



Bureau
des marchés
internationaux

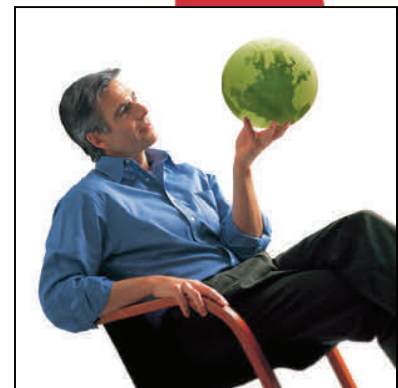
RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | MARS 2012

Tendances de consommation

Les aliments pour bébés au Brésil



Source : Shutterstock.



Tendances de consommation

Les aliments pour bébés au Brésil



► RÉSUMÉ

Le Brésil est le plus grand pays de l'Amérique du Sud avec ses 203,4 millions¹ d'habitants. La population brésilienne qui se situe dans la classe inférieure à moyenne croît progressivement tandis que le taux de pauvreté continue de diminuer. En 2009, l'économie vigoureuse du pays a connu une légère baisse en raison du ralentissement économique mondial; elle a toutefois fait un retour en force en 2010 et a enregistré le taux de croissance annuel le plus rapide des 25 dernières années.

Les bébés et les jeunes enfants de 0 à 4 ans représentent 7,5 % de la population totale du pays, soit 15,2 millions de personnes². Par ailleurs, en 2010, le secteur de l'alimentation pour bébés a enregistré des ventes à hauteur de 1,2 milliard de dollars américains. La même année, le Brésil a réalisé des importations de céréales pour bébés, de farine, de féculents et de lait en vue de la vente au détail à hauteur de 13,7 millions de dollars américains.

La plus importante catégorie sur le marché brésilien de l'alimentation pour bébés est les aliments séchés (principalement les céréales); en 2010, la valeur de cette catégorie a atteint 607 millions de dollars américains (Euromonitor). De plus, les produits en bouteille comptent pour une part importante du marché; la même année, ce secteur a enregistré des ventes de 66 millions de dollars américains (Datamonitor). Les produits en bouteille à base de légumes et ceux à base de fruits ont affiché un taux de croissance annuel composé (TCAC) de plus de 6 % entre 2005 et 2010. D'ici 2015, on prévoit que ces segments augmenteront d'environ 4 %. Enfin, cette hausse pourrait être attribuable au fait que les parents brésiliens sont de plus en plus conscients de l'importance de la santé, notamment depuis les campagnes publicitaires des entreprises sur le caractère important de l'alimentation des enfants.

En 2010, les principales innovations dans l'industrie de l'alimentation pour bébés concernaient de nouvelles possibilités d'emballage, tant sur le plan de la taille que de la composition. Des 39 nouveaux produits alimentaires pour bébés lancés sur le marché brésilien entre octobre 2010 et septembre 2011, seuls neuf d'entre eux étaient entièrement nouveaux, tandis que le reste présentait de nouvelles compositions ou de nouveaux emballages.

Euromonitor prévoit que les multinationales, qui continuent de contrôler l'industrie des aliments pour bébés au Brésil, canaliseront leurs efforts vers la diversification de leur gamme de produits afin de répondre aux besoins nutritionnels uniques des nourrissons (et de leurs parents consciencieux). Enfin, les Brésiliens ont des familles moins nombreuses qu'auparavant, ce qui leur permet de faire plus attention à la qualité nutritionnelle des aliments qu'ils donnent à leurs enfants. Selon ces tendances, les ventes de laits maternisés, et plus particulièrement de celles pour nourrissons de moins d'un an, devraient croître plus rapidement que les autres catégories d'aliments pour bébés au cours des prochaines années.

¹Données de juillet 2011. (CIA World Factbook, 2011.)

²Au 1^{er} janvier 2010. (Euromonitor, 2011.)

