

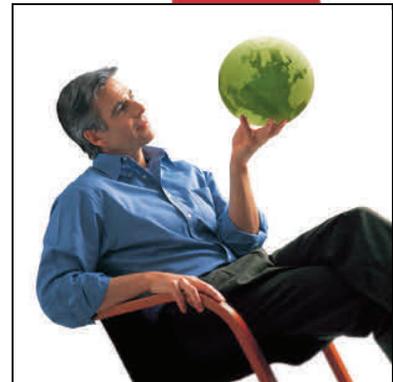


Bureau
des marchés
Internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JUILLET 2013

Tendances de consommation

Les aliments pour animaux de compagnie au Brésil



Tendances de consommation

Les aliments pour animaux de compagnie au Brésil



► RÉSUMÉ

La différenciation et l'orientation santé sont les moteurs de la croissance du marché brésilien des aliments pour animaux de compagnie. La production d'aliments et de gâteries plus riches en éléments nutritifs et offrant des bienfaits ciblés pour la santé a défini le marché au cours des dernières années.

Les consommateurs traitent les animaux de compagnie comme des membres de leur famille, et cette tendance s'est amplifiée au Brésil ces dernières années. Elle a atteint un point tel que de nombreux consommateurs n'hésiteront pas à dépenser plus d'argent ou à mettre plus d'efforts pour acheter des aliments naturels de qualité supérieure pour leurs animaux de compagnie. Ils veulent que leurs animaux vivent longtemps et en santé, et une des meilleures façons pour y arriver passe par l'alimentation.

Non seulement la sensibilisation à la santé des animaux de compagnie est-elle en hausse, mais la popularité générale de ces derniers augmente considérablement au Brésil. En 2012, on comptait plus de 35 millions de chiens au Brésil, suivis par les populations de chats, d'oiseaux et de poissons qui se chiffrent à un peu plus de 20 millions chacune. Cela représente une augmentation de 14 % des chiens et de 37,6 % des chats au Brésil au cours des cinq dernières années.

Enfin, l'augmentation du revenu des consommateurs et de la population de la jeune classe moyenne au Brésil a contribué à stimuler davantage cette industrie. Beaucoup de nouveaux couples et de célibataires intègrent la classe moyenne tandis que le pays se remet des conséquences de la récession. Cette tendance s'accompagne d'une hausse de la confiance des consommateurs et, par la suite, des dépenses. La jeune classe moyenne tend à vouloir fonder une famille sur le tard, et elle trouve ainsi chez l'animal de compagnie le compagnon idéal auquel elle peut consacrer temps et argent.

Tous ces facteurs entraînent une augmentation non seulement des dépenses sur le marché des aliments pour animaux de compagnie, mais également de la demande de produits. Les consommateurs en savent plus sur les besoins de leurs animaux et veulent des aliments spéciaux favorisant la santé pour répondre à ces besoins. Leur demande est comblée principalement par des entreprises comme Mars Ltda et Nestlé SA, qui développent constamment de nouveaux produits qui répondent aux besoins des animaux de compagnie quels qu'en soient l'âge, la taille ou la race. Pour entrer sur le marché, il est désormais essentiel d'offrir des produits sains et diversifiés, et c'est cette tendance qui stimulera l'innovation et la concurrence sur le marché des aliments pour animaux de compagnie au cours des années à venir.

► DANS CE NUMÉRO

<i>Sommaire</i>	2
<i>Survol du marché</i>	3
<i>Tendances de l'industrie</i>	5
<i>Concurrence mondiale</i>	6
<i>Aliments pour chiens</i>	7
<i>Aliments pour chats</i>	9
<i>Aliments pour autres animaux</i>	11
<i>Nouveaux produits</i>	13
<i>Innovations</i>	13
<i>Lancement de nouveaux produits, 2007-2012</i>	14

► LE SAVIEZ-VOUS?

- Le Brésil est le deuxième plus grand marché d'aliments pour les animaux de compagnie, derrière les États-Unis.
- Le marché brésilien des aliments pour chiens de compagnie est gigantesque. Évalué à un peu plus de 4,9 milliards de dollars américains, il représente 77 % de l'ensemble du marché des aliments pour animaux de compagnie (2012).
- La population des chats augmente considérablement au Brésil, affichant une croissance de 7 % en 2012 seulement.



► SURVOL DU MARCHÉ

- En 2012, les ventes d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil ont augmenté d'un peu plus de 10 % pour atteindre une valeur de 6,4 milliards de dollars américains. Avec cette dernière augmentation, le Brésil a ravi au Japon la deuxième place du plus grand marché d'aliments pour animaux de compagnie dans le monde, juste derrière les États-Unis.
- Les ventes totales d'aliments pour animaux de compagnie représentent 91 % de l'ensemble des produits pour animaux vendus dans le pays en 2012.
- Si on répartit les aliments par catégories, les aliments pour chiens sont les plus rentables, affichant une croissance de 11 % et une valeur d'un peu plus de 4,9 milliards de dollars américains en 2012. Les aliments pour chats occupent la deuxième place, affichant le même taux de croissance et des ventes de 869 millions de dollars américains en 2012. Enfin, la catégorie des aliments pour autres animaux, qui comprend les aliments pour oiseaux, poissons, petits mammifères et reptiles a affiché des ventes totales légèrement inférieures à 628 millions de dollars américains, mais a enregistré une croissance rapide de 16,9 % au cours de l'année dernière.

