



**SECRETARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS**  
**Rapport d'analyse mondiale**

Analyse sectorielle  
**Produits à base de pâte**

**Novembre 2017**



**SOMMAIRE**

- De 2007 à 2016, les produits à base de pâte lancés ont connu un taux de croissance de 7 %, à un moment où la taille du marché de détail mondial des produits de boulangerie augmentait de 4 % (2007 à 2016), représentant 326 milliards de dollars américains en 2016.
- Pendant la période examinée de 10 ans (2007 à 2016), 2 230 produits à base de pâte ont été lancés à l'échelle mondiale. Plus de 75 % des produits lancés étaient de nouveaux produits et 25 % étaient des produits lancés à nouveau.
- L'Europe a été la région la plus dynamique autant pour les produits finis que pour les produits de boulangerie à valeur ajoutée. Au cours de la période examinée (2007 à 2016), la région a lancé le plus de produits à base de pâte au monde et a continué de connaître les ventes au détail les plus élevées à l'échelle mondiale pour les produits de boulangerie.
- Les allégations qui ont connu la croissance la plus rapide pour les produits à base de pâte pendant la période examinée étaient : produit végétarien, économique, sans OGM, sans additifs ni agents de conservation et facile à utiliser.
- General Mills, Nestlé et Lidl sont les principales entreprises à avoir lancé des produits à base de pâte de 2007 à 2016.

**TABLE DES MATIÈRES**

Sommaire .....	1
Présentation .....	2
Analyse des lancements de produits à base de pâte.....	2
Lancements de produits par catégorie .....	3
Lancements de produits par région .....	4
Lancements de produits par allégation .....	11
Lancements de produits par entreprise .....	11
Pour de plus amples renseignements.....	13
Ressources .....	13

**RAPPORTS CONNEXES**

- Produits de boulangerie en Allemagne – 2016
- Produits de boulangerie au Royaume-Uni – 2017



## PRÉSENTATION

Dans le monde entier, les produits à base de pâte sont de plus en plus offerts à mesure que la taille du marché des produits de boulangerie augmente. De 2007 à 2016, les produits à base de pâte ont connu un taux de croissance de 7 %, à un moment où la taille du marché de détail des produits de boulangerie augmentait à un taux de croissance annuel composé de 4 % pour atteindre 326 milliards de dollars américains en 2016.

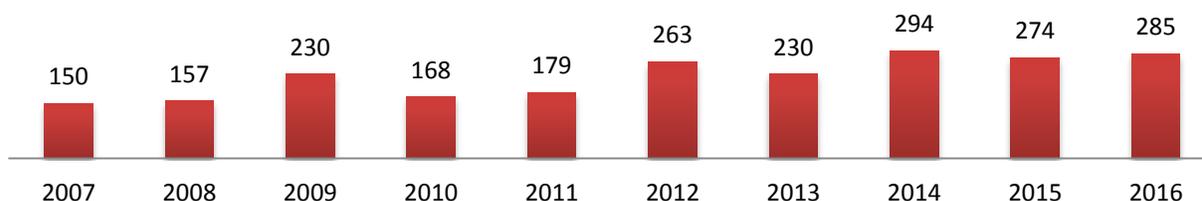
Comme les consommateurs continuent d'avoir des horaires très chargés, on observe une demande constante pour les produits de boulangerie pratiques et faciles à utiliser. Cette tendance est particulièrement importante dans les pays européens, où les ventes de produits de boulangerie sont grandement influencées par la demande croissante de produits pratiques (Euromonitor, 2017).

Bien que la croissance soit constante pour les produits de boulangerie, les consommateurs à l'échelle internationale s'intéressent à une gamme de produits offrant plus de choix santé, nutritifs, sans gluten (surtout en Amérique du Nord et en Europe) et naturels (cherchant à éviter les ingrédients artificiels). De plus, les consommateurs veulent une plus grande variété de produits de boulangerie. Cette situation est propre aux pays d'Amérique latine comme le Brésil, où les consommateurs recherchent des produits plus sophistiqués comprenant des ingrédients exotiques, divers formats et saveurs ainsi que des produits sous d'autres formes (Euromonitor, 2016).

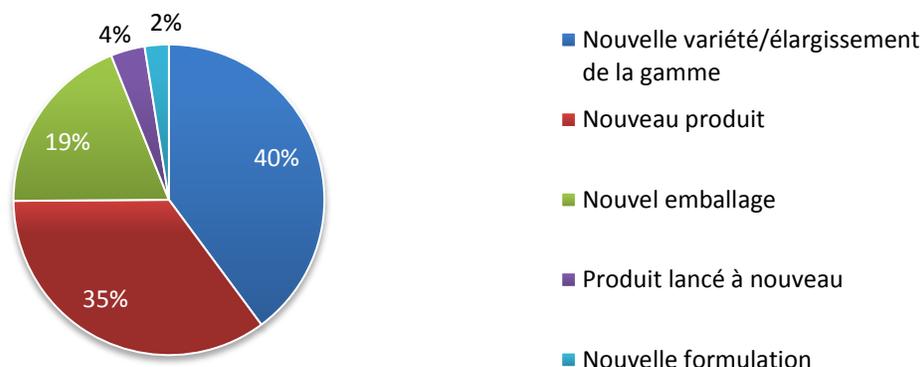
## ANALYSE DES LANCEMENTS DE PRODUITS À BASE DE PÂTE

De 2007 à 2016, 2 230 produits à base de pâte ont été lancés à l'échelle mondiale. Plus de 75 % des produits à base de pâte lancés étaient de nouveaux produits, et 25 % étaient des produits lancés à nouveau. Parmi les nouveaux produits lancés, 35 % découlaient d'un élargissement d'une gamme ou d'une marque de produit existante ou étaient une nouvelle variété. Les produits à base de pâte lancés à nouveau sont des produits existants dont l'emballage a été modifié.