► DANS CE NUMÉRO

<i>Sommaire</i>	2
<i>Tendances des consommateurs et du marché</i>	3
<i>Segmentation du marché</i>	4
<i>Concurrence</i>	5
<i>Innovation</i>	7
<i>Contacts</i>	8
<i>Annexe : Définitions</i>	8



Source : Shutterstock.



► TENDANCES DES CONSOMMATEURS ET DU MARCHÉ

- ▶ L'industrie mondiale des aliments pour bébés dépend de plus en plus des marchés émergents comme le Brésil – dont le marché de l'alimentation pour bébés a connu une croissance de 17 % en 2010 – pour alimenter la croissance des ventes en général.
- ▶ Au Brésil, les dépenses par ménage pour les aliments pour bébés ont connu une hausse constante, elles ont grimpé de 12,50 \$US en 2006 à 22,30 \$US en 2010, ce qui témoigne tant de l'augmentation de la demande que de celle des prix.
- ▶ Bien que le nombre de femmes brésiliennes qui travaillent à l'extérieur de la maison augmente et que le nombre total de ménages au pays s'accroisse, la majorité des familles ont moins d'enfants. Combinés, ces facteurs se traduisent par un revenu disponible plus important ainsi que des contraintes de temps plus nombreuses. Ainsi, la demande pour des produits alimentaires pour bébés qui soient commodes et nutritifs s'affermir. De nombreux parents se tournent vers les produits alimentaires emballés puisqu'ils les perçoivent comme une alternative santé au lait maternel. Ainsi, les ventes de laits maternisés ont bondi de 41 % en 2010. Or, cette tendance entre en quelque sorte en conflit avec la vision du gouvernement brésilien, lequel a adopté une loi en 2006 pour restreindre les publicités sur les produits alimentaires destinés aux enfants de moins de trois ans. D'ailleurs, le gouvernement du Brésil recommande l'allaitement des nourrissons pendant la première année en vue d'assurer une alimentation optimale.
- ▶ Selon Euromonitor, la catégorie « autres aliments pour bébés » – bien qu'elle compte pour une faible part du marché total – a enregistré le taux de croissance annuel le plus important entre 2009 et 2010; sa valeur a augmenté de 197,5 %. De plus, on prévoit que cette catégorie demeurera en tête de liste jusqu'en 2015 (se reporter au graphique à la page 3). Quant aux laits maternisés, aux aliments séchés et aux aliments prêts-à-servir, ils se sont accrus respectivement de 55,4 %, de 12,5 %, et de 8,4 % de 2009 à 2010.
- ▶ Au Brésil, les parents accordent une préférence marquée aux aliments prêts-à-servir pour bébés en pot par rapport aux aliments en boîte.
- ▶ Les ventes d'aliments biologiques pour bébés sont négligeables puisque ce type de produits n'est pas recherché pour le moment par les parents brésiliens.
- ▶ Les ventes de collations pour bébés au Brésil sont faibles; les consommateurs ne présentent aucune préférence visible quant aux segments de produits que sont les biscuits, les galettes de riz, les petits gâteaux ou les barres de céréales.
- ▶ Les aliments pour bébés sont principalement distribués par l'intermédiaire des supermarchés et des magasins à grande surface, lesquels comptaient pour 80 % de la valeur des ventes au détail en 2009. Quant aux pharmacies, elles représentaient 14 % des ventes au détail la même année et précédaient les détaillants indépendants qui ont obtenu 3 % des parts des ventes.