Ventes d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil par catégorie - Valeur en millions de dollars américains

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	3 673,4	4 287,5	4 701,8	5 234,1	5 826,6	6 420,1
Aliments pour chiens et pour chats	3 312,7	3 894,8	4 292,5	4 763,0	5 289,5	5 792,2
Aliments pour chiens	2 834,0	3 290,0	3 651,5	4 055,2	4 504,3	4 922,7
Aliments pour chats	478,7	604,9	641,0	707,8	785,2	869,6
Aliments pour autres animaux	360,7	392,7	409,3	471,1	537,1	627,9

Source : Euromonitor, 2012

Prévision des ventes d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil par catégorie - Valeur en millions de dollars américains

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	6 822,0	7 226,4	7 559,6	7 935,7	8 309,9
Aliments pour chiens et pour chats	6 126,9	6 466,5	6 742,5	7 055,8	7 357,9
Aliments pour chiens	5 223,0	5 504,0	5 741,0	6 005,5	6 257,3
Aliments pour chats	903,9	962,5	1 001,6	1 050,4	1 100,6
Aliments pour autres animaux	695,1	759,9	817,1	879,8	952,0

Source : Euromonitor, 2012

- Mars Inc. est la marque dominante sur le marché depuis quelque temps déjà, représentant 23,5 % de l'industrie en 2011. Elle est suivie de près par Nestlé SA qui détient une part de marché de 15,8 %. Ensemble, ces entreprises sont responsables des six premières marques d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil.
- Même si ces gros joueurs cherchent à saturer le marché, d'autres entreprises ont réussi à en tirer profit en visant des animaux de compagnie ayant des besoins alimentaires spéciaux. Par exemple, la septième marque la plus rentable sur le marché en 2011 était *Hill's Science Diet* de Colgate-Palmolive, une nourriture riche en vitamines et en éléments nutritifs pour les chiens et les chats qui est produite en différentes formules pour répondre aux divers besoins de ces animaux en matière de santé.



**Parts de marché des marques d'aliments pour animaux de compagnie (par entreprise) au Brésil
- Valeur au détail en pourcentage selon le prix de vente au détail**

Marque	Entreprise	2007	2008	2009	2010	2011
Pedigree	Mars Inc.	11,7	12,7	12,5	11,6	11,4
Purina Dog Chow	Nestlé SA	6,4	7,1	6,7	6,5	6,4
Frolic	Mars Inc.	4,8	5,3	5,0	4,8	4,5
Whiskas	Mars Inc.	3,4	3,7	3,6	3,5	3,6
Purina Kanina	Nestlé SA	3,8	3,5	3,5	3,9	3,5
Royal Canin	Mars Inc.	2,5	2,6	2,9	2,9	3,0
Hill's Science Diet	Colgate-Palmolive Co.	2,5	2,1	2,4	2,4	2,7
Max	Total Alimentos SA	1,9	2,5	2,2	2,2	2,2
Purina Alpo	Nestlé SA	2,1	2,4	2,3	2,2	2,2
Purina Pro Plan	Nestlé SA	2,0	2,0	2,1	2,1	2,1
Foster	Nutriara Alimentos Ltda	1,7	1,9	1,8	1,6	1,8
Tetra	Spectrum Brands Inc	1,8	1,7	1,7	1,8	1,7
Líder	Total Alimentos SA	1,6	1,7	1,6	1,5	1,4
Sabor & Vida	Mogiana Alimentos SA	1,1	1,3	1,4	1,4	1,4
Biriba	Mogiana Alimentos SA	0,8	1,0	1,2	1,3	1,3
Faro	Mogiana Alimentos SA	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3
Dog Show	Nutriara Alimentos Ltda	1,3	1,2	1,2	1,3	1,3
Royal Canin Veterinary Diet	Mars Inc.	0,8	0,9	1,1	1,2	1,2
Nero	Total Alimentos SA	1,5	1,3	1,2	1,4	1,2
Basic	Indústria e Comércio de Alimentos Desidratados Alcon Ltda	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0
Purina Deli-Dog	Nestlé SA	0,9	1,1	1,1	1,0	1,0
Premier	Grandfood Indústria e Comercio Ltda	0,5	0,6	0,8	0,9	1,0
Purina Beneful	Nestlé SA	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9
Pedigree Biscrok	Mars Inc.	0,3	0,7	0,8	0,8	0,9
Golden	Grandfood Indústria e Comercio Ltda	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8
Fiel	Mogiana Alimentos SA	0,6	0,7	0,8	0,9	0,8
Canitos	Kowalski Alimentos Ltda	-	-	0,8	0,8	0,8
Alcon	Indústria e Comércio de Alimentos Desidratados Alcon Ltda	0,2	0,2	0,2	0,2	0,7
Herói	Mogiana Alimentos SA	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7
Tori	Yoki Alimentos SA	1,2	1,2	1,2	1,2	0,7
Hill's Prescription Diet	Colgate-Palmolive Co.	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6
Champ	Mars Inc.	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6
Eukanuba	Procter & Gamble Co.	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6
Naturalis	Total Alimentos SA	-	0,3	0,5	0,5	0,5
Marque du fabricant		1,0	1,0	1,1	1,0	0,9
Autres		37,0	32,8	31,7	32,5	33,3
Total		100	100	100	100	100

Source : Euromonitor, 2012

Remarque : Lors de la production du présent rapport, les données de 2011 étaient les dernières disponibles concernant les marques d'aliments pour animaux de compagnie et les parts de marché des entreprises.



