



Agriculture et  
Agroalimentaire Canada

Agriculture and  
Agri-Food Canada



Bureau  
des marchés  
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | FÉVRIER 2013

## Tendances de consommation

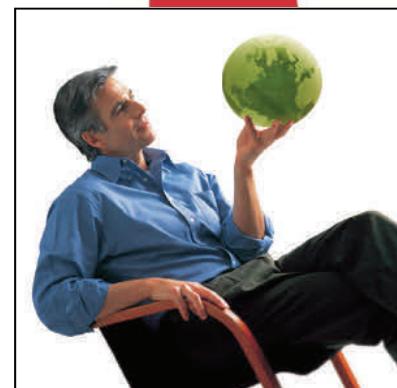
Pâtes alimentaires et couscous  
aux États-Unis



Source : Mintel



Source : Mintel



## Tendances de consommation

### Pâtes alimentaires et couscous



#### ► APERÇU DU MARCHÉ

- ▶ Aux États-Unis (É.-U.), les pâtes alimentaires sont un ingrédient de base que l'on apprête tout autant pour concocter des repas réconfortants que des plats gastronomiques. Le spaghetti et le macaroni ont la faveur des consommateurs américains. Cependant, la consommation de couscous et d'autres types de pâtes alimentaires (p. ex. ravioli) augmente, et tout un éventail de nouveaux produits ont fait leur apparition sur le marché entre 2007 et 2012.
- ▶ Depuis 2009, de nombreux produits pratiques et faciles à préparer ont été lancés sur le marché. Cette tendance a incité les fabricants à offrir des pâtes fraîches ou réfrigérées se déclinant en différentes saveurs. De plus, quelques nouveaux produits de pâtes sèches demandent un temps de cuisson plus court que les variétés traditionnelles, et de nouveaux produits de couscous sont vendus comme plats d'accompagnement ou pour être utilisés dans les salades. Les fabricants commercialisent des produits biologiques, sans gluten et enrichis et cherchent à diversifier leur offre en s'intéressant à d'autres céréales. La demande pour des produits innovateurs, comme des pâtes fabriquées à partir d'autres céréales, a contribué à faire augmenter la valeur des ventes.
- ▶ Selon Mintel, la consommation de pâtes alimentaires est plus fréquente dans les ménages avec enfants, surtout les pâtes sèches, réfrigérées ou fraîches (consommées par 73 % des ménages avec enfants comparativement à 57 % dans les ménages sans enfants) et les pâtes en conserve (consommées par 69 % des ménages avec enfants comparativement à 53 % des ménages sans enfants).
- ▶ Les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par les questions de santé, ce qui explique la diminution constante des ventes de pâtes en conserve, tant sur le plan de la valeur que du volume, y compris durant la récession, de 2008 à 2010. Ces produits sont abordables, mais ils présentent en général une teneur élevée en sodium et ne sont donc pas considérés comme des choix santé. De plus, le vaste choix de solutions économiquement avantageuses, comme les plats prêts à consommer, a également fait baisser la consommation de pâtes alimentaires en conserve. Cette tendance devrait se poursuivre au cours des prochaines années à mesure que l'économie américaine se rétablit que le revenu des consommateurs augmente (Euromonitor, 2011).
- ▶ Le secteur des pâtes alimentaires est confronté à l'importance croissante des enjeux sociaux liés à la santé, comme l'obésité, le diabète et les maladies du cœur. Les consommateurs portent davantage attention à leur régime alimentaire, ce qui pousse les fabricants et les détaillants à répondre aux préoccupations en matière de nutrition et à offrir des produits qui présentent davantage de caractéristiques liées à la santé, comme des produits contenant des grains entiers ou qui ont une teneur réduite en sodium et une teneur élevée en fibres.

#### ► DANS CE NUMÉRO

Aperçu du marché	2
Ventes au détail	3
Parts de marché par entreprise	4
Lancements de nouveaux produits	5
Exemples de nouveaux produits	8
Sources	10
Annexe : Données commerciales	11



Source : Shutterstock

## ► VENTES AU DÉTAIL



- ▶ En 2011, les ventes totales de produits de pâtes alimentaires et de couscous se chiffraient à 3,3 milliards de dollars US, avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 6,6 % entre 2006 et 2011. Les ventes de pâtes sèches et de pâtes réfrigérées/fraîches ont dominé avec un TCAC de 7 %, tandis que les pâtes en conserve ont vu leurs ventes baisser (TCAC de -2,1 %) au cours de cette période.
- ▶ Le taux de croissance des ventes en volume n'a guère progressé dans cette catégorie, avec un TCAC de 1,6 % entre 2006 et 2011, ce qui représente un peu plus de 1 million de tonnes en 2011. Les pâtes sèches ont enregistré une croissance positive (TCAC de 1,6 %) entre 2006 et 2011, pour un volume total des ventes de 977 200 tonnes en 2011. Pour leur part, les pâtes réfrigérées/fraîches ont affiché une croissance modérée du volume des ventes (TCAC de 3,9 %) durant cette même période, pour un total de 31 500 tonnes en 2011. Les pâtes en conserve ont toutefois subi une baisse du volume des ventes (TCAC de -2,8 %) entre 2006 et 2011, ce qui représente à peine 19 500 tonnes en 2011.

