Repas cuisinés et plats principaux	4
Produits de poisson, de viande et d'œuf transformés	3
Céréales	2
Collations	1
Produits laitiers	1
Total	45

Source : Mintel, 2012

Nouveaux produits contenant de l'huile de colza-canola lancés en Russie entre 2007 et 2011 selon l'année



Source : Mintel, 2012



*Gerber's Italian Style
Delicacy de Nestlé*
(contient de l'huile de colza)

Source : Mintel, 2012.



Milka I Love Milka de Kraft Foods
(contient de l'huile de colza)

Source : Mintel, 2012.



*Flocons de maïs aux fraises de
Nestlé Fitness de Cereal Partners*
(contient de l'huile de colza)

Source : Mintel, 2012.

* Note : Les résultats de la recherche ne prennent pas l'huile de cuisson en compte.



► ANNEXE : NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES CONTENANT DE L'HUILE DE CANOLA (suite)

Principales entreprises et marques

- ▶ Kazanskiy Zhirovoy Kombinat a lancé 6 nouveaux produits contenant de l'huile de colza-canola, tous des mayonnaises vendues sous quatre marques. C'est Kazanskiy Zhirovoy qui a lancé le plus de produits contenant de l'huile de colza-canola, (3) sous la marque Mr. Rocco.
- ▶ Neuf autres entreprises ont introduit chacune 2 produits contenant de l'huile de colza-canola, et 34 entreprises ont chacune lancé un produit, toutes catégories confondues.

Allégations

- ▶ L'allégation selon laquelle le produit d'huile de colza-canola ne contient pas d'organisme génétiquement modifié était la plus fréquente et paraissait sur 10 produits, suivie de l'allégation selon laquelle le produit ne renferme aucun additif ni agent de conservation (7 produits). Parmi les principales allégations figuraient aussi « Convient aux bébés et bambins jusqu'à quatre ans » (5 produits), « Fonctionnel » (3 produits), et « Emballage éthique et écologique » (3 produits). Les autres allégations avaient trait aux bienfaits pour la santé et aux propriétés nutritives.

Principales matières grasses utilisées avec l'huile de colza-canola

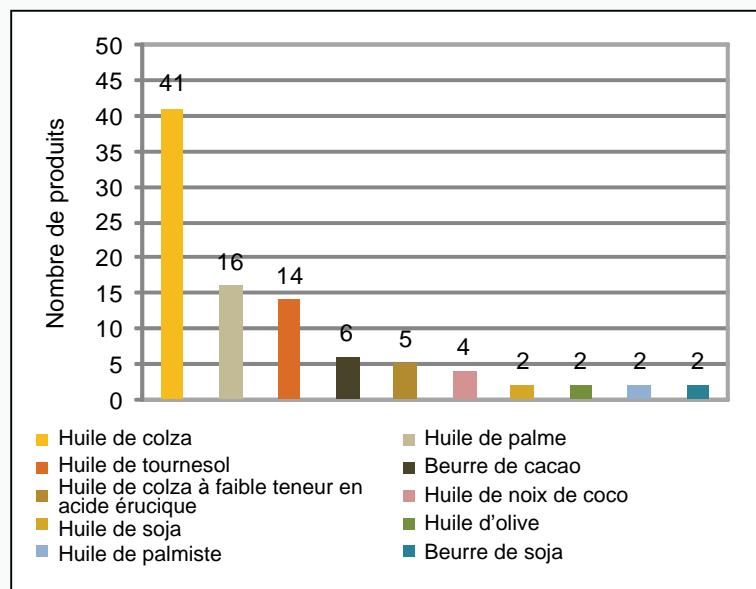
- ▶ Les huiles de colza-canola portaient la mention huile de colza (41) ou huile de colza à faible teneur en acide érucique (5) dans la liste des ingrédients.
- ▶ La matière grasse la plus fréquemment utilisée avec l'huile de colza-canola était l'huile de palme (16 produits), suivie de l'huile de tournesol (14 produits).

Nouveaux produits contenant de l'huile de colza-canola lancés en Russie entre 2007 et 2011 selon les dix principales entreprises

Société	Nombre de produits
Kazanskiy Zhirovoy Kombinat	6
AFK-Logistics	2
Auchan	2
Delic-Pol	2
Khlebnyy Dom	2
Kraft Foods	2
Lu	2
Nutricia	2
Tago	2
Wagner Tiefkühlprodukte	2

Source : Mintel, 2012

Principales matières grasses utilisées dans les nouveaux produits avec l'huile de colza-canola *



Source : Mintel, 2012

* Note : Le nombre global de nouveaux produits dépasse 46, car de nombreux produits utilisent plus d'un type d'ingrédients huiles et matières grasses.



► ANNEXE : NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES CONTENANT DE L'HUILE DE CANOLA (suite)

Voici quelques exemples de nouveaux produits contenant de l'huile de colza-canola lancés en Russie de janvier 2007 à décembre 2011, selon la Mintel Global New Products Database (2012).