► TENDANCES DE L'INDUSTRIE

- ▶ Au Brésil, la tendance favorable à la santé et au bien-être est en hausse, et beaucoup de gens veillent à ce que leurs animaux restent en santé grâce à une alimentation saine. Cette tendance a entraîné récemment une hausse soudaine sur le marché des aliments thérapeutiques et des aliments fonctionnels non thérapeutiques pour les animaux de compagnie. De nombreuses marques produisent des aliments ciblés vers les animaux ayant, entre autres, des problèmes de poids, des troubles digestifs ou des infections urinaires. Le marché des aliments thérapeutiques et fonctionnels non thérapeutiques devrait atteindre un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 4 % au cours de la période de prévisions de 2013 à 2017.
- ▶ Même si la croissance du produit intérieur brut (PIB) n'a pas atteint sa cible en 2012, on a assisté à une forte croissance de la population de la classe moyenne au Brésil ainsi que de son revenu disponible. Ces facteurs, conjugués aux profits gouvernementaux et à l'augmentation des salaires, ont entraîné une augmentation du nombre de propriétaires d'animaux de compagnie et des dépenses consacrées à ces animaux.
- ▶ Ensemble, les ventes d'aliments pour chiens et pour chats représentaient 82 % de tous les produits pour animaux de compagnie vendus au Brésil en 2012. Ces deux catégories profitent de produits reconnus et d'une solide base de marché, et elles croissent plus rapidement que tout autre produit pour animaux de compagnie sur le marché. Or, les entreprises ne peuvent simplement espérer gagner des ventes en augmentant le volume des mêmes produits. Les marques d'aliments pour animaux de compagnie doivent diversifier leurs produits et offrir des aliments pour des races et des âges en particulier afin d'attirer les consommateurs avertis.

Population des animaux de compagnie au Brésil - en milliers d'animaux

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Chiens	31 242,0	32 478,0	33 259,9	34 089,5	34 947,0	35 698,1
Chats	15 127,0	15 986,0	16 962,8	17 897,4	19 352,2	20 815,3
Oiseaux	18 932,5	19 627,0	20 192,6	19 889,7	20 188,0	20 309,1
Poissons	18 693,0	19 293,0	19 600,0	19 879,0	20 326,3	20 684,0
Petits mammifères	1 080,6	1 113,9	1 141,3	1 175,0	1 210,2	1 241,1
Reptiles	55,0	54,1	55,1	56,1	55,6	55,5

Source : Euromonitor, 2012

- ▶ Au cours des cinq dernières années, la population de chats au Brésil a fait un bond extraordinaire de 37.6 %, et la population de chiens a augmenté de 14 %, tandis que les populations d'autres animaux sont demeurées relativement stables durant la période de 2007 à 2012. La montée en flèche du nombre de propriétaires de chats peut être attribuable à la forte croissance des petits ménages, des couples sans enfant et des jeunes adultes vivant seuls au Brésil. Les chats demandent moins d'attention continue que la plupart des autres animaux de compagnie, et ont ainsi la faveur des consommateurs dans cette population qui, en grande partie, vivent dans des immeubles à appartements et travaillent durant la journée.
- ▶ Les animaleries demeurent le principal endroit pour acheter les aliments pour chiens et pour chats au Brésil, enregistrant 47.2 % des ventes en 2012. Elles ont toujours été l'endroit favori au Brésil, car elles offrent une grande variété d'aliments thérapeutiques et conçus pour une race. Toutefois, les épiceries commencent à être un peu plus présentes sur le marché, enregistrant 23.5 % des ventes en 2012, en raison de leur capacité de vendre des grandes marques économiques à un prix raisonnable.
- ▶ La reconnaissance et l'approbation par les vétérinaires constituent une nouvelle technique de marketing employée par les grandes entreprises au Brésil pour augmenter la notoriété de leurs aliments thérapeutiques. Colgate-Palmolive, par exemple, est connue pour organiser des conférences où des vétérinaires sont invités pour expliquer les bienfaits de sa marque d'aliments pour chats et chiens, *Hill's Science Diet*. En obtenant l'approbation des vétérinaires, cette marque est devenue une des plus fiables sur le marché brésilien.



- Les importations d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil ont augmenté de façon constante depuis 2007, la seule exception étant une chute de 15 millions de dollars américains en 2009 en raison de la récession. Au cours des cinq dernières années, les importations brésiliennes d'aliments pour animaux de compagnie ont augmenté de 66,1 %, atteignant un peu moins de 222 millions de dollars américains en 2012.
- La Chine est le plus gros fournisseur d'aliments pour animaux de compagnie du Brésil dans le monde, représentant environ 32 % de ses importations dans cette catégorie en 2012.

Importations du Brésil dans le monde - Aliments pour animaux de compagnie destinés à la vente au détail - Valeur en millions de dollars américains

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Monde	133,6	154,9	139,2	169,0	200,0	221,9
Chine	23,1	42,6	33,1	53,1	64,9	70,4
Pays-Bas	29,9	24,7	17,5	26,4	23,5	25,4
France	6,7	12,2	11,3	17,2	19,1	25,1
États-Unis	29,0	21,9	20,7	19,6	22,8	24,9
Belgique	8,6	8,4	10,4	10,7	13,7	15,9
Argentine	2,9	4,6	4,1	6,6	12,2	15,4
Royaume-Uni	8,5	11,5	20,3	6,4	14,5	13,3
Allemagne	3,4	4,3	4,3	7,5	7,2	6,7
Canada	6,5	7,7	6,1	6,1	3,7	4,7
Autriche	4,9	3,5	3,3	4,2	5,7	3,5

Source : Global Trade Atlas, 2012.

- Même si les États-Unis ont dominé le marché des aliments pour animaux de compagnie pendant un certain temps, le Brésil affiche une croissance beaucoup plus élevée dans l'industrie. Ainsi, la valeur des ventes a augmenté de 74,8 % depuis 2007. À l'échelle mondiale, les ventes d'aliments pour animaux de compagnie au Brésil sont passées de la quatrième à la deuxième place pendant la même période.