**Pâtes alimentaires et couscous\* aux É.-U. – Taille du marché par valeur des ventes au détail  
(historique et prévisions), en millions \$US**

Catégorie	2006	2011	2012	2016	2006-2011 TCAC*	2011-2016 TCAC*
Produits de pâtes et couscous – total	2 402,4	3 312,9	3 376,5	3 870,1	6,6%	3,2%
Pâtes sèches	2 104,4	2 947,3	3 004,2	3 426,1	7,0%	3,1%
Pâtes réfrigérées/fraîches	193,7	271,9	280,8	348,8	7,0%	5,1%
Pâtes en conserve	104,3	93,7	91,5	95,2	-2,1%	0,3%

**Pâtes alimentaires et couscous\* aux É.-U. – Taille du marché par volume des ventes au détail  
(historique et prévisions) en milliers de tonnes**

Catégorie	2006	2011	2012	2016	2006-2011 TCAC*	2011-2016 TCAC*
Produits de pâtes et couscous – total	949,7	1 028,2	1 036,6	1 049,1	1,6%	0,4%
Pâtes sèches	901,2	977,2	985,5	996,4	1,6%	0,4%
Pâtes réfrigérées/fraîches	26,0	31,5	32,1	34,7	3,9%	2,0%
Pâtes en conserve	22,5	19,5	19,0	18,0	-2,8%	-1,6%

**Source :** Euromonitor, 2012 \*TCAC : taux de croissance annuel composé

**\*Remarque :** Au moment de rédiger ce rapport, les données sur le couscous n'étaient pas disponibles dans une catégorie indépendante, mais elles étaient représentées dans les catégories des pâtes alimentaires.

### Ventes au détail - Prévisions

- ▶ Entre 2011 et 2016, la valeur totale des ventes de pâtes alimentaires et de couscous devrait enregistrer une croissance modérée (TCAC de 3,2 %) pour atteindre 3,9 milliards de dollars US d'ici 2016. Le marché des pâtes réfrigérées/fraîches connaîtra une croissance relativement plus rapide que les autres segments (TCAC de 5,1 %) entre 2011 et 2016, avec des ventes totales de 348,8 millions de dollars US d'ici 2016. L'augmentation du prix unitaire favorisera probablement la croissance de la valeur des ventes étant donné que les entreprises continuent de lancer des produits à valeur ajoutée dotés de caractéristiques santé. Selon Euromonitor (2011), l'amélioration générale de la qualité des produits contribuera vraisemblablement à l'augmentation des prix unitaires moyens.
- ▶ Il est probable que la croissance totale du volume sera minime, avec un TCAC de 0,4 % entre 2011 et 2016. Les pâtes réfrigérées/fraîches devraient afficher une saine croissance comparativement à d'autres segments, avec un TCAC de 2 %, pour atteindre des ventes totales en volume de 34 700 tonnes d'ici 2016. Les ventes de pâtes en conserve continueront de diminuer entre 2011 et 2016.



## ► PARTS DE MARCHÉ PAR ENTREPRISE

- ▶ De 2006 à 2011, Barilla Holding SpA dominait le marché américain des pâtes alimentaires avec sa marque principale, Barilla, accaparant une part de marché de 15,7 % en 2011, soit la plus grande part du marché américain des pâtes alimentaires. Avec le lancement de Barilla PLUS, une marque enrichie de protéines, oméga-3 et fibres, l'entreprise a étendu sa gamme de produits et vu la valeur de ses ventes augmenter de façon constante avec un TCAC de 6,9 % entre 2006 et 2011 pour atteindre 519,7 millions de dollars US en 2011.
- ▶ Venait ensuite l'entreprise Grupo Ebro Puleva SA avec une part de marché de 11 % en 2011 et des ventes totalisant 363,5 millions de dollars US. Les deux principales marques de l'entreprise, Ronzoni et Creamette, détenaient les troisième et cinquième parts de marché en 2011. Grupo Ebro Puleva SA a conservé le deuxième rang dans le marché américain des pâtes, mais l'entreprise a perdu graduellement des parts de marché (TCAC de -0,2 %) entre 2006 et 2011. Cette entreprise devrait connaître une autre baisse en 2012.
- ▶ Entre 2006 et 2011, deux fusions et acquisitions ont marqué l'industrie de la pâte alimentaire aux É.-U. En 2010, Ralcorp Holdings Inc. s'est porté acquéreur de l'entreprise American Italian Pasta Company. Cette dernière était alors la troisième entreprise de pâtes alimentaires en importance et un fournisseur majeur de produits de marque maison aux É.-U. exploitant plusieurs marques dont Ronco, Pennsylvania Dutch, Muller's, Heartland, Ragu et autres. American Italian Pasta Company est maintenant une filiale en propriété exclusive de Ralcorp Holdings et elle continue d'élargir ses activités par l'entremise du réseau de Ralcorp Holdings. D'autre part, l'entreprise alimentaire coréenne Pulmuone Inc. s'est portée acquéreuse de la marque Wildwood and Monterey Gourmet Foods donnant ainsi naissance Pulmuone USA Inc. en 2010. Cette dernière concentre ses activités sur les produits de pâtes réfrigérées ou fraîches.
- ▶ On s'attend à ce que le marché américain des pâtes alimentaires et du couscous se fragmente davantage avec l'arrivée de nouveaux acteurs et la popularité croissante des produits de marque maison. Abstraction faite des grandes sociétés détenant plus de 1 % de part de marché, toutes les autres entreprises, y compris les marques maison, représentaient environ 33 % du marché américain des pâtes alimentaires et du couscous avec des ventes totales de 1,1 milliard de dollars US en 2011. Les ventes globales de ces entreprises plus modestes ont enregistré une croissance avec un TCAC de 10,9 % entre 2006 et 2011. En outre, les marques maison ont également connu une croissance rapide sur le marché américain des pâtes alimentaires et du couscous avec un TCAC de 11 % au cours de cette période. Les marques maison représentaient une part de marché de 21,7 % en 2011 pour des ventes totales de 719,7 millions de dollars US. Euromonitor prévoit que cette tendance se poursuivra en 2012 compte tenu que les consommateurs soucieux du rapport qualité-prix optent souvent pour les marques du fabricant offertes à prix concurrentiels.