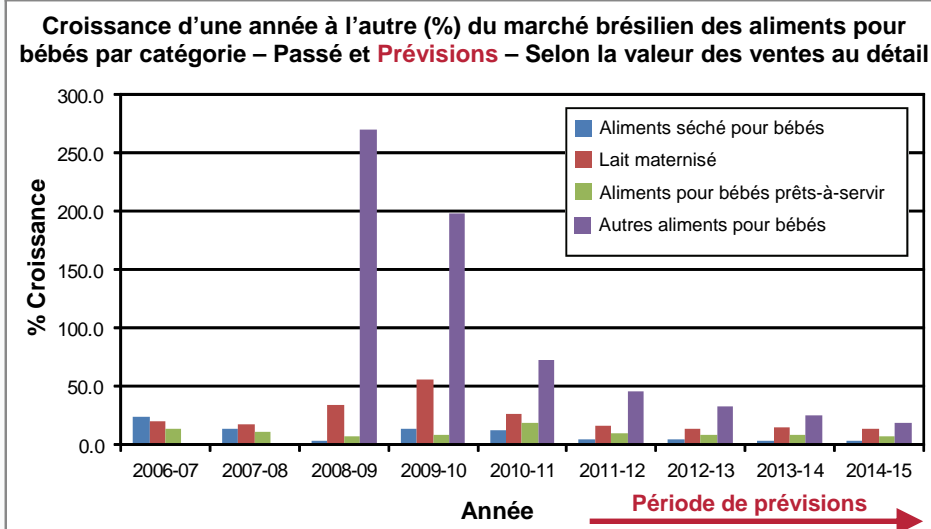
Marché brésilien des aliments pour bébés – Valeur au détail passée/Prévisions – En millions de dollars américains – Prix courants

Catégorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aliments pour bébés	643,4	777,3	883,8	985,9	1 237,9	1 459,0	1 530,9	1 594,0	1 661,0	1 721,4
Aliments séchés pour bébés	375,9	464,7	525,3	539,9	607,2	676,3	674,9	673,1	664,2	651,2
Lait maternisé	164,9	197,2	231,1	309,5	480,8	604,4	667,9	724,1	791,6	858,7
Aliments prêts-à-servir pour bébés	102,6	115,4	127,1	135,5	146,9	173,3	181,2	188,1	194,8	199,7
Autres aliments pour bébés	0	0	0,3	1,0	2,9	5,0	6,9	8,7	10,4	11,8

Source : Euromonitor, 2011.



► TENDANCES DES CONSOMMATEURS ET DU MARCHÉ (suite)



Source : Euromonitor, 2011.

► SEGMENTATION DU MARCHÉ

Les données de cette section proviennent de Datamonitor, qui a recours à un système de classement différent selon lequel on distingue les aliments pour bébés des boissons pour bébés. On a recours aux données de Datamonitor pour fournir une analyse plus détaillée du marché de l'alimentation pour bébés. Toutefois, la valeur totale du marché semble légèrement différente de celle présentée dans le tableau précédent d'Euromonitor en raison du mode de collecte des renseignements.

Ventes brésiliennes d'aliments et boissons pour bébés par segment – En millions de dollars américains

Segment	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TCAC** 2005-2010
Aliments pour bébés*	408,7	452,0	495,3	537,2	577,2	616,3	8,6 %
Céréales pour bébés	356,6	396,3	436,2	474,8	511,3	547,0	8,9 %
Céréales	253,5	282,6	312,5	341	367,7	394,0	9,2 %
Gruau	103,2	113,7	123,7	133,7	143,5	153,0	8,2 %
Aliments pour bébés en bouteille	48,7	52,2	55,6	58,9	62,3	65,6	6,1 %
À base de légumes	20,4	21,9	23,4	24,8	26,3	27,7	6,3 %
À base de fruits	18,9	20,3	21,6	22,8	24,1	25,4	6,1 %
Autres	9,4	10,1	10,7	11,2	11,9	12,5	5,9 %
Autres	3,4	3,4	3,5	3,6	3,6	3,7	1,7 %
Pots de fruits pour bébés	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,4	1,8 %
Yogourts pour bébés	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,0 %
Repas prêts-à-servir pour enfants	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	4,6 %
Boissons pour bébés	264,5	283,2	303,7	323,4	342,9	362,8	6,5 %
Lait maternisé	263,3	281,9	302,4	322	341,5	361,3	6,5 %
Départ	105,2	111,9	120,4	127,8	135,6	143,6	6,4 %
Croissance	82,7	89,6	95,8	103,5	110,5	117,5	7,3 %
Spéciale	55,2	59,2	64	67,5	71,1	74,9	6,3 %
Tout-petits	20,2	21,2	22,1	23,2	24,3	25,4	4,7 %
Jus pour bébés	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	4,6 %
Prêts-à-boire	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	4,6 %

Source : Datamonitor, 2011.