Taille du marché des aliments pour animaux de compagnie en fonction des ventes au détail (par pays) - Valeur en millions de dollars américains

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Monde	56 137,5	60 135,8	63 267,8	65 418,2	68 285,3	71 914,7
États-Unis	16 566,7	17 723,2	18 553,0	18 572,3	18 996,4	19 676,3
Brésil	3 673,4	4 287,5	4 701,8	5 234,1	5 826,6	6 420,1
Japon	5 999,5	6 084,5	6 087,6	5 791,9	5 635,0	5 551,6
Royaume-Uni	3 846,0	3 991,7	4 176,4	4 403,0	4 682,0	4 953,2
Allemagne	3 539,5	3 704,4	3 810,1	3 844,6	3 866,1	3 922,4
France	3 441,1	3 532,6	3 624,7	3 700,3	3 794,5	3 879,0
Russie	1 191,2	1 474,7	1 670,0	1 924,8	2 219,6	2 658,6
Italie	2 240,7	2 340,3	2 452,8	2 530,5	2 580,2	2 618,3
Mexique	1 215,3	1 492,9	1 626,9	1 850,2	1 977,7	2 159,1
Australie	1 650,6	1 761,1	1 895,0	1 961,4	1 991,6	2 034,3

Source : Euromonitor, 2012



▶ ALIMENTS POUR CHIENS

- ▶ La population de chiens a augmenté de 2 % au Brésil en 2012 pour atteindre 35,7 millions. Le nombre de chiens de compagnie a varié légèrement au cours des années et le nombre de domiciles brésiliens ayant un chien de compagnie n'a fluctué que de 1,4 % depuis 2007.
- ▶ En 2012, 46,4 % des ménages au Brésil possédait un chien, ce qui en fait l'animal le plus populaire au pays. Les chiens deviennent un membre de la famille de plus en plus valorisé et sont traités comme tels par leurs propriétaires, qui n'hésitent pas à dépenser plus d'argent pour acheter des aliments plus sains pour leurs animaux. En fait, Nestlé Brasil Ltda a lancé ses nouvelles campagnes promotionnelles avec le slogan « Plus qu'un chien... c'est un membre de la famille » qui illustre clairement la tendance d'humanisation des animaux de compagnie au Brésil.
- ▶ Au cours de la période d'examen 2007-2012, les aliments pour chiens ont connu une augmentation constante à un TCAC de 12 % pour atteindre des ventes de 4,9 milliards de dollars américains.
- ▶ En raison de la croissance limitée, la population canine vieillit. Ce facteur crée des occasions d'affaires pour des entreprises comme Premier, qui a lancé l'an dernier des aliments anti-âge pour les chiens de quatre à sept ans.
- ▶ Le marché des aliments préparés emballés pour chiens se développe considérablement au Brésil, tandis que le pays se remet des effets de la récession. Dans le passé, les aliments secs économiques pour chiens étaient les plus populaires en raison de leur coût peu élevé, mais comme les Brésiliens s'enrichissent, ils sont prêts à payer plus pour des aliments sains et pratiques.
- ▶ De 2013 à 2017, les ventes d'aliments pour chiens devraient augmenter à un taux total de 27,7 % pour atteindre un peu plus de 6,2 milliards de dollars. Durant cette période de prévisions, les gâteries et les mélanges pour chiens devraient connaître une croissance soutenue légèrement supérieure à 60 %, ce qui représente un TCAC de 10 %. Cette hausse est probablement attribuable à la hausse de l'humanisation des animaux de compagnie et du revenu des consommateurs, qui incite davantage les propriétaires à choyer leur animal avec des gâteries et des mélanges.

Ventes d'aliments pour chiens au Brésil, par type - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	2 834,0	3 290,0	3 651,5	4 055,2	4 504,3	4 922,7
Gâteries et mélanges pour chiens	29,3	73,6	91,4	101,8	114,3	130,9
Aliments secs pour chiens	2 781,7	3 190,4	3 532,1	3 924,2	4 357,2	4 756,4
Aliments humides pour chiens	23,0	26,0	28,0	29,2	32,9	35,3

Prévisions des ventes d'aliments pour chiens au Brésil, par type - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	5 223,0	5 504,0	5 741,0	6 005,5	6 257,3
Gâteries et mélanges pour chiens	144,0	165,1	179,2	194,9	210,6
Aliments secs pour chiens	5 042,5	5 301,0	5 522,5	5 770,0	6 005,0
Aliments humides pour chiens	36,5	37,9	39,3	40,6	41,7

Source pour les données antérieures et les prévisions : Euromonitor International, 2012.

Remarque : Les chiffres figurant dans les deux tableaux sont calculés à partir de la devise brésilienne à un taux de change fixe de 1,6678 R = 1,00 \$ US.

▶ **ALIMENTS POUR CHIENS (suite)**



Ventes d'aliments pour chiens au Brésil, par type
 – Croissance de la valeur antérieure/**prévisionnelle** en pourcentage

	TCAC 2007-2012	Total 2007-2012	TCAC 2012-2017	Total 2012-2017
Total	11,7	73,7	4,9	27,1
Gâteries et mélanges pour chiens	34,9	346,1	10,0	60,9
Aliments secs pour chiens	11,3	71,0	4,8	26,2
Aliments humides pour chiens	8,9	53,3	3,4	18,3

Ventes d'aliments pour chiens au Brésil, par type - Volume en milliers de tonnes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	1 670,3	1 645,7	1 622,0	1 699,7	1 775,7	1 852,0
Gâteries et mélanges pour chiens	3,7	8,3	9,2	10,1	11,2	12,1
Aliments secs pour chiens	1 660,8	1 631,3	1 606,7	1 683,2	1 757,7	1 832,9
Aliments humides pour chiens	5,9	6,1	6,0	6,4	6,7	7,0

Prévisions des ventes d'aliments pour chiens au Brésil, par type - Volume en milliers de tonnes

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	1 940,5	2 016,4	2 075,3	2 139,5	2 198,8
Gâteries et mélanges pour chiens	13,1	14,4	15,2	16,1	17,2
Aliments secs pour chiens	1 920,2	1 994,6	2 052,4	2 115,4	2 173,5
Aliments humides pour chiens	7,2	7,5	7,7	7,9	8,1

Parts de marché des entreprises d'aliments pour chiens
 - Répartition de la valeur au détail fondée sur le prix de détail, en pourcentage