Produits à base de pâte lancés de 2007 à 2016



Type de produits à base de pâte lancés de 2007 à 2016



Source pour les deux figures : Mintel, 2017.



## **Lancements de produits par catégorie**

De 2007 à 2016, environ 90 % des produits à base de pâte lancés appartenait à la catégorie des ingrédients et mélanges à cuisson, qui comprenait 2 000 produits à base de pâte pendant la période examinée (2007 à 2016). Les autres catégories étaient les suivantes : pain et produits de pain (6,4 %), gâteaux, pâtisseries et produits sucrés (1,9 %) et biscuits et craquelins salés (1,1 %). Cette tendance a été observée pour toutes les régions du monde.

### **Produits à base de pâte lancés par catégorie de produits de boulangerie de 2007 à 2016**

<b>Catégorie</b>	<b>Nombre de produits</b>
Ingrédients et mélanges à cuisson	2 000
Pain et produits de pain	142
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	42
Biscuits et craquelins salés	25
Biscuits sucrés	21
<b>Total</b>	<b>2 230</b>

Source : Mintel, 2017.

Parmi les types de produits à base de pâte lancés fréquemment se trouvaient les produits suivants :

#### **Pâte à biscuit**

De 2007 à 2016, 712 produits à base de pâte à biscuit ont été lancés à l'échelle mondiale et la plupart de ces lancements ont été réalisés en 2008 et en 2012. Environ 70 % des pâtes à biscuit ont été lancées en Amérique du Nord, 16 % en Europe et 10,5 % en Asie-Pacifique. C'est aux États-Unis que 62,5 % des produits ont été lancés, suivis du Canada avec 7,2 % et du Japon avec 6,6 %.

#### **Pâte à pizza**

De 2007 à 2016, 656 produits à base de pâte à pizza ont été lancés à l'échelle mondiale. La majorité des pâtes à pizza lancées étaient de nouveaux produits et les 21 % restants étaient des produits lancés à nouveau. Plus de 71 % des pâtes à pizza ont été lancées en Europe et la majeure partie de ces lancements ont été réalisés en Italie (103 produits), en France (74 produits) et en Allemagne (55 produits). En dehors de l'Europe, le Brésil a connu 55 lancements de produits à base de pâte, suivi par les États-Unis avec 44 produits et l'Argentine avec 30 produits.

#### **Pâte pour feuilletés**

De 2007 à 2016, 312 produits à base de pâte pour feuilletés ont été lancés à l'échelle mondiale et la majorité de ces lancements se sont produits au cœur de la période examinée et ont lentement diminué à la fin de la période (2007 à 2016). La majeure partie des pâtes pour feuilletés étaient de nouveaux produits lancés alors que 25 % étaient des produits lancés à nouveau. Plus de 69 % des pâtes pour feuilletés ont été lancées en Europe et 25 % en Amérique latine. Les produits lancés en Italie, en Argentine et en Allemagne représentaient 51 % des lancements de pâtes pour feuilletés à l'échelle mondiale.

#### **Pâte feuilletée**

De 2007 à 2016, 13 produits à base de pâte feuilletée ont été lancés à l'échelle mondiale. La plupart des lancements de pâtes feuilletées étaient dus à un nouvel emballage, suivis par quatre produits entièrement nouveaux et un produit découlant d'un élargissement de la gamme/une nouvelle variété. Ces types de produits à base de pâte faisaient partie des catégories ingrédients et mélanges à cuisson et gâteau, pâtisseries et produits sucrés. La plupart des pâtes feuilletées ont été lancées au Brésil au cours des deux dernières années (2015 à 2016) et les autres (31 %) ont été lancées aux États-Unis en 2007.



## Lancements de produits par région

### Produits à base de pâte lancés et ventes de produits de boulangerie par région

Région	Produits à base de pâte lancés (2007 à 2016)	Ventes au détail de produits de boulangerie (2016)**	TCAC* des ventes au détail de produits de boulangerie (2012-2016)
<b>Monde</b>	<b>2 230</b>	<b>326 564,6</b>	<b>4,0 %</b>
Europe	989	123 205,8	1,8 %
Amérique latine	609	54 441,3	7,8 %
Amérique du Nord	512	62 888,2	2,1 %
Asie-Pacifique	74	65 403,7	5,8 %
Moyen-Orient et Afrique	46	20 625,6	10,6 %

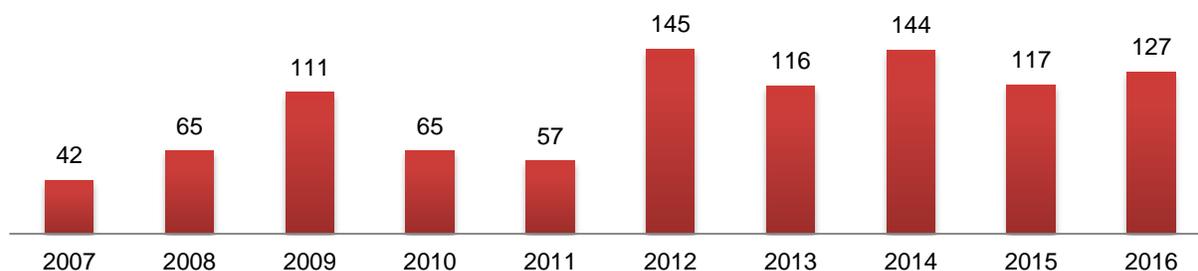
Source : Mintel et Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé

\*\*Remarque : La valeur est en millions de dollars américains.