**Pâtes alimentaires et couscous aux É.-U. – Part de marché par entreprise  
– Répartition en % des ventes au détail**

Entreprise	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Barilla Holding SpA	15,5	16,7	15,3	15,7	16,5	15,7
Grupo Ebro Puleva SA	15,3	14,1	11,9	11,5	11,4	11,0
Ralcorp Holdings Inc.	-	-	-	-	6,8	7,1
Nestlé SA	5,7	6,0	5,1	5,0	5,5	5,4
De Cecco SpA	1,6	1,6	1,5	1,4	1,4	1,5
ConAgra Foods Inc.	2,1	2,0	1,6	1,6	1,5	1,5
Pulmuone USA Inc.	-	-	-	-	1,5	1,1
Campbell Soup Co.	1,5	1,4	1,1	0,9	0,9	0,9
World Finer Foods	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8
American Italian Pasta Company	10,8	10,5	9,1	7,9	-	-
Monterey Gourmet Foods Inc.	1,0	1,3	1,2	1,3	-	-
Marque maison	17,8	17,9	20,1	21,4	21,0	21,7

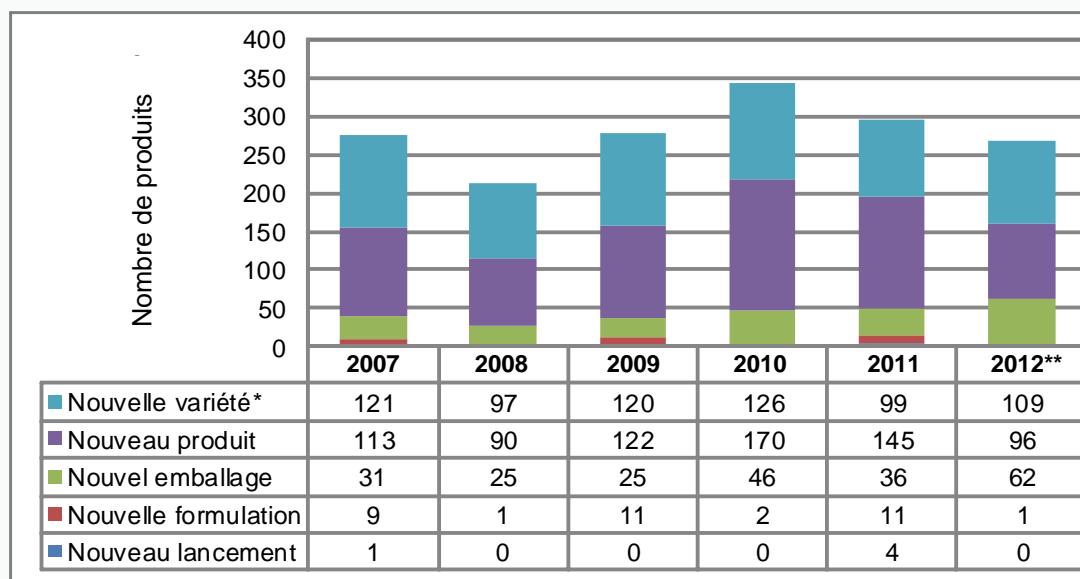
**Source :** Euromonitor International, 2012

## ► LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS



- ▶ Selon Mintel, quelque 1 673 nouveaux produits de pâtes et de couscous (1 607 produits de pâtes et 66 produits de couscous) ont été lancés aux É.-U. entre janvier 2007 et novembre 2012. C'est en 2010 que l'on enregistre le plus grand nombre de nouveaux produits (344) sur le marché. De ces 1 673 nouveaux produits, les types de lancement les plus populaires pour les produits de pâtes et de couscous ont été ceux dont l'emballage portait les mentions « nouveau » et « nouvel emballage ». Toutefois, on compte un plus grand nombre de nouvelles variétés ou de produits visé par un élargissement de la gamme entre janvier 2012 et novembre 2012 que dans les années précédentes.