Société	2007	2008	2009	2010	2011
Mars Brasil Alimentos Ltda	22,6	25,3	24,7	23,4	22,8
Nestlé Brasil Ltda	20,1	21,5	20,8	20,8	20,1
Nutriara Alimentos Ltda	10,0	9,9	9,6	9,3	9,5
Total Alimentos SA	8,0	9,4	8,4	8,5	8,1
Mogiana Alimentos SA	5,6	6,6	6,9	7,2	7,0
Royal Canin do Brasil Indústria e Comércio Ltda	2,7	2,9	3,5	3,7	3,9
Colgate-Palmolive Indústria e Comércio Ltda	3,3	2,7	3,2	3,2	3,5
Grandfood Industria e Comercio Ltda	1,5	1,7	1,9	1,9	2,0
Kowalski Alimentos Ltda	-	-	1,3	1,3	1,3
Iams do Brasil SA	0,9	0,7	0,7	0,7	0,7
Effem Brasil Inc & Cia	-	-	-	-	-
Masterfoods Brasil Alimentos Ltda	-	-	-	-	-
Marque du fabricant	1,0	1,0	1,0	1,1	0,9
Autres	24,2	18,3	17,9	18,9	20,1
Total	100	100	100	100	100

Source de toutes les données : Euromonitor, 2012.

Remarque : Au moment de la production du présent rapport, les dernières données disponibles concernant les parts de marché des entreprises d'aliments pour chiens dataient de 2011.



▶ ALIMENTS POUR CHATS

- ▶ Un peu plus de 20 % des ménages au Brésil possèdent un chat, qui devient tranquillement l'animal de compagnie privilégié chez la nouvelle classe moyenne. Comparativement aux chiens, les chats demandent moins d'attention et de soins; ils sont donc des animaux de compagnie plus faciles à garder pour les gens dont les horaires et les budgets sont plus serrés.
- ▶ Les aliments pour chats ont connu une croissance à un TCAC de 12,7 % de 2007 à 2012, pour atteindre une valeur de 869,6 millions de dollars américains en 2012. La montée en flèche des gâteries et des mélanges pour chats à un TCAC de 16 %, et des aliments secs pour chats à un TCAC de 12,7 %, a stimulé cette croissance.
- ▶ Les aliments secs continuent de dominer le marché brésilien des aliments pour chats, représentant 97 % de la valeur de tous les aliments pour chats en 2012. Les aliments humides pour chats sont très chers par rapport aux aliments secs et sont considérés davantage comme une gâterie ou une récompense par les propriétaires de chats. Même s'ils ne constituent que 3 % des ventes d'aliments pour chats, les aliments humides sont toujours en hausse, augmentant un peu plus rapidement que les aliments secs, la croissance des ventes s'établissant à 13,5 % en 2012.
- ▶ Le marché des aliments pour chats continue d'être dominé par Mars Ltda et Nestlé SA qui détiennent des parts de marché de 27 % et de 11,1 % respectivement. Ces entreprises disposent d'un solide avantage au chapitre du capital et des ressources. Mars a mis à profit ces avantages pour dominer le marché avec sa marque Whiskas, qui est devenue si populaire qu'elle représentait plus de 25 % de l'ensemble des ventes d'aliments pour chats au Brésil en 2011.
- ▶ Les ventes totales d'aliments pour chats devraient augmenter de 26,6 % au cours des cinq prochaines années (de 2013 à 2017), portant la valeur de l'industrie à 1,1 milliard de dollars américains en 2017.
- ▶ La segmentation du marché et les bienfaits pour la santé sont deux facteurs clés qui ont contribué à l'expansion du marché des aliments pour chats. Les consommateurs brésiliens s'enrichissent et connaissent mieux les besoins spéciaux de leurs chats. Ils recherchent donc des aliments plus spécialisés ou plus nutritifs. Les entreprises qui veulent réussir dans ce marché doivent mettre l'accent sur la diversification de certaines marques pour répondre aux besoins des chats en fonction de l'âge, de la race ou de l'état de santé.

Ventes d'aliments pour chats au Brésil, par type - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	478,7	604,9	641,0	707,8	785,2	869,6
Gâteries et mélanges pour chats	1,0	1,2	1,4	1,6	1,8	2,0
Aliments secs pour chats	462,3	586,4	622,0	686,4	761,2	842,4
Aliments humides pour chats	15,4	17,3	17,6	19,8	22,2	25,3

Prévisions des ventes d'aliments pour chats au Brésil, par type - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	903,9	962,5	1 001,6	1 050,4	1 100,6
Gâteries et mélanges pour chats	2,2	2,4	2,6	2,8	2,9
Aliments secs pour chats	874,7	931,3	968,5	1 015,6	1 064,2
Aliments humides pour chats	27,0	28,8	30,5	32	33,3

Source pour tous : Euromonitor International, 2012.

Remarque : Les chiffres figurant dans les deux tableaux sont calculés à partir de la devise brésilienne à un taux de change fixe de 1,6678 R = 1,00 \$ US.



▶ ALIMENTS POUR CHATS (suite)

Ventes d'aliments pour chats au Brésil, par type - Croissance de la valeur antérieure/prévisionnelle en pourcentage

	TCAC 2007-2012	Total 2007-2012	TCAC 2012-2017	Total 2012-2017
Total	12,7	81,7	4,8	26,6
Gâteries et mélanges pour chats	16,0	110,3	8,3	49,2
Aliments secs pour chats	12,7	82,2	4,8	26,3
Aliments humides pour chats	10,5	64,5	5,7	32,1

Ventes d'aliments pour chats au Brésil, par type - Volume en tonnes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	125 993,5	142 140,1	142 650,5	150 548,2	160 577,9	170 400,5
Gâteries et mélanges pour chats	27,6	30,7	32,4	34,5	36,8	39,6
Aliments secs pour chats	121 750,6	137 982,0	138 237,9	145 803,3	155 495,1	164 942,2
Aliments humides pour chats	4 215,3	4 127,4	4 380,2	4 710,4	5 045,9	5 418,7