## Europe

### Produits lancés par année en Europe, de 2007 à 2016



Source : Mintel, 2017.

L'Europe est la région la plus dynamique autant pour les produits finis que pour les produits de boulangerie à valeur ajoutée. Au cours de la période examinée de dix ans (2007 à 2016), la région a lancé le plus de produits à base de pâte au monde et a connu les ventes au détail les plus élevées à l'échelle mondiale pour les produits de boulangerie.

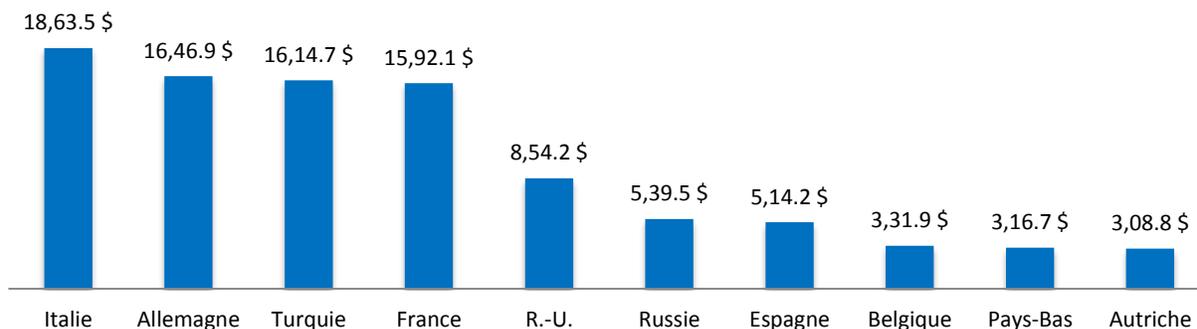
De 2007 à 2016, 989 produits à base de pâte ont été lancés dans la région, ce qui représentait 44 % des produits lancés dans le monde. La majorité des produits lancés étaient de nouveaux produits et quelques-uns étaient des produits lancés à nouveau. La région a connu une importante augmentation des produits à base de pâte de 2007 à 2016. En 2007, 42 produits ont été lancés alors qu'en 2016, il y en a eu 127. Cette évolution montre l'intérêt croissant pour les ingrédients et mélanges à cuisson dans la région.

Les ventes au détail de produits de boulangerie dans la région s'élevaient à 123,2 G\$ US en 2016. Ce secteur a connu un taux de croissance annuel composé de 1,8 % de 2012 à 2016 et représentait 39 % des ventes au détail mondiales de produits de boulangerie. Les ventes en Europe de l'Ouest représentaient 84 % des ventes au détail de la région, par rapport à 16 % pour l'Europe de l'Est.

En 2021, les ventes au détail régionales prévues devraient augmenter pour atteindre 151,1 G\$ US, avec un TCAC de 4,2 % de 2012 à 2016. Bien que les ventes continuent d'être importantes dans cette catégorie, elles ont perdu des parts du marché dans des régions comme l'Amérique latine, l'Afrique et le Moyen-Orient.



**Ventes au détail des 10 principaux marchés européens de produits de boulangerie en 2016, en millions de dollars américains**



**Ventes au détail historiques de produits de boulangerie vendus en Europe par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2012 à 2016**

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2012-2016
<b>Totaux</b>	<b>114 909,3</b>	<b>116 287,2</b>	<b>117 485,2</b>	<b>119 652,5</b>	<b>123 205,8</b>	<b>1,8 %</b>
Pain	78 403,9	79 052,9	79 690,3	81 132,2	84 011,5	1,7 %
Gâteaux	21 081,2	21 417,7	21 650,4	22 056,5	22 454,4	1,6 %
Pâtisseries	12 860,4	13 174,5	13 399,2	13 624,9	13 825,0	1,8 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	1 594,1	1 647,7	1 725,3	1 807,2	1 862,4	4,0 %
Mélanges à dessert	969,7	994,4	1 020,0	1 031,7	1 052,5	2,1 %

**Ventes au détail prévues de produits de boulangerie vendus en Europe par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2017 à 2021**

Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* 2017-2021
<b>Totaux</b>	<b>127 990,6</b>	<b>133 139,9</b>	<b>138 674,9</b>	<b>144 691,4</b>	<b>151 072,2</b>	<b>4,2 %</b>
Pain	87 652,5	91 593,7	95 800,5	100 397,6	105 302,9	4,7 %
Gâteaux	23 046,8	23 730,5	24 469,3	25 260,1	26 068,6	3,1 %
Pâtisseries	14 287,2	14 702,4	15 178,3	15 690,7	16 236,7	3,2 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	1 921,4	1 998,3	2 077,1	2 157,9	2 241,7	3,9 %
Mélanges à dessert	1 082,7	1 115,0	1 149,7	1 185,1	1 222,3	3,1 %