**Nouveaux produits de pâtes alimentaires et de couscous lancés aux É.-U.  
entre janvier 2007 et novembre 2012, par année et type de lancement**



Source : Mintel, 2012

\* Remarque : Les nouvelles variétés comprennent l'élargissement d'une gamme de produits. \*\*Les données de 2012 vont de janvier à la fin de novembre.

### Type d'entreposage

- ▶ Pour ce qui est du type d'entreposage, les produits à longue durée de conservation, y compris les pâtes sèches et le couscous, ont été les articles nouveaux les plus courants avec 1 276 produits. Les produits réfrigérés représentaient le deuxième type d'entreposage le plus populaire avec 214 produits, suivis par les produits congelés (183 produits). Cinquante-trois nouveaux produits réfrigérés ont été lancés en 2010 ainsi qu'en 2011. La popularité des produits réfrigérés de pâtes et de couscous ne s'est pas démentie en 2012 avec le lancement de 36 nouveaux produits entre janvier 2012 et novembre 2012.

**Nouveaux produits de pâtes et de couscous lancés aux É.-U.  
entre janvier 2007 et novembre 2012, par type d'entreposage**

Type d'entreposage	2007	2008	2009	2010	2011	2012**
Total des produits	275	213	278	344	295	268
Produit de longue conservation*	215	164	232	241	220	204
Réfrigéré	21	30	21	53	53	36
Congelé	39	19	25	50	22	28

Source : Mintel, 2012

\*Remarque : Les produits de longue conservation ne comprennent pas les pâtes en conserve. Les données pour cette catégorie ne sont pas disponibles étant donné que ces produits se rangent dans différentes catégories de plats principaux et de plats d'accompagnement.

\*\*Les données de 2012 se fondent sur les données cumulatives de janvier à novembre.



## ► LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)

### **Principales entreprises**

- ▶ Entre janvier 2007 et novembre 2012, 318 entreprises ont lancé 1 607 produits de pâtes sous 486 marques différentes et 32 entreprises ont lancé 66 produits de couscous sous 33 marques différentes. Les entreprises qui détiennent une importante part du marché américain des pâtes et du couscous se sont démarquées dans les nouveaux produits de pâtes, tandis que la plupart des produits de couscous ont été lancés par des entreprises alimentaires de spécialité. American Italian Pasta Company a enregistré le nombre le plus élevé de nouveaux produits de pâtes alimentaires avec 69 lancements, suivie par New World Pasta avec 66 nouveaux produits.
- ▶ Entre janvier 2007 et novembre 2012, 580 nouveaux produits de marque maison, représentant 34,7 % des nouveaux produits de pâtes alimentaires et de couscous aux É.-U., ont fait leur apparition sur le marché, soit 554 produits de pâtes alimentaires et 26 produits de couscous.

#### **Lancement de nouveaux produits de pâtes alimentaires aux É.-U.**

**entre janvier 2007 et novembre 2012 — les 5 plus grandes entreprises**

Entreprise	Nombre de produits
American Italian Pasta Company	69
New World Pasta	66
Supervalu	49
Barilla	41
Trader Joe's	37

*Source : Mintel, 2012*

#### **Lancement de nouveaux produits de couscous aux É.-U.**

**entre janvier 2007 et novembre 2012 — les 5 plus grandes entreprises**

Entreprise	Nombre de produits
Olive Branch Brokerage	4
Lundberg Family Farms	4
Whole Foods Market	4
Target	4
Fresh & Easy Neighborhood Market	3

*Source : Mintel, 2012*

### **Principales allégations**

- ▶ Les dix principales allégations pour les nouveaux produits de pâtes et de couscous mettaient l'accent sur la valeur nutritive, la présence d'ingrédients naturels et le caractère pratique du produit. L'allégation la plus populaire a été la mention « casher » avec 579 produits suivie par l'allégation « produit entièrement naturel » avec 329 produits. Au nombre des autres allégations les plus utilisées, mentionnons « sans additif ou agent de conservation » avec 258 produits, « biologique » (228) et « à grains entiers » (224).
- ▶ Depuis 2009, les produits sans gluten et à teneur élevée en fibres ou avec fibres ajoutées ont gagné en popularité et un plus grand nombre de produits de pâtes et de couscous affichent ces caractéristiques. Les pâtes sans gluten, composées de farine de riz, de farine de riz brun et de farine de maïs, ont été les principaux substituts des produits de farine de blé. Certains produits utilisent également des farines de quinoa et d'amarante. Dans le cas des produits de pâtes alimentaires et de couscous riches en fibres ou avec fibres ajoutées, les fibres d'avoine ont été les principales fibres utilisées.