Prévisions des ventes d'aliments pour chats au Brésil, par type - Volume en tonnes

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	176 124,6	186 019,2	192 030,0	199 459,2	207 196,4
Gâteries et mélanges pour chats	42,4	45,5	47,9	50,3	52,8
Aliments secs pour chats	170 333,0	179 905,4	185 606,7	192 762,6	200 246,0
Aliments humides pour chats	5 749,2	6 068,3	6 375,4	6 646,3	6 897,6

Parts de marché des entreprises d'aliments pour chats au Brésil - Répartition de la valeur au détail fondée sur le prix de détail, en pourcentage

Société	2007	2008	2009	2010	2011
Mars Brasil Alimentos Ltda	26,6	27,3	27,4	27,2	27,0
Nestlé Brasil Ltda	10,4	10,8	11,3	11,3	11,1
Royal Canin do Brasil Indústria e Comércio Ltda	9,1	9,0	8,9	9,1	9,3
Total Alimentos SA	9,1	9,7	9,3	9,2	9,2
Mogiana Alimentos SA	4,6	4,9	5,0	5,0	5,1
Colgate-Palmolive Indústria e Comércio Ltda	3,7	3,4	3,5	4,0	4,8
Nutriara Alimentos Ltda	3,4	3,6	3,7	3,6	3,8
Grandfood Industria e Comercio Ltda	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9
Kowalski Alimentos Ltda	-	-	1,0	0,9	0,9
Iams do Brasil SA	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Effem Brasil Inc & Cia	-	-	-	-	-
Masterfoods Brasil Alimentos Ltda	-	-	-	-	-
Marque du fabricant	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Autres	30,9	29,1	27,7	27,3	26,6
Total	100	100	100	100	100

Source de toutes les données : Euromonitor, 2012.

Remarque : Au moment de la production du présent rapport, les dernières données disponibles concernant les parts de marché des entreprises d'aliments pour chats dataient de 2011.



▶ ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE

- ▶ Le Brésil possède une des populations d'animaux de compagnie les plus diversifiées dans le monde et, en conséquence, son marché pour les autres animaux de compagnie s'est développé au cours des dernières années. En effet, les ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie ont augmenté d'au moins 15 % par année depuis 2009, lorsque les effets de la récession ont commencé à s'estomper.
- ▶ Les ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil ont augmenté de 17 % de 2011 à 2012, s'établissant à 628 millions de dollars américains. Toutefois, le volume des ventes a affiché une croissance de 9 % seulement, en raison de la forte augmentation des ventes d'aliments pour poissons. Dans le passé, les ventes d'aliments pour poissons étaient beaucoup moins élevées.
- ▶ Les aliments pour poissons, affichant un TCAC de 12,3 % entre 2007 et 2012, ont enregistré la meilleure croissance parmi les autres aliments pour animaux de compagnie au Brésil. Ils sont suivis par les aliments pour oiseaux, à un TCAC de 11,1 %, et par les aliments pour petits mammifères/reptiles, à un TCAC de 8,6 % durant la même période.
- ▶ Les aliments pour oiseaux et poissons connaissent une croissance spectaculaire en raison de la popularité de ces animaux auprès des petites familles, des couples sans enfant et des célibataires vivant en appartements. Tous ces groupes démographiques sont en hausse, ce qui entraînera certainement une augmentation du nombre des autres animaux de compagnie et des ventes d'aliments pour ces animaux au Brésil.
- ▶ Au cours des cinq prochaines années (2013-2017), les ventes d'aliments pour les autres animaux devraient augmenter à un TCAC de 8,7 % pour atteindre un peu plus de 950 millions de dollars américains.

Ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aliments pour autres animaux	360,7	392,7	409,3	471,1	537,1	628,9
Aliments pour oiseaux	115,6	128,9	130,2	141,8	167,0	196,0
Aliments pour poissons	224,0	240,6	255,6	303,1	340,0	400,0
Aliments pour petits mammifères et reptiles	21,1	23,2	23,5	26,2	29,1	31,9

Prévisions des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Valeur en millions de dollars américains à taux fixe

	2013	2014	2015	2016	2017
Aliments pour autres animaux	695,1	759,9	817,1	879,8	952,0
Aliments pour oiseaux	216,2	236,4	254,0	272,3	290,2
Aliments pour poissons	444,2	485,5	522,0	563,4	614,5
Aliments pour petits mammifères et reptiles	34,7	38,0	41,1	44,1	47,3

Ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Croissance de la valeur antérieure/prévisionnelle en pourcentage

	TCAC 2007-2012	Total 2007-2012	TCAC 2012-2017	Total 2012-2017
Aliments pour autres animaux	11,7	74,1	8,7	51,6
Aliments pour oiseaux	11,1	69,5	8,2	48,1
Aliments pour poissons	12,3	78,6	9,0	53,6
Aliments pour petits mammifères et reptiles	8,6	51,0	8,2	48,5

Source de toutes les données : Euromonitor, 2012.

Remarque : Les chiffres figurant dans les deux tableaux sont calculés à partir de la devise brésilienne à un taux de change fixe de 1,6678 R = 1,00 \$ US.