*Le marché des aliments pour bébés comprend également les aliments pour bébés en boîte et les collations pour bébés, mais ces deux éléments présentent des chiffres de ventes sans importance pour cette période.

**TCAC : Taux de croissance annuel composé.



▶ SEGMENTATION DU MARCHÉ (suite)

Prévisions des ventes au Brésil – ventilation des aliments pour bébés et des boissons pour bébés par segment
– En millions de dollars américains

Segment	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC** 2011-2015
Aliments pour bébés*	655,6	694	731,4	766,8	804,4	5,3 %
Céréales pour bébés	583,0	618,3	652,9	685,6	720,2	5,4 %
Céréales	420,8	446,9	473	497,4	523,3	5,6 %
Gruau	162,2	171,4	180	188,2	197,0	5,0 %
Aliments pour bébés en bouteille	68,8	71,8	74,6	77,2	80,2	3,9 %
À base de légumes	29,1	30,4	31,6	32,8	34,1	4,0 %
À base de fruits	26,6	27,7	28,8	29,8	30,9	3,8 %
Autres	13,1	13,6	14,2	14,6	15,2	3,8 %
Autres	3,8	3,8	3,9	4,0	4,0	1,3 %
Pots de fruits pour bébés	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,0 %
Yogourts pour bébés	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,0 %
Repas prêts-à-servir pour enfants	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,0 %
Boissons pour bébés	764,4	804,7	844,9	885,3	925,5	4,9 %
Lait maternisé	761,3	801,5	841,7	881,9	922,0	4,9 %
Départ	302,5	318,4	334,3	350,2	366,1	4,9 %
Croissance	248,6	262,5	276,4	290,3	304,2	5,2 %
Spéciale	157,4	165,5	173,5	181,6	189,7	4,8 %
Tout-petits	52,9	55,1	57,4	59,8	62,1	4,1 %
Jus pour bébés	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,1 %
Prêts-à-boire	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,1 %

Source : Datamonitor

*Le marché des aliments pour bébés comprend également les aliments pour bébés en boîte et les collations pour bébés, mais ces deux éléments présentent des chiffres de ventes sans importance pour cette période.

**TCAC : Taux de croissance annuel composé.

▶ CONCURRENCE

- ▶ Selon le Global Trade Atlas, les importations du Brésil de céréales, de farine et de féculents ou de lait utilisés dans les produits alimentaires pour bébés qui sont destinés à la vente au détail se sont chiffrées à 13,7 millions de dollars américains en 2010. Il s'agit d'une hausse par rapport aux importations de 12,5 millions de dollars enregistrées en 2009.
- ▶ La majorité des produits importés provenaient de l'Argentine, soit 11,6 millions de dollars américains en 2010. La même année, les Pays-Bas, l'Irlande et les États-Unis étaient les seuls autres pays d'où le Brésil a importé des marchandises; respectivement, ils ont représenté 1,6 million de dollars américains, 0,9 million de dollars américains et 466,00 dollars américains.
- ▶ En 2010, le prix unitaire des aliments pour bébés a oscillé entre 7,12 \$US pour les produits provenant des Pays-Bas et 3,86 \$US pour ceux provenant des États-Unis. Le prix unitaire moyen se chiffrait dans l'ensemble à 5,02 \$US. Il est intéressant de noter que les prix unitaires ont accusé un recul pour les produits provenant de l'Argentine et des Pays-Bas entre 2009 et 2010, mais que le prix unitaire des produits provenant des États-Unis a connu une hausse de 40,7 %.