*Source pour le tableau de droite : Mintel, 2012*

#### **Lancement de nouveaux produits de pâtes et de couscous aux É.-U. entre janvier 2007 et novembre 2012 — Les 15 principales allégations**

Entreprise	Nombre de produits
Casher	579
Produit entièrement naturel	329
Sans additifs ou agents de conservation	258
Biologique	228
À grains entiers	224
Sans cholestérol ou à faible teneur en cholestérol	170
Rapide à préparer	168
Sans sodium ou à faible teneur en sodium	140
Emballage écologique	140
Sans allergène ou à faible teneur en allergène	132
Sans gras ou à faible teneur en gras	129
Riche en fibres ou fibres ajoutées	113
Réchauffable au micro-ondes	112
Sans gluten	109
Haut de gamme	98



## ► LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)

### **Types de pâtes**

- ▶ Parmi les 1 607 nouveaux produits de pâtes alimentaires, les spaghetti sont les types de pâtes sèches les plus courantes avec 150 produits représentant 12,4 % des nouveaux produits de pâtes sèches aux É.-U. entre janvier 2007 et novembre 2012. Suivent ensuite les macaronis avec 121 produits, puis les pennes (111) et les fettuccinis (110). Quarante nouveaux produits de nouilles aux œufs ont été vendus, y compris des pâtes de style traditionnel fabriquées avec des œufs et les nouilles aux œufs asiatiques qui prétendent être un bon substitut aux pâtes alimentaires. Parmi les autres types communs de pâtes sèches, mentionnons les fusillis avec 35 produits, les gnocchis (22), les coquilles (17) et les pappardelles (13). Dans le cas des pâtes sèches haut de gamme, les pâtes courtes extrudées, comme les pennes et les gemellis à grains entiers biologiques, ont été les types les plus prisés avec les pâtes longues traditionnelles.
- ▶ Dans le cas des pâtes réfrigérées et congelées, les pâtes farcies comme les raviolis et les tortellonis ont eu la cote parmi les nouveaux produits lancés. Les produits de ravioli ont représenté 48,0 % de toutes les nouvelles pâtes réfrigérées et congelées avec 188 produits. Au nombre des autres pâtes réfrigérées et congelées, mentionnons les gnocchis, les pâtes longues fraîches comme les fettuccinis, les linguinis et les nouilles aux œufs. Parmi les 66 produits de couscous, 51 nouveaux produits étaient des produits réguliers ou originaux. Toutefois, 14 produits de couscous israélien (perles de couscous) et un produit de couscous d'orge comptaient parmi les nouveaux produits.

### **Saveurs**

- ▶ Les 1 607 nouveaux produits de pâtes alimentaires sont offerts en 239 saveurs. La majeure partie d'entre eux, soit 1 083 produits, se rangeaient dans la catégorie des pâtes sèches régulières/nature. Venaient ensuite les pâtes au fromage (non spécifié) avec 74 produits, puis aux épinards (20), aux légumes (12), à la saucisse (11) et aux champignons (11). Les autres saveurs étaient des mélanges de ces ingrédients les plus populaires. La plupart des pâtes aromatisées sont précuites, farcies, congelées ou instantanées, accompagnées d'un sachet de produits aromatisants.
- ▶ Les nouveaux produits de couscous étaient offerts en 19 saveurs et le produit régulier/nature était le plus populaire (35). Parmi les autres nouveaux produits de couscous aromatisés, le couscous à l'ail rôti et à l'huile d'olive était le plus populaire avec six produits, suivi par le couscous au fromage parmesan, avec quatre produits. Venaient ensuite les mélanges aux légumes grillés, à l'ail, au fromage, de style méditerranéen et à l'huile d'olive.

**Lancement de nouveaux produits de pâtes alimentaires aux É.-U.  
entre janvier 2007 et novembre 2012  
– Les 10 principales saveurs**

Saveur	Nombre de produits
Nature/régulier	1083
Fromage (non spécifié)	74
Épinards	20
Légumes	12
Saucisse	11
Champignons	11
Épinards et fromage	10
Ricotta	10
Bœuf	10
Épinards et fromage ricotta	8

*Source : Mintel, 2012*

**Lancement de nouveaux produits de couscous aux É.-U.  
entre janvier 2007 et novembre 2012  
– Les 5 principales saveurs**

Saveur	Nombre de produits
Nature/régulier	35
Ail grillé et huile d'olive	6
Fromage parmesan	4
Méditerranéen	2
Ail et huile d'olive	2

*Source : Mintel, 2012*

## ► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS



Voici des exemples de nouveaux produits de pâtes et de couscous lancés aux É.-U. entre janvier 2012 et novembre 2012 d'après la base de données Mintel sur les nouveaux produits dans le monde (2012).

### Couscous à l'ail et à l'huile d'olive



**Entreprise :** Whole Foods Market

**Marque :** 365 Everyday Value Organic

**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme

**Prix (\$US) :** 2,99

**Emballage :** Carton doublé blanc

**Date :** Mai 2012

**Allégations :** Casher, teneur faible/nulle/réduite en sucre, réchauffable au micro-ondes, biologique, emballage économique, écologique, végétalien, sans ingrédient animal, sans OGM

**Ingrédients :** Couscous biologique (semoule de blé dur biologique précuite), assaisonnements (sels de mer, glucose biologique, poudre d'ail biologique, ail déshydraté biologique, sauce soya biologique en poudre [sel de soya biologique], maltodextrine de maïs biologique, saveur umami biologique [extraits de levure biologique, blé et substance aromatisante naturelle], persil séché biologique, poivre noir biologique, huile d'olive extra vierge biologique)

**Description du produit :** Le couscous biologique à l'ail et à l'huile d'olive 365 Everyday Value est certifié biologique par le département de l'Agriculture des É.-U. (USDA). Ce mélange de saveurs naturelles convient au régime végétalien et à la cuisson au micro-ondes (cuit en cinq ou six minutes); il est sans ingrédient génétiquement modifié et ne contient pas de sucre ajouté. Le produit est certifié casher et est vendu au détail dans une boîte recyclable de 5,8 oz.