Petits gâteaux

Entreprise : Van Rooy

Marque : Van Rooy

Catégorie : Produits de boulangerie

Sous-catégorie : Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés

Prix (\$ US) : 4,54

Date de lancement : Décembre 2011

Ingédients : Farine de blé, huiles et matières grasses végétales, stéarine de palmiste, huile de palme, huile de colza à faible teneur en acide érucique, farine de lupin (sucrée), sel

Description du produit : Les petits gâteaux Van Rooy Tartalatki Mini ne contiennent aucun OGM et sont offerts dans un emballage de 60 g.

Pâté de saumon

Entreprise : John West

Marque : Maruesu

Catégorie : Tartinades salées

Sous-catégorie : Terrines et pâtés de viande

Prix (\$ US) : 3,91

Date de lancement : Décembre 2011

Ingédients : Saumon rose, thon, huile de colza, eau, poudre de blanc d'œuf, protéines de lait, fibres de pomme de terre (source de fibres alimentaires), sel, extraits de plantes, substances aromatiques, agents stabilisants (carraghénane, gomme de caroube)



Description du produit : Le pâté de saumon John West Pashtet iz Lososya ne contient aucun colorant ni agent de conservation artificiels. Il se vend au détail dans un emballage recyclable de 125 g.



Minipizzas au jambon de Parme

Entreprise : Wagner Tiefkühlprodukte

Marque : Buitoni Piccolinis

Catégorie : Repas préparés et plats principaux

Sous-catégorie : Pizzas

Prix (\$ US) : 5,16

Date de lancement : Novembre 2011

Ingédients : Farine de blé, tomates (hachées), fromage édam (colorant alimentaire), bêta-carotène, eau, jambon (cuit), sel, nitrite de sodium (agents de conservation), glucose, extraits de plantes, vitamine C (acides alimentaires, antioxydants), extrait de fumée, huile de colza, poudre de lait entier, levure, sel, lécithine (émulsifiants), sucre blanc, herbes et épices, glucose

Description du produit : Les minipizzas Buitoni Piccolinis au jambon de Parme sont maintenant offertes sur le marché dans un emballage de 270 g contenant neuf pizzas.

Source pour tous les produits : Mintel, 2012.



► ANNEXE : NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES
CONTENANT DE L'HUILE DE CANOLA (suite)

Mayonnaise à l'huile extra-vierge



Entreprise : Kazanskiy Zhirovoy Kombinat

Marque : Mr. Ricco

Catégorie : Sauces et assaisonnements

Sous-catégorie : Mayonnaises

Prix (\$ US) : 2,24

Date de lancement : Juillet 2011

Ingrédients : Huile de tournesol (raffinée), huile de colza (raffinée), huile d'olive (raffinée), sucre blanc, agent stabilisant acide acétique (acide alimentaire), huile d'olive extra-vierge, jaunes d'œuf, agents de conservation (sorbate de potassium, benzoate de sodium), arôme de moutarde naturel, antioxydant, colorant naturel

Description du produit : La mayonnaise Mr. Ricco Olivkovyy Mayonez (à l'huile d'olive extra-vierge) ne contient aucun OGM et sa teneur en gras est de 67 %. Elle se vend dans un format de 240 g.

Boulettes de fromage à l'huile de colza

Entreprise : Baltä Majä

Marque : Hermis

Catégorie : Produits laitiers

Sous-catégorie : Fromage à pâte molle et semi-molle

Prix (\$ US) : 3,63

Date de lancement : Février 2011

Ingrédients : Fromage et produits du fromage (lait pasteurisé), sel, chlorure de calcium, enzyme de caillage, cultures mésophiles, paprika, ail, huile de colza

Description du produit : Les boulettes de fromage à l'huile de colza Hermis Syrnye Snezhki sont assaisonnées de paprika et se vendent dans un emballage de 240 g.



Préparation au lait sur pour nourrissons bons pour la santé

Entreprise : Blédina

Marque : Nutricia Nutrilon

Catégorie : Aliments pour bébés

Sous-catégorie : Préparations pour nourrissons (de 0 à 6 mois)

Prix (\$ US) : 9,78

Date de lancement : Décembre 2010

Ingrédients : Lait écrémé, lactosérum déminéralisé, maltodextrine, huiles végétales (mixtes), huile de palme, huile de noix de coco, huile de colza à faible teneur en acide érucique, huile de tournesol, lactose, taurine, levures (bactéries lactiques, bifidobacterium), inositol, lécithine, vitamines (complexe), minéraux, microéléments

Description du produit : La préparation au lait sur pour nourrissons Nutricia Nutrilon Kislomolochnyy Sukhaya Molochnaya Smes' dlya Zdorovyykh Detey contient la bactérie bifidus qui favorise la digestion et assure une bonne flore intestinale. Le produit convient aux bébés dès la naissance et se présente dans un emballage de 400 g.

Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

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 : Les huiles de cuisson en Russie

© 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. **11890F**

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: Cooking Oils in Russia

Canada 