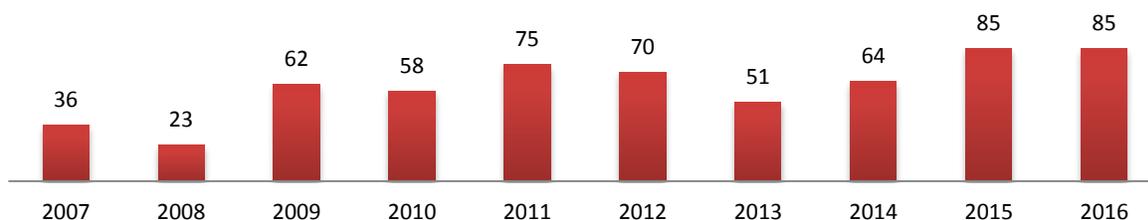
Source de tous les tableaux : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé



## Amérique latine

### Produits lancés par année en Amérique latine, de 2007 à 2016



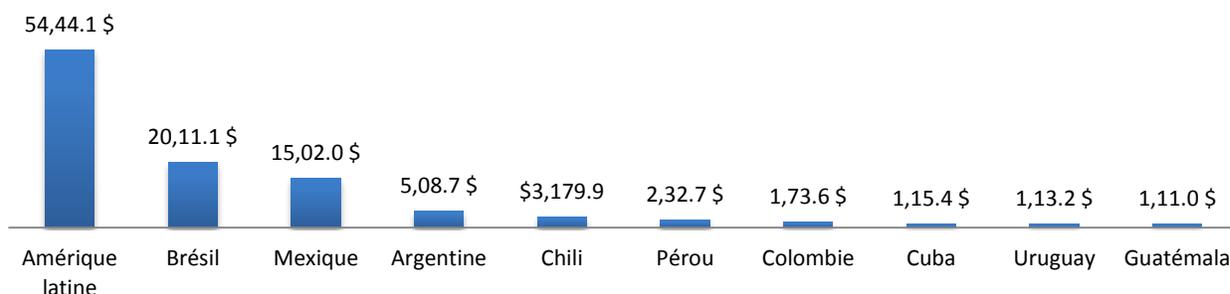
Source : Mintel, 2017.

L'Amérique latine est la seconde région en importance à l'échelle mondiale sur le plan des lancements de produits à base de pâte. Toutefois, elle arrive au quatrième rang mondial en ce qui a trait aux ventes au détail de produits de boulangerie.

De 2007 à 2016, 609 produits à base de pâte ont été lancés, dont la plupart étaient de nouveaux produits, de nouvelles variétés/des produits découlant d'un élargissement de la gamme ou des produits ayant un nouvel emballage. Les lancements de produits à base de pâte ont augmenté, passant de 36 produits en 2007 à 85 produits en 2016.

La valeur au détail des produits de boulangerie dans la région s'élevait à 54,4 G\$ US en 2016 et ils ont connu le TCAC le plus élevé avec 7,8 % de 2012 à 2016. L'Amérique latine représentait 17,4 % des ventes au détail mondiales de produits de boulangerie. En 2021, les ventes au détail régionales prévues devraient atteindre 76,4 G\$ US, avec un TCAC de 7 % de 2017 à 2021.

### Ventes au détail des 10 principaux marchés de produits de boulangerie d'Amérique latine en 2016, en millions de dollars américains



### Ventes au détail historiques de produits de boulangerie vendus en Amérique latine par catégorie, en millions de dollars américains De 2012 à 2016

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2012-2016
<b>Totaux</b>	<b>40 375,5</b>	<b>43 939,1</b>	<b>47 142,7</b>	<b>50 371,8</b>	<b>54 441,3</b>	<b>7,8 %</b>
Pain	30 247,2	32 843,4	35 490,5	38 026,9	41 026,9	7,9 %
Pâtisseries	4 711,0	5 178,2	5 249,9	5 545,2	6 082,8	6,6 %
Gâteaux	4 422,1	4 804,5	5 163,8	5 430,6	5 778,4	6,9 %
Mélanges à dessert	874,9	964,3	1 056,5	1 155,5	1 306,3	10,5 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	120,3	148,7	182,0	213,6	246,9	19,7 %

Source : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé



**Ventes au détail prévues de produits de boulangerie vendus en Amérique latine par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2017 à 2021**

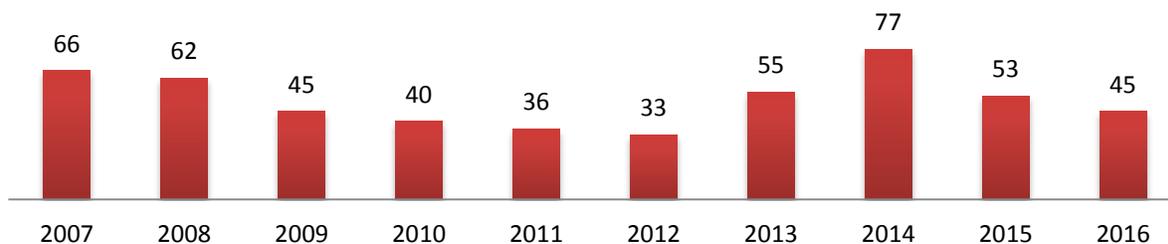
Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* 2017-2021
<b>Totaux</b>	<b>58 548,5</b>	<b>62 786,2</b>	<b>67 161,7</b>	<b>71 605,1</b>	<b>76 413,4</b>	<b>6,9 %</b>
Pain	43 795,1	46 577,1	49 495,8	52 492,7	55 743,1	6,2 %
Pâtisseries	6 742,6	7 452,6	8 149,6	8 831,2	9 550,3	9,1 %
Gâteaux	6 270,2	6 820,5	7 385,7	7 958,4	8 601,0	8,2 %
Mélanges à dessert	1 459,4	1 619,9	1 779,5	1 936,6	2 095,3	9,5 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	281,2	316,1	351,1	386,2	423,7	10,8 %