► CONCURRENCE (suite)

Marché brésilien de l'alimentation pour bébés – Part de marché des marques (par nom de marque ombrelle) – Ventilation par %

Marque	Nom de l'entreprise (titulaire de la marque)	2006	2007	2008	2009	2010
Mucilon	Nestlé SA	26,0	27,0	26,9	24,9	22,6
Nan	Nestlé SA	9,9	9,8	9,8	11,8	13,9
Ninho	Nestlé SA	9,1	9,1	9,4	10,6	13,9
Nestlé Farinha Láctea	Nestlé SA	17,2	18,0	16,8	15,2	13,2
Nestlé	Nestlé SA	16,0	14,9	14,4	13,7	11,9
Nestogen	Nestlé SA	4,8	4,8	4,8	5,4	6,2
Aptamil	Danone, Groupe	-	0,9	1,2	1,7	2,2
Nutribom	Nutrimental SA Indústria e Comércio de Alimentos	-	2,3	2,0	1,8	1,6
Nutrilon	Nutrimental SA Indústria e Comércio de Alimentos	2,2	2,1	1,9	1,7	1,5
Arrozina	Unilever Group	-	-	-	-	1,2
Nutricia	Danone, Groupe	-	0,1	0,1	0,9	1,2
Cremogema	Unilever Group	-	-	-	-	1,1
Similac	Abbott Laboratories Inc	-	-	0,3	0,8	1,0
Maizena	Unilever Group	2,7	2,8	2,7	2,5	-
Nutriton	Nutrimental SA Indústria e Comércio de Alimentos	6,3	-	-	-	-
Aptamil	Royal Numico NV	1,0	-	-	-	-
Gerber	Novartis AG	0,7	-	-	-	-
Nutron	Nutrimental SA Indústria e Comércio de Alimentos	0,1	-	-	-	-
Mococa	Royal Numico NV	-	-	-	-	-
Nutrilon	Royal Numico NV	-	-	-	-	-
Nutriton	Royal Numico NV	-	-	-	-	-
Marque privée	Marque privée	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4
Autres	Autres	3,5	7,9	9,4	8,4	8,1

Source : Euromonitor, 2011.

▶ INNOVATION

- ▶ Entre octobre 2010 et le 30 septembre 2011, 39 nouveaux produits alimentaires pour bébés ont été lancés au Brésil, selon la Mintel Global New Products Database (2011).
- ▶ Nestlé a dominé dans le secteur avec le lancement de 20 nouveaux produits. Nutrimental est arrivé au deuxième rang avec le lancement de quatre nouveaux produits; il était suivi d'Unilever, d'Abbott Labs, de Bristol-Myers, et de Danone, qui ont chacun lancé deux nouveaux produits.
- ▶ En ce qui concerne les catégories des revendications de grande portée (qui représentent le regroupement de plusieurs revendications pour des produits particuliers), les produits de commodité ainsi que les produits éthiques et environnementaux ont été les plus demandés. En effet, on retrouve respectivement 17 et 16 produits dans ces catégories.
- ▶ En ce qui a trait aux revendications concernant des produits particuliers, les trois plus populaires étaient les produits sans gluten (25), les produits sans allergène ou avec peu d'allergène (25), et les produits enrichis de vitamines et de minéraux (24).
- ▶ Dans l'ensemble, les saveurs les plus populaires parmi les nouveaux produits alimentaires pour bébés (y compris les mélanges) étaient les produits non aromatisés ou sans saveur, que l'on a pu retrouver dans 28 des 39 produits lancés.
- ▶ Des 39 nouveaux produits lancés, seuls neuf d'entre eux étaient entièrement nouveaux sur le marché. En effet, la majorité des produits lancés présentaient un nouvel emballage, une nouvelle variété ou une nouvelle composition.