### Ancient Grain Organic Penne Pasta



**Entreprise :** Enray

**Marque :** TruRoots

**Type de lancement :** Nouveau produit

**Prix (\$US) :** 3,99

**Emballage :** Plastique souple

**Date :** Septembre 2012

**Allégations :** Casher, biologique, sans gluten, à grains entiers, teneur faible/nulle/réduite en allergène, organisation caritative, sans OGM

**Ingrédients :** Riz brun (biologique), quinoa (biologique), graines d'amarante (biologique), maïs (biologique)

**Description du produit :** TruRoots Ancient Grain Organic Penne Pasta est composé de quinoa, amarante et riz brun. Il s'agit d'un produit à grains entiers sans gluten, sans OGM et certifié casher. Il se vend dans un emballage de 8 oz.

### Gnocchi au basilic



**Entreprise :** Cost Plus World Market

**Marque :** World Market

**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme

**Prix (\$US) :** 2,79

**Emballage :** Barquette de plastique

**Date :** Septembre 2012

**Ingrédients :** Purée de pomme de terre (eau, flocons de pomme de terre déshydratée [pomme de terre, mono et diglycérides d'acides gras (émulsifiants, acides alimentaires)], substance aromatisante naturelle), farine de blé, amidon de maïs, basilic, farine de riz, sel, substances aromatisantes, acide lactique (régulateurs de l'acidité, acides alimentaires), sorbate de potassium (agents de conservation)

**Description du produit :** World Market Basil Gnocchi cuit en 2 à 3 minutes et est importé d'Italie. Le produit est vendu dans un emballage de 16 oz.

**Source :** Mintel, 2012

## ► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)



### Penne Rigate

**Entreprise :** New World Pasta  
**Marque :** Creamette Quick Cook  
**Type de lancement :** Nouvel emballage

**Prix (\$US) :** 1,66  
**Emballage :** Carton doublé brun  
**Date :** Août 2012

**Allégations :** Teneur faible/nulle/réduite en cholestérol, casher, teneur faible/nulle/réduite en gras, teneur faible/nulle/réduite en sodium, enrichi de vitamines et minéraux, rapide à préparer

**Ingrédients :** Semoule (blé), farine de blé dur (blé), niacine, sulfate de fer, mononitrate de thiamine, riboflavines, acide folique (acides alimentaires)

**Description du produit :** Creamette Quick Cook Penne Rigate est offert dans un nouvel emballage d'une livre. Cette pâte macaroni enrichie et certifiée casher est faible en gras et ne contient pas de sodium ni cholestérol. Elle cuit en trois minutes.

### Zahav Toasted Pasta Israeli Couscous



**Entreprise :** Aron Streit  
**Marque :** Streit's  
**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme

**Prix (\$US) :** 1,49  
**Emballage :** Plastique souple  
**Date :** Juin 2012

**Allégations :** Casher, grains entiers

**Ingrédients :** Farine de blé à grains entiers, eau

**Description du produit :** Streit's Zahav Toasted Pasta Israeli Couscous est composé de farine de blé à grains entiers. Ce produit casher est vendu en emballage de 8,8 oz.



### Ravioli à la saucisse italienne

**Entreprise :** Valley Fine Foods  
**Marque :** Pasta Prima  
**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme

**Prix (\$US) :** 3,99  
**Emballage :** Barquette de plastique  
**Date :** Novembre 2012

**Allégations :** Sans additif ou agent de conservation, produit entièrement naturel, produit écologique

**Ingrédients :** Saucisse italienne (porc, fenouil, origan, poivre noir), eau, sel, granules d'oignon, ail, sucre blanc, fromage mozzarella (lait écrémé pasteurisé, cultures de fromage [cultures bactériennes], sel, vinaigres, enzymes alimentaires), ricotta (lait, vinaigres, sel, gomme xanthane, gomme de caroube, gomme de guar [stabilisants]), parmesan importé (vieilli, lait pasteurisé, cultures de fromage [cultures bactérienne], sel, enzymes alimentaires), fromage romano importé (vieilli, lait de brebis, cultures de fromage [cultures bactériennes], sel, enzymes alimentaires), épices, huile de colza faible en acide érucique, oignon déshydraté, granules d'ail, sel, pâte (farine de blé dur, semoule de blé tendre, œufs, eau, sel), sachet d'herbes au parmesan (fromage parmesan importé [vieilli, lait pasteurisé, cultures du fromage (cultures bactériennes), sel, enzymes alimentaires, granules d'ail, épices])

**Description du produit :** Le ravioli de saucisse italienne Pasta Prima contient de la saucisse italienne avec du basilic frais, de la ricotta crémeuse et du fromage parmesan importé vieilli et est accompagné d'un sachet d'assaisonnements au parmesan et aux herbes. Le produit est certifié par l'USDA et se vend en emballage de 227 grammes.