Source : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé

**Amérique du Nord**

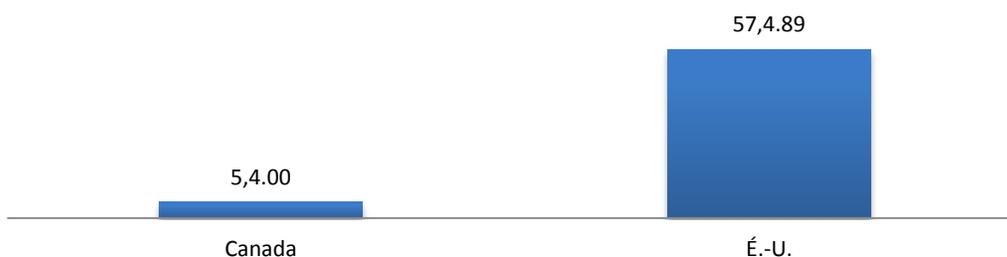
**Produits lancés par année en Amérique du Nord, de 2007 à 2016**



L'Amérique du Nord est la troisième région en importance relativement aux lancements de produits à base de pâte et aussi le plus important marché de détail pour les produits de boulangerie. De 2007 à 2016, 512 produits ont été lancés et la plupart d'entre eux étaient de nouveaux produits.

En 2016, les ventes de produits de boulangerie en Amérique du Nord ont atteint 62,9 G\$ US, avec un TCAC de 2,1 % (2012 à 2016). Les ventes de produits de boulangerie de la région représentaient 20 % des ventes mondiales. D'ici 2021, les ventes au détail devraient augmenter pour atteindre 73,4 G\$ US, avec un TCAC de 3,2 % de 2017 à 2021.

**Ventes au détail des pays nord-américains en 2016, en millions de dollars américains**



Source : Euromonitor, 2017.



**Ventes au détail historiques de produits de boulangerie vendus en Amérique du Nord par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2012 à 2016**

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2012-2016
<b>Totaux</b>	<b>57 875,4</b>	<b>59 617,2</b>	<b>60 560,3</b>	<b>61 556,6</b>	<b>62 888,2</b>	<b>2,1 %</b>
Pain	25 343,8	26 085,0	26 155,3	26 310,8	26 471,0	1,1 %
Gâteaux	15 413,2	15 606,5	16 133,4	16 655,5	17 319,0	3,0 %
Pâtisseries	12 841,3	13 591,6	14 021,3	14 495,5	15 051,6	4,1 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	2 483,7	2 512,8	2 526,1	2 502,4	2 515,1	0,3 %
Mélanges à dessert	1 793,4	1 821,3	1 724,2	1 592,4	1 531,5	-3,9 %

Source de tous les tableaux : Euromonitor, 2017.

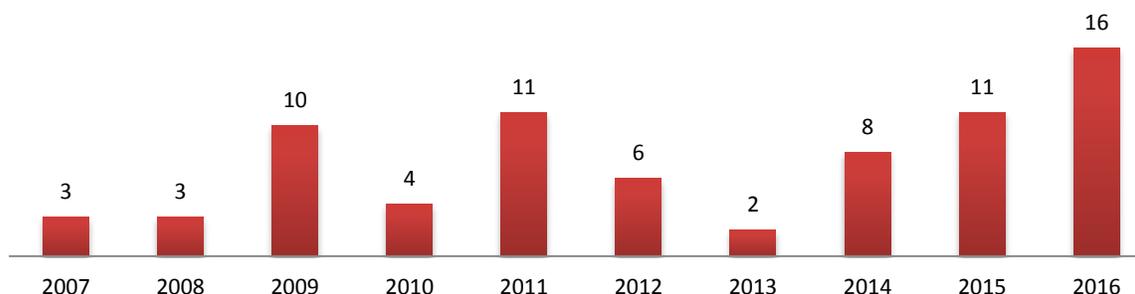
\*TCAC - taux de croissance annuel composé

**Ventes au détail prévues de produits de boulangerie vendus en Amérique du Nord par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2017 à 2021**

Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* 2017-2021
<b>Totaux</b>	<b>64 806,7</b>	<b>66 886,6</b>	<b>68 958,3</b>	<b>71 161,6</b>	<b>73 433,4</b>	<b>3,2 %</b>
Pain	27 216,6	28 024,2	28 770,3	29 626,8	30 525,8	2,9 %
Gâteaux	17 929,6	18 583,3	19 252,7	19 931,4	20 617,1	3,6 %
Pâtisseries	15 526,4	16 041,6	16 577,0	17 110,8	17 654,1	3,3 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	2 595,5	2 674,4	2 768,8	2 869,5	2 977,4	3,5 %
Mélanges à dessert	1 538,6	1 563,1	1 589,5	1 623,1	1 659,0	1,9 %