Lancement de nouveaux produits alimentaires pour bébés au Brésil d'octobre 2010 à septembre 2011

Sous-catégorie de produits	Format Type	Taille de l'emballage	Type d'emballage	Nombre de produits
Céréales pour bébés	s.o.	200 g	Carton	1
Céréales pour bébés	s.o.	200 g	Flexible	1
Céréales pour bébés	s.o.	230 g	Flexible	8
Céréales pour bébés	s.o.	400 g	Boîte	1
Céréales pour bébés	s.o.	400 g	Tube	1
Céréales pour bébés	s.o.	600 g	Flexible	2
Lait maternisé (0-6 mois)	Poudre	400 g	Boîte	10
Lait maternisé (0-6 mois)	Poudre	400 g	Mixte	1
Lait maternisé (0-6 mois)	Poudre	400 g	Boîte	3
Lait maternisé (0-6 mois)	Poudre	400 g	Mixte	1
Lait maternisé (0-6 mois)	Poudre	800 g	Boîte	1
Produits à base de fruits pour bébés, desserts et yogourts	s.o.	120 g	Pot	3
Jus et boissons pour bébés	s.o.	190 ml	Carton	1
Repas et plats pour bébés	s.o.	115 g	Pot	3
Repas et plats pour bébés	s.o.	250 g	Pot	2
Total				39

Source : Mintel, 2011.

Source pour toutes :
Mintel, 2011.



► CONTACTS

Association internationale des fabricants d'aliments pour l'enfance

L'Association compte parmi ses membres des entreprises nationales et internationales qui mènent des activités aux États-Unis, au Canada, en Europe, en Afrique, au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Asie.

Siège social : Chemin Louis Dunant 7-9, 1211 Genève 20, Suisse
Courriel : info@ifm-isdi.org

Jessy El-Choueiry

*Agente principale du développement des marchés, Division des Amériques
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, Agriculture et agroalimentaire Canada*

Tél. : 613-773-2085
Télé. : 613-773-1616
Ottawa, Ontario
Courriel : jessy.el-choeiry@agr.gc.ca

► ANNEXE : DÉFINITIONS

Aliments pour bébés : agrégation de lait maternisé, d'aliments prêts-à-servir, séchés ou autres pour bébés.

Aliments séchés pour bébés : produits qui nécessitent l'ajout d'eau avant d'être consommés et qui sont généralement vendus en sachets. Les céréales et les soupes déshydratées sont incluses dans cette catégorie. Parmi les grandes marques, citons Nestlé (Nestlé), Cerelac (Nestlé), Gerber (Novartis), Mucilon (Nestlé), Milupa (Royal Numico), Nestum (Nestlé), Heinz (Heinz), Quaker (PepsiCo), et Nutricia (Royal Numico).

Lait maternisé : agrégation de laits maternisés normaux et spéciaux, de croissance et pour tout-petits. Remarque : Välling, vaelling, le gruau et tout produit pour nourrissons contenant des céréales, du blé, de l'avoine et d'autres ingrédients du genre ne sont pas compris dans cette catégorie.

Aliments prêts-à-servir pour bébés : produits vendus en pot, en boîte ou en sachet flexible stérilisé, qui nécessitent seulement d'être réchauffés (aucune cuisson nécessaire). Dans cette catégorie, on compte les aliments en purée, les yogourts, les desserts réfrigérés, les soupes, les desserts et la crème glacée qui sont destinés aux bébés. Parmi les grandes marques, citons Gerber (Novartis), Plasmon (Heinz), Blédina (Danone), Hipp (Hipp GmbH & Co Vertrieb KG), Nestlé (Nestlé), Heinz (Heinz), Mellin (Royal Numico), et Nipiol (Heinz).

Autres aliments pour bébés : tous les autres produits sur le marché qui sont destinés aux bébés appartiennent à cette catégorie, notamment les biscuits pour bébés, les biscuits de dentition et les jus de fruit pour bébés. Parmi les grandes marques, citons Gerber (Novartis), Plasmon (Heinz), Milupa (Royal Numico), Hipp (Hipp GmbH & Co Vertrieb KG), Nestlé (Nestlé), et Alete (Nestlé).

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 aliments pour bébés au Brésil

© 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. **11710F**

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: Baby Food in Brazil

Canada 