**Source :** Mintel, 2012



## ► EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS (suite)



### **Yolk-Free Noodle Style Pasta**

**Entreprise :** Aldi

**Marque :** Fit & Active

**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme

**Prix (\$US) :** 0,99

**Emballage :** Plastique souple

**Date :** Février 2012

**Allégations :** Teneur faible/nulle/réduite en cholestérol, teneur faible/nulle/réduite en gras, teneur faible/nulle/réduite en sodium, teneur faible/nulle/réduite en allergène, teneur faible/nulle/réduite en lactose, emballage écologique

**Ingrédients :** Semoule de blé dur, blancs d'œuf (enrichis de sulfate de fer), vitamines du groupe B (niacine, mononitrate de thiamine, riboflavines, acide folique)

**Description du produit :** Fit & Active Yolk Free Noodle Style Pasta est un produit de macaroni enrichi sans gras à 98 % et faible en sodium. Les nouilles extra larges peuvent être utilisées en remplacement des nouilles aux œufs régulières pour une saveur riche sans cholestérol. Cette pâte naturellement sans lactose se vend dans un emballage recyclable de 12 oz.



### **Portions de pâtes rotini**

**Entreprise :** New World Pasta

**Marque :** San Giorgio

**Type de lancement :** Nouvelle variété/élargissement de la gamme (emballage)

**Prix (\$US) :** 1,48

**Emballage :** Plastique souple

**Date :** Août 2012

**Allégations :** Casher, réchauffable au micro-ondes, rapide à préparer, facile à utiliser, emballage pratique

**Ingrédients :** Semoule, farine de blé dur (blé), niacine, sulfate de fer, mononitrate de thiamine, riboflavines, acide folique (acides alimentaires)

**Description du produit :** Les portions de pâtes rotini San Giorgio est un produit de macaroni enrichi en sachets à réchauffer qui peut être préparé en trois minutes. Le produit ne nécessite aucune passoire, il n'est jamais collant et il est facile à ouvrir. Il se vend en emballage de 255 grammes contenant trois sachets de 85 grammes.

**Source :** Mintel, 2012

## ► SOURCES

Euromonitor International. « Pasta in the United States. » Septembre 2011. Consulté en novembre 2012.

Global Trade Atlas. Données commerciales

Base de données Mintel sur les nouveaux produits dans le monde, 2012.

—— “Category Insight Report: Pasta, Rice and Noodles” Septembre 2012. Consulté en novembre 2012.

Pulmuone Food USA, Inc. Site Web de l'entreprise <<http://www.wildwoodfoods.com/usa>> 2012. Consulté en novembre 2012

Ralcorp Holdings Inc. Site Web de l'entreprise <<http://www.ralcorp.com>> 2012. Consulté en novembre 2012

## ► ANNEXE : DONNÉES COMMERCIALES



En 2011, selon le Global Trade Atlas (atlas mondial du commerce), les États-Unis ont importé pour 725,8 millions \$US de pâtes alimentaires. Le Canada était le deuxième fournisseur le plus important, détenant 24,7 % de la part totale des importations américaines de pâtes alimentaires en 2011, après l'Italie (30,3 %).

En 2011, selon les statistiques canadiennes sur les exportations, le Canada a exporté des produits de pâtes alimentaires pour une valeur de plus de 183 millions \$US dans le monde. Durant la même année, environ 98,9 % de toutes les exportations canadiennes de produits de pâtes alimentaires ont été envoyées vers les États-Unis, totalisant une valeur de 181 millions \$US.

**Statistiques sur les importations des États-Unis en provenance de l'étranger**  
**Produit n° 1902 : pâtes cuites ou non, ou farcies ou préparées d'une autre façon, y compris spaghetti, pâtes pour lasagne, nouilles, etc.; coucous préparé ou non**

Pays partenaire	\$US			Part en %			Écart en % 2010-2011
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	
Monde	604 322 199	654 718 389	725 817 335	100,00	100,00	100,00	10,86
Italie	203 713 222	198 479 852	220 443 520	33,71	30,32	30,37	11,07
Canada	138 988 623	167 794 119	179 272 164	23,00	25,63	24,70	6,84
Chine	49 633 341	63 153 570	79 069 518	8,21	9,65	10,89	25,20
Mexique	41 176 785	38 909 720	47 865 045	6,81	5,94	6,59	23,02
Thaïlande	43 329 395	48 829 636	44 452 646	7,17	7,46	6,12	- 8,96
Corée du Sud	35 009 612	39 969 820	44 260 525	5,79	6,10	6,10	10,73
Japon	27 801 792	29 256 766	26 970 123	4,60	4,47	3,72	- 7,82
Taiwan	10 658 807	11 246 343	14 081 273	1,76	1,72	1,94	25,21
France	5 081 121	4 712 804	9 597 059	0,84	0,72	1,32	103,64
Inde	4 865 416	6 336 137	8 327 394	0,81	0,97	1,15	31,43