▶ **ALIMENTS POUR AUTRES ANIMAUX DE COMPAGNIE (suite)**

Ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Volume en tonnes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aliments pour autres animaux	26 086,9	27 686,4	28 328,6	30 199,0	32 812,7	35 821,9
Aliments pour oiseaux	24 159,2	25 666,7	26 295,6	28 017,9	30 455,5	33 272,6
Aliments pour poissons	795,4	840,8	895,4	989,4	1 098,3	1 235,6
Aliments pour petits mammifères et reptiles	1 132,3	1 178,9	1 137,6	1 191,6	1 259,0	1 313,7

Prévisions des ventes d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Volume en tonnes

	2013	2014	2015	2016	2017
Aliments pour autres animaux	38 667,7	41 257,1	43 143,3	44 913,2	46 668,7
Aliments pour oiseaux	35 967,7	38 413,5	40 176,7	41 803,8	43 388,2
Aliments pour poissons	1 339,4	1 426,4	1 491,3	1 574,8	1 685,1
Aliments pour petits mammifères et reptiles	1 360,6	1 417,2	1 475,3	1 534,5	1 595,4

Parts de marché (par entreprise) des marques d'aliments pour autres animaux de compagnie au Brésil, par catégorie - Répartition de la valeur au détail fondée sur le prix de détail, en pourcentage

Marque	Société	2008	2009	2010	2011
ALIMENTS POUR OISEAUX					
Tori	Yoki Alimentos SA	38,4	42,2	45,8	22,7
Alcon Club Eco	Indústria (C de A)* Desidratados Alcon Ltda	-	-	-	17,8
Nutropica	Grandfood Industria e Comercio Ltda	-	-	-	9,0
Trill	Mars Brasil Alimentos Ltda	26,3	30,1	32,1	7,5
Marque du fabricant	Marque du fabricant	4,0	4,5	-	-
Autres	Autres	31,3	23,2	22,0	42,9
Total	Total	100	100	100	100
ALIMENTS POUR POISSONS					
Tetra	Aquarium Alimentos para Peixe Ltda	30,3	31,4	30,7	29,4
Basic	Indústria (C de A)* Desidratados Alcon Ltda	16,8	17,9	17,7	17,8
Marque du fabricant	Marque du fabricant	2,5	2,6	2,6	2,5
Autres	Autres	50,4	48,1	49,0	50,2
Total	Total	100	100	100	100
ALIMENTS POUR PETITS MAMMIFÈRES ET REPTILES					
Alcon	Indústria (C de A)* Desidratados Alcon Ltda	43,6	43,9	44,3	44,5
Autres	Autres	56,4	56,1	55,7	55,5
Total	Total	100	100	100	100

Source de toutes les données : Euromonitor, 2012.

Remarque : Au moment de la production du présent rapport, les dernières données disponibles concernant les parts de marché des entreprises d'aliments pour les autres animaux dataient de 2011.

* Dans le tableau (C de A) signifie Comércio de Alimentos.



▶ NOUVEAUX PRODUITS

- ▶ Les aliments secs pour chiens et chats demeurent les aliments pour animaux de compagnie les plus populaires au Brésil, occupant la première et la deuxième place respectivement pour ce qui est des lancements de nouveaux produits en 2012. Leur prix et leur côté pratique sont des atouts irrésistibles pour la plupart des propriétaires d'animaux de compagnie, et ils demeureront près des premières positions dans ce marché durant la période de prévisions 2012-2017.
- ▶ La tendance à la hausse vers le côté pratique des produits au Brésil se manifeste concrètement dans l'emballage des nouveaux produits pour animaux de compagnie. La majorité de ces nouveaux produits en 2012 étaient emballés dans des sacs souples ou souples à fond plat, dont les formats les plus courants sont de 1 kg et 500 g.

Cinq premiers attributs des nouveaux aliments pour animaux de compagnie sur le marché brésilien, par caractéristique, 2012

Caractéristique	1	2	3	4	5
Sous-catégorie	Aliments secs pour chiens	Aliments secs pour chats	Collations et gâteries pour chiens	Aliments humides pour chats	Aliments humides pour chiens
Allégations	Animal de compagnie - adulte	Produits fonctionnels - Peau et pelage	Produits fonctionnels - Digestion et prévention des infections urinaires	Animal de compagnie - jeune	Dents et prévention du tartre
Saveurs	Non aromatisé/nature	Viande	Boeuf	Poissons	Poulet et légumes
Type d'emballage	Emballage souple	Sac souple à fond plat	Barquette	Sac souple	Conserve
Taille de l'emballage	1 kg	500 g	85 g	3 kg	80 g

Source : Mintel, 2012

▶ INNOVATIONS

Selon Mintel, les innovations désignent des produits qui répondent à un ou plusieurs des critères suivants : emballage pratique, ingrédients innovateurs, emballage intéressant, nouveauté et portions individuelles. Des 785 nouveaux aliments pour animaux de compagnie lancés entre janvier 2007 et décembre 2012, 41 produits étaient classés comme des innovations. En voici deux exemples :



Biscuits aux flocons de viande (ingrédient innovateur)

Les biscuits PetDog aux flocons de viande sont réputés être une collation saine et savoureuse pour les chiens de tous les âges et de toutes les races. Ils contiennent des prébiotiques très digestifs qui stimulent la croissance de microorganismes favorisant la présence bactéries intestinales bénéfiques pour la santé. Lancés en novembre 2011, ils se vendent en emballage souple refermable de 80 g pour 3,59 dollars américains.

Collation pour chats à saveur de viande (emballage pratique)

La collation à la viande Funpet de Berlin est faite de viande bovine, contient de la taurine et est savoureuse. Elle a été réemballée dans des sachets souples, recyclables et refermables de 30 g. Elle se vend 1,71 dollar américain dans les supermarchés brésiliens.



Source pour les deux produits : Mintel, 2012.



▶ LANCEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS, 2007-2012

- ▶ De janvier 2007 à décembre 2012, 785 nouveaux aliments pour animaux de compagnie ont été lancés sur le marché brésilien. Le Brésil a connu toute une montée en flèche en 2009 avec le lancement de 336 nouveaux produits au terme de la crise économique mondiale. Depuis ce temps, les lancements de nouveaux produits ont décliné, se chiffrant à 76 seulement en 2012.

Lancement de nouveaux aliments pour animaux de compagnie au Brésil, par année

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lancements de produits	90	62	332	119	106	76

Source : Mintel, 2012.