**Asie-Pacifique**

**Produits lancés par année en Asie-Pacifique, de 2007 à 2016**

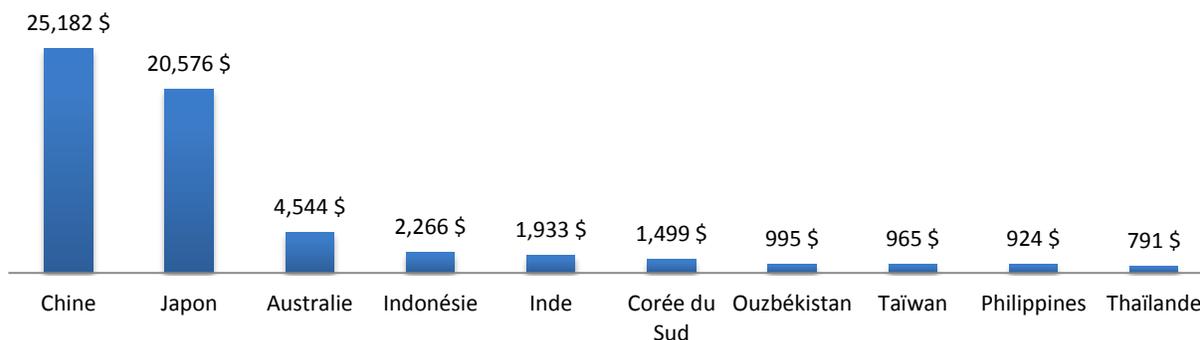


L'Asie-Pacifique est la quatrième région en importance au monde relativement aux lancements de produits à base de pâte et la seconde pour les ventes de produits de boulangerie. De 2007 à 2016, 74 produits ont été lancés et la plupart d'entre eux étaient de nouveaux produits.

En 2016, les ventes de produits de boulangerie ont atteint 65,4 G\$ US, avec un TCAC de 5,8 % (2012 à 2016). Les ventes de produits de boulangerie dans la région représentaient 21 % des ventes au détail mondiales de produits de boulangerie. D'ici 2021, les ventes au détail devraient augmenter pour atteindre 85,4 G\$ US, avec un TCAC de 5,5 % de 2017 à 2021.



**Ventes au détail des 10 principaux marchés de produits de boulangerie d'Asie-Pacifique en 2016, en millions de dollars américains**



Source de tous les tableaux et figures : Euromonitor, 2017.

**Ventes au détail historiques de produits de boulangerie vendus en Asie-Pacifique par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2012 à 2016**

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2012-2016
<b>Totaux</b>	<b>52 130,4</b>	<b>55 044,0</b>	<b>58 687,7</b>	<b>61 935,6</b>	<b>65 403,7</b>	<b>5,83 %</b>
Gâteaux	20 490,2	21 594,9	22 817,6	23 894,1	25 211,9	5,30 %
Pâtisseries	15 511,9	16 350,5	17 551,9	18 781,7	19 950,9	6,50 %
Pain	15 237,3	16 140,2	17 291,0	18 175,6	19 098,5	5,80 %
Mélanges à dessert	706,8	772,5	840,1	897,6	953,3	7,80 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	184,2	185,9	187,1	186,6	189,1	0,70 %

**Ventes au détail prévues de produits de boulangerie vendus en Asie-Pacifique par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2017 à 2021**

Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* 2017-2021
<b>Totaux</b>	<b>68 992,2</b>	<b>72 747,1</b>	<b>76 737,0</b>	<b>80 967,1</b>	<b>85 435,4</b>	<b>5,5 %</b>
Gâteaux	26 514,0	27 844,8	29 237,3	30 698,8	32 223,4	5,0 %
Pâtisseries	21 119,2	22 326,6	23 604,0	24 959,4	26 381,5	5,7 %
Pain	20 154,6	21 304,1	22 551,9	23 888,2	25 327,2	5,9 %
Mélanges à dessert	1 012,6	1 076,1	1 143,6	1 215,2	1 291,6	6,3 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	191,8	195,5	200,2	205,5	211,7	2,5 %

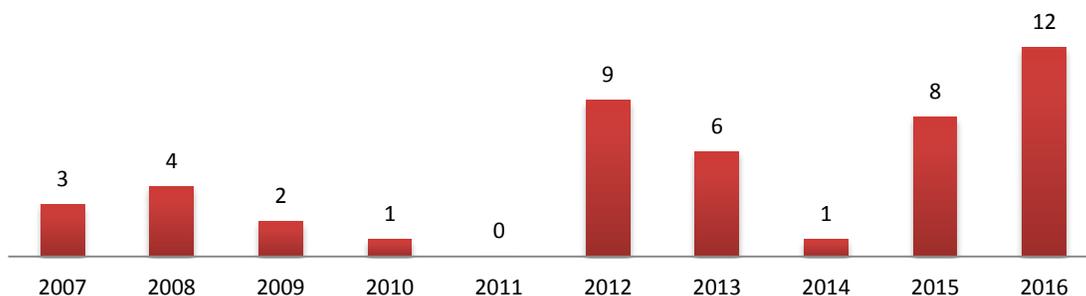
Source pour les deux tableaux : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé



## Moyen-Orient et Afrique

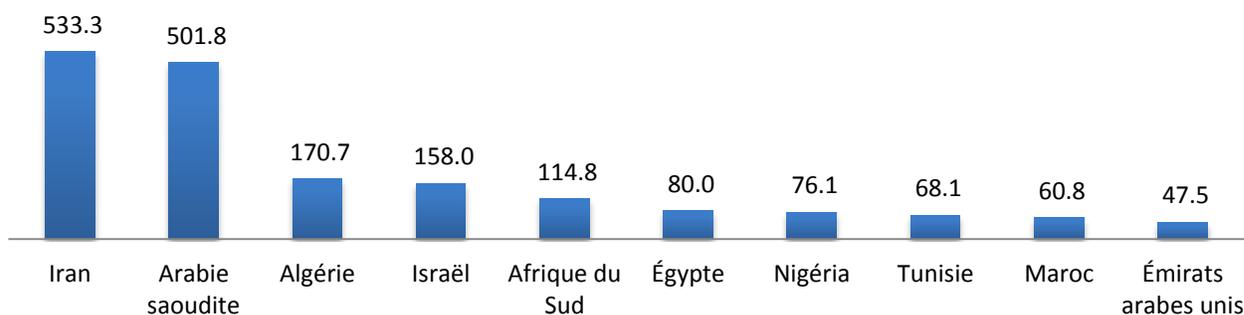
### Produits lancés par année au Moyen-Orient et en Afrique, de 2007 à 2016



Source : Mintel, 2017.