**Statistiques sur les exportations canadiennes à l'étranger**  
**Produit n°1902 : pâtes cuites ou non, ou farcies ou préparées d'une autre façon, y compris spaghetti, pâtes pour lasagne, nouilles, etc.; coucous préparé ou non**

Pays partenaire	\$US			Part en %			Écart en % 2010-2011
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	
Monde	142 570 161	171 417 519	183 056 543	100,00	100,00	100,00	6,79
États-Unis	140 338 650	169 374 103	180 973 379	98,43	98,81	98,86	6,85
Royaume-Uni	200 356	222 715	395 979	0,14	0,13	0,22	77,80
Israël	109 120	263 836	302 379	0,08	0,15	0,17	14,61
Philippines	575 656	340 818	301 160	0,40	0,20	0,16	- 11,64
Cuba	15 114	39 290	217 505	0,01	0,02	0,12	453,58
Bermudes	204 826	216 922	215 077	0,14	0,13	0,12	- 0,85
Chili	25 089	42 979	87 178	0,02	0,03	0,05	102,84
Jamaïque	149 784	100 661	81 083	0,11	0,06	0,04	- 19,45
Hong Kong	43 422	29 173	77 416	0,03	0,02	0,04	165,37
Corée du Sud	33 615	88 162	71 968	0,02	0,05	0,04	- 18,37

Source : Global Trade Atlas, 2012

Remarque : Les écarts entre les données du tableau sur les importations américaines à partir du Canada par rapport au tableau sur les exportations canadiennes vers les États-Unis sont attribuables à des méthodologies différentes utilisées par Statistique Canada et le U.S. Statistics Bureau dans la collecte et le suivi des données.

## ► ANNEXE : DONNÉES COMMERCIALES (suite)



En 2011, selon le Global Trade Atlas, les États-Unis ont importé de l'étranger du couscous pour une valeur totalisant un peu plus de 12 millions \$US. Le Canada était le plus important fournisseur, détenant 45,4 % de la part des importations américaines de couscous en 2011, suivi par Israël (32,8 %) et la France (13,6 %).

Selon les données sur les exportations canadiennes, le Canada a exporté du couscous pour une valeur d'un peu moins de 6 millions \$US dans le monde en 2011, dont 5,6 millions \$US (96 %) aux États-Unis.

**Statistiques sur les importations des États-Unis en provenance de l'étranger  
Produit n° 190240 : Couscous**

Pays partenaire	\$US			Part en %			Écart en % 2010-2011
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	
Monde	9 470 940	10 683 863	12 175 248	100,00	100,00	100,00	13,96
Canada	5 107 248	5 494 393	5 528 234	53,93	51,43	45,41	0,62
Israël	2 076 655	3 227 323	3 996 961	21,93	30,21	32,83	23,85
France	1 588 169	1 297 933	1 656 296	16,77	12,15	13,60	27,61
Maroc	253 067	309 002	499 262	2,67	2,89	4,10	61,57
Italie	208 284	131 054	270 308	2,20	1,23	2,22	106,26
Tunisie	57 517	105 405	75 100	0,61	0,99	0,62	- 28,75
Liban	52 690	6 392	38 713	0,56	0,06	0,32	505,65
Jordanie	8 151	15 141	32 908	0,09	0,14	0,27	117,34
Sénégal	23 614	28 344	31 976	0,25	0,27	0,26	12,81
Taïwan	0	0	19 475	0,00	0,00	0,16	0,00

**Statistiques sur les exportations canadiennes à l'étranger  
Produit n° 190240 : Couscous**

Pays partenaire	\$US			Part en %			Écart en % 2010-2011
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	
Monde	5 242 624	5 809 189	5 897 285	100,00	100,00	100,00	1,52
États-Unis	5 199 626	5 638 073	5 640 398	99,18	97,05	95,64	0,04
Israël	0	135 228	200 058	0,00	2,33	3,39	47,94
Chili	15 497	33 218	36 971	0,30	0,57	0,63	11,30
Pays-Bas	0	0	15 233	0,00	0,00	0,26	0,00
France	0	446	1 748	0,00	0,01	0,03	292,21
Cuba	370	1 877	1 628	0,01	0,03	0,03	- 13,24
Jamaïque	0	260	1 248	0,00	0,00	0,02	379,12
Australie	14 642	0	0	0,28	0,00	0,00	0,00
Bermudes	1 389	0	0	0,03	0,00	0,00	0,00
Arabie saoudite	10 895	0	0	0,21	0,00	0,00	0,00

**Source :** Global Trade Atlas, 2012

**Remarque :** Les écarts entre les données du tableau sur les importations américaines à partir du Canada par rapport au tableau sur les exportations canadiennes vers les États-Unis sont attribuables à des méthodologies différentes utilisées par Statistique Canada et le U.S. Statistics Bureau dans la collecte et le suivi des données.

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 :**

**Pâtes alimentaires et couscous aux États-Unis**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par  
le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2013).

ISSN 1920-6623

No AAC. **11969F**

**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<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0C5  
Courriel : [infoservice@agr.gc.ca](mailto:infoservice@agr.gc.ca)

Also available in English under the title:

**Consumer Trends: Pasta and Couscous in the United States**

*Canada* 