- ▶ Parmi les nouveaux produits lancés durant cette période, une majorité surprenante (169) était non aromatisée/nature. La catégorie saveur de viande occupait la deuxième place, mais n'était présente que dans 75 nouveaux produits. Même parmi les collations et les gâteries pour chiens, la saveur nature était la plus courante, ce qui indique que les entreprises mettent moins l'accent sur le goût et plus sur la santé. Elles savent que les consommateurs préfèrent les aliments naturels ou sains pour leurs animaux et accordent la priorité à ces ingrédients et bienfaits plutôt qu'à la saveur.

Sous-catégories

Premières sous-catégories pour les lancements de nouveaux produits
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aliments secs pour chiens 2. Collations et gâteries pour chiens 3. Aliments secs pour chats 4. Aliments humides pour chiens 5. Aliments humides pour chats

- ▶ Des 785 nouveaux aliments pour animaux de compagnie lancés de 2007 à 2012, 325 étaient des aliments secs pour chiens et composaient la catégorie la plus populaire. Les saveurs d'aliments secs pour chiens les plus populaires étaient non aromatisé/nature (81) et viande (27). Les allégations les plus populaires dans cette sous-catégorie étaient « enrichis de vitamines/minéraux » et « peau et pelage (produit fonctionnel) ».
- ▶ Les collations et les gâteries pour chiens ont enregistré le deuxième plus grand nombre de lancements avec 229 de 2007 à 2012, suivies des aliments secs pour chats (135).
- ▶ La saveur nature est demeurée la plus populaire dans les deuxième et troisième sous-catégories, alors que les saveurs de poulet et de viande étaient plus populaires dans les aliments humides pour chiens et chats. L'allégation la plus courante dans le cas des collations et gâteries pour chiens était « dents et prévention du tartre » et dans le cas des aliments secs pour chats, c'était « digestion et voies urinaires ».

Aliments pour chiens à l'agneau et au riz
Aliments secs pour chiens
(Oct. 2012)



Gâteries pour chiens à saveur barbecue
Collations et gâteries pour chiens
(Sept. 2010)



Nourriture sèche de qualité supérieure pour chats
Aliments secs pour chats
(Juin 2009)



Pâté de poulet pour chiens
Aliments humides pour chiens
(Sept. 2009)



Aliments ultra moelleux pour chatons
Aliments humides pour chats
(Mai 2012)



Source pour tous les produits : Mintel, 2012.



▶ LANCEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS, 2007-2012 (suite)

Allégations

Premières allégations pour les lancements de nouveaux produits

1. Enrichis de vitamines/minéraux
2. Peau et pelage (produit fonctionnel)
3. Digestion et voies urinaires (produit fonctionnel)
4. Dents et prévention du tartre (produit fonctionnel)
5. Qualité supérieure

- ▶ L'allégation « enrichis de vitamines/minéraux » était la plus populaire dans le cas des lancements de nouveaux produits de 2007 à 2012, mais l'écart était mince. Elle a été employée dans 198 produits sur 785, suivie de près par « peau et pelage » dans 191 produits, et « digestion et voies urinaires » dans 188 produits.
- ▶ Parmi les produits avec les trois allégations les plus populaires, la majorité était de nouveaux produits. Ceci illustre comment les entreprises allèguent des bienfaits pour la santé pour lancer avec succès de nouveaux produits.
- ▶ Parmi ces produits, la saveur la plus fréquente était aucune saveur, présente dans 214 produits avec les cinq premières allégations.

Collation enrichie de calcium
Enrichie de vitamines/minéraux
(Mars 2007)



Aliments naturels pour chiens
Peau et pelage
(Oct. 2008)



Aliments secs pour les chats et chats adultes
Digestion et voies urinaires
(Juin 2012)



Gamme d'hygiène orale pour chiens
Dents et prévention du tartre
(Avril 2008)



Aliments de qualité supérieure pour chiots
Qualité supérieure
(Août 2012)



Emballage

Premiers types et formats d'emballage pour les lancements de nouveaux produits

1. Emballage souple
2. Sac souple à fond plat
3. Boîte de conserve
4. Sachet souple
5. Boîte

- | | |
|---------|----------|
| 1. 1 kg | 4. 65 g |
| 2. 8 kg | 5. 500 g |
| 3. 2 kg | |

- ▶ L'emballage souple est nettement le type dominant, offert dans 519 des 785 nouveaux produits lancés de 2007 à 2012. Les sacs souples à fond plat gagnent aussi en popularité, représentant le deuxième type d'emballage le plus populaire, avec 70 lancements.
- ▶ Au chapitre des formats d'emballage, le plus gros semble le meilleur choix, les trois formats les plus fréquents étant 1 kg, 8 kg et 2 kg respectivement. Toutefois, l'emballage de 65 g a aussi gagné en popularité avec les lancements de collations et de gâteries.
- ▶ En combinant le type et le format d'emballage, il n'est pas étonnant que les emballages souples de 1 kg soient les plus populaires parmi les nouveaux lancements, étant offerts dans 131 produits. Ce format était suivi des emballages souples de 8 kg et de 2 kg.

Aliments secs pour chiens
Souple, 8 kg
(Oct. 2009)



Aliments aux crevettes et au saumon pour chats
Souple à fond plat, 1 kg
(Janv. 2008)



Aliments pour chats
Conserve,
(seulement en 340 g)
(Mars 2010)



Collations au poulet
Sachet souple, 65 g
(Sept. 2007)



Biscuits pour chiens
Boîte, 500 g
(Mars 2007)



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 :

Aliments pour animaux de compagnie au Brésil

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

ISSN 1920-6623

No AAC. **12038F**

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, pour demander un exemplaire sur support de substitution, et pour toutes les autres demandes de renseignements concernant cette publication, veuillez communiquer :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, la Division de l'analyse globale

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: Pet Food in Brazil

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le détenteur du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Lorsque la reproduction ou la redistribution inclut des données du présent document, elle doit en indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

Canada 