De 2007 à 2016, le Moyen-Orient et l'Afrique ont connu 46 lancements de produits à base de pâte, dont la plupart sont survenus au cours des 4 dernières années de la période examinée de 10 ans. Les ventes au détail de produits de boulangerie dans la région s'élevaient à 20,6 G\$ US en 2016 et elles ont connu le TCAC le plus rapide avec 10,6 % de 2012 à 2016. La région devrait continuer d'observer la croissance la plus rapide des ventes au détail avec un taux de croissance annuel composé de 7,6 % de 2017 à 2021 et des ventes au détail prévues s'élevant à 29,9 G\$ US en 2021.

### Ventes au détail des 10 principaux marchés de produits de boulangerie du Moyen-Orient et d'Afrique en 2016, en millions de dollars américains



### Ventes au détail historiques de produits de boulangerie vendus en Moyen-Orient et en Afrique par catégorie, en millions de dollars américains De 2012 à 2016

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* 2012-2016
<b>Totaux</b>	<b>13 797,5</b>	<b>15 335,4</b>	<b>17 395,8</b>	<b>19 075,9</b>	<b>20 625,6</b>	<b>10,6 %</b>
Pain	9 494,8	10 596,1	12 210,3	13 425,8	14 502,1	11,2 %
Pâtisseries	2 369,5	2 607,4	2 842,2	3 112,8	3 374,8	9,2 %
Gâteaux	1 615,3	1 782,8	1 969,4	2 141,2	2 331,2	9,6 %
Mélanges à dessert	216,9	244,5	268,0	289,0	309,2	9,3 %
Produits de boulangerie-pâtisserie congelés	101,0	104,6	105,9	107,1	108,3	1,8 %

Source : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé



**Ventes au détail prévues de produits de boulangerie vendus en Moyen-Orient et en Afrique par catégorie, en millions de dollars américains  
De 2017 à 2021**

Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* 2017-2021
<b>Totaux</b>	<b>22 273,7</b>	<b>23 957,0</b>	<b>25 770,0</b>	<b>27 727,6</b>	<b>29 865,4</b>	<b>7,6 %</b>
Pain	15 590,5	16 643,5	17 769,7	18 944,7	20 219,6	6,7 %
Pâtisseries	3 691,3	4 054,4	4 446,7	4 900,2	5 395,6	10,0 %
Gâteaux	2 547,0	2 784,2	3 045,9	3 338,2	3 664,1	9,5 %
Mélanges à dessert	334,3	361,0	389,7	421,5	456,0	8,1 %
Produits de boulangerie- pâtisserie congelés	110,6	113,9	118,0	123,0	130,1	4,1 %

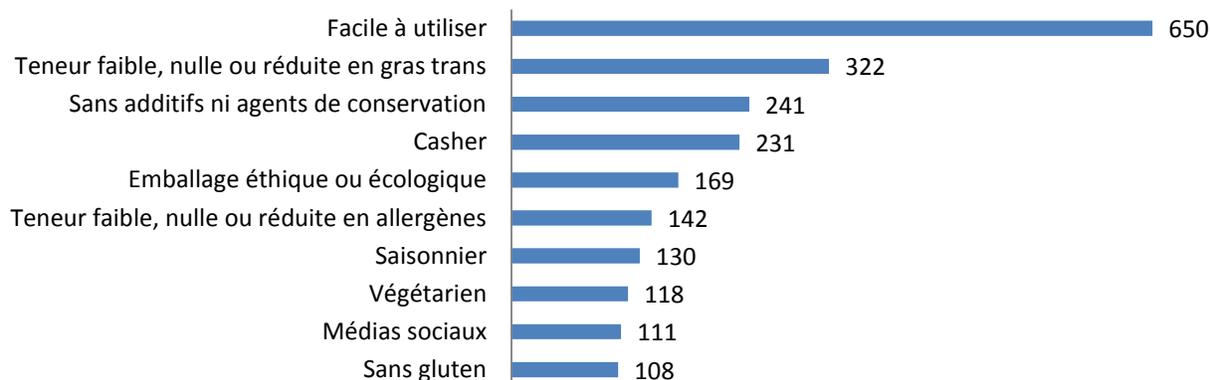
Source : Euromonitor, 2017.

\*TCAC - taux de croissance annuel composé

**Lancements de produits par allégation**

Les principales allégations associées aux produits à base de pâte concernent la facilité d'utilisation; suivent ensuite les allégations indiquant une diminution du contenu en gras trans (comme une diminution des huiles hydrogénées utilisées) et affirmant que le produit ne contient pas de gras hydrogénés ou d'additifs et d'agents de conservation comme des colorants, du glutamate monosodique ou des arômes artificiels. Les allégations qui ont connu la croissance la plus rapide pendant la période examinée de 2007 à 2016 étaient : produit végétarien, économique, sans OGM, sans additifs ni agents de conservation et facile à utiliser.

**Dix principales allégations associées aux produits à base de pâte de 2007 à 2016**



Source : Mintel, 2017.

**Lancements de produits par entreprise**

C'est **General Mills** qui a lancé le plus de produits à base de pâte pendant la période examinée (2007 à 2016) avec un total de 128 produits. Plus de 62 % des produits à base de pâte de l'entreprise ont été lancés à nouveau à cause d'une modification de l'emballage, tandis que 37,5 % étaient de nouveaux produits et de nouvelles variétés ou découlaient d'un élargissement de la gamme. Plus de 84 % des produits à base de pâte de l'entreprise ont été lancés en Amérique du Nord, suivie par l'Europe (10 %) et l'Amérique latine (4 %). Les États-Unis représentaient 76 % des lancements de produits à base de pâte de l'entreprise, suivis du Canada avec 7 % et du Royaume-Uni avec 5 %.

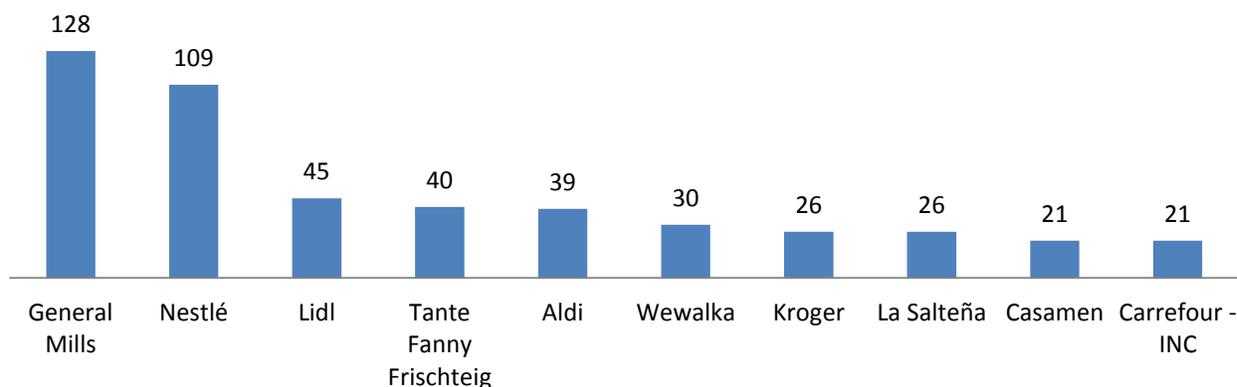
**Nestlé** a été la seconde entreprise en importance sur le plan des produits à base de pâte lancés, avec un total de 109 produits pendant la période examinée de dix ans (2007 à 2016). Bon nombre de produits lancés par Nestlé étaient de nouveaux produits (57 %) ou des produits profitant d'un nouvel emballage



(30 %). Plus de 51 % des produits à base de pâte de l'entreprise ont été lancés en Europe et 48 % en Amérique du Nord. Les États-Unis représentaient 49 % des lancements de produits à base de pâte de l'entreprise, suivis par l'Espagne (13 %) et l'Allemagne (10 %).

**Lidl** a été la troisième entreprise en importance sur le plan des produits à base de pâte lancés, avec un total de 45 produits. La majorité des produits à base de pâte de Lidl ont été lancés en 2009 (38 %) et 2013 (20 %). Plus de 66 % de ses produits à base de pâte étaient de nouvelles variétés ou découlaient d'un élargissement de la gamme ou de marques existantes, 28 % étaient de nouveaux produits et seulement 4 % étaient des produits lancés à nouveau. Tous les produits à base de pâte de Lidl ont été lancés en Europe. La France représentait 33 % des lancements de produits, suivie par l'Allemagne (22 %) et l'Italie (11 %).

#### Dix principales entreprises à l'échelle mondiale à avoir lancé des produits à base de pâte, de 2007 à 2016



Source : Mintel, 2017.



## POSSIBILITÉS POUR LE CANADA

L'accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'UE - Occasion pour le Canada

L'AECG aidera à créer des débouchés pour les producteurs, les transformateurs et les exportateurs canadiens sur le marché de 510 millions de consommateurs de l'UE.

Il peut vous aider:

- en réduisant ou éliminant les droits de douane applicables aux produits importés en UE;
- en améliorant et en élargissant l'accès au marché pour les produits canadiens;
- en procurant un avantage concurrentiel et un accès préférentiel au marché de l'UE.

Obtenez d'autres précisions :

- <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/information-sur-les-marches-etrangers-par-region/europe/accord-economique-et-commercial-global-aecg-entre-le-canada-et-l-union-europeenne/?id=1438010928703>

## POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux**  
[www.deleguescommerciaux.gc.ca/](http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/)
- **Trouvez un délégué commercial**  
[www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp](http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp)

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce marché et d'autres marchés, veuillez consulter la liste complète des rapports d'analyse des marchés mondiaux par région sous la rubrique *Renseignements sur les marchés internationaux* à l'adresse suivante :

- <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/information-sur-les-marches-etrangers-par-region/?id=1410083148447>

## RESSOURCES

Euromonitor, 2017.

Mintel Global New Products Database, 2017.



# Analyse sectorielle

## PRODUITS À BASE DE PÂTE

*Rapport d'analyse mondiale*

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,  
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

### Images

Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario) K1A 0C5  
Canada  
Courriel : [MAS-SAM@agr.gc.ca](mailto:MAS-SAM@agr.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y 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.

**RESTEZ BRANCHÉS**



Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés. **Page | 14**