Agriculture et Agroalimentaire Canada | Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

SECRÉTARIAT DE L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Ventes d'aliments emballés
en Chine

Janvier 2014

RÉSUMÉ

La Chine est devenue l'un des plus importants marchés d'aliments emballés au monde. La valeur des ventes au détail a progressé au cours des cinq dernières années (2009-2013) à un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 12,3 %, atteignant 202 milliards de dollars américains. Le marché devrait croître à peu près au même rythme entre 2014 et 2018, avec un TCAM de 11,5 % et des ventes de 347 milliards de dollars américains.

Les entreprises désireuses d'entrer sur le marché chinois ou d'augmenter leurs ventes d'aliments emballés devraient se concentrer sur des produits sains qui font la promotion de méthodes de production sécuritaires vu l'intérêt marqué des consommateurs pour ces caractéristiques. Les entreprises devraient en outre mettre ces caractéristiques en évidence sur les emballages.

On s'attend à ce que les produits laitiers, dont les ventes au détail sont estimées à 40,6 milliards de dollars, soient la principale catégorie d'aliments emballés en 2013 et le demeurent jusqu'en 2018. Toutefois, les substituts de repas devraient remplacer les barres-collations comme la catégorie à la croissance la plus rapide, avec un TCAM de 18,3 % pour la période de prévision 2014-2018. Les marques nationales continuent de dominer la majeure partie du marché chinois des aliments emballés.

Source : *Planet Retail*

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....1

Caractéristiques du marché des aliments emballés 2

Principales catégories de produits……4

Nouveaux produits - allégations et catégories.....7

Exemples de nouveaux produits.....8

Ressources 9

La Chine est désormais le plus important marché de la vente au détail de produits alimentaires sur le plan de la valeur des ventes, devant les États-Unis.

Source : *Mintel, 2012*

Cultivons l'avenir 2

Canada

CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DES ALIMENTS EMBALLÉS

En 2013, le marché chinois des aliments emballés est évalué à environ 202 milliards de dollars américains; il devrait atteindre 347 milliards de dollars américains d'ici 2018. À mesure que la population s'accroît, le nombre de personnes scolarisées croît également, ce qui influe directement sur la hausse des revenus disponibles et améliore les niveaux de vie des consommateurs chinois. Ces changements stimuleront la demande de produits sains et de grande qualité. Le nombre croissant de femmes dans la population active stimule la demande globale d'aliments emballés, en ce sens qu'il gonfle le bassin de consommateurs possédant un pouvoir d'achat considérable et un mode de vie chargé.

Ventes au détail d'aliments emballés en Chine
Données antérieures et prévisions - Valeur au détail (en millions de dollars américains)
Dollars courants - Taux de change fixes de 2013

Source : *Planet Retail*

Les produits laitiers, les produits de boulangerie-pâtisserie et les aliments transformés séchés constituent la catégorie de produits qui devraient se vendre le plus en 2013, et ils devraient le demeurer jusqu'en 2018.

Pour la période de prévision 2014-2018, les substituts de repas devraient continuer d'enregistrer une croissance vigoureuse, malgré leurs faibles ventes par rapport à d'autres catégories.

Le TCAC des aliments pour bébés était deuxième en importance pour la période de prévision, grâce à l'intérêt des consommateurs pour les produits de qualité supérieure, pour les produits biologiques et pour la salubrité des aliments ainsi qu'à la présence croissante de sociétés internationales. Néanmoins, la croissance de cette catégorie pourrait être ralentie par d'autres facteurs, comme les jeunes mères scolarisées privilégiant l'allaitement.

Ventes au détail d'aliments emballés en Chine, par catégorie
Données antérieures et prévisions - Valeur au détail (en millions de dollars américains) et taux de croissance (%) – Dollars courants - Taux de change fixes de 2013

Catégorie	2013*	2018	TCAC (%) 2009-2013	TCAC (%) 2014-2018
Total – Aliments emballés	**202 405,7**	**347 459,6**	**12,3**	**11,3**
Aliments pour bébés	15 987,9	35 832,9	21,5	17,1
Produits de boulangerie-pâtisserie	28 459,7	44 345,5	13,4	8,9
Aliments en conserve	6 839,8	10 444,7	9,0	8,8
Aliments transformés réfrigérés	15 070,0	26 595,3	8,6	12,2
Confiseries	13 929,0	20 999,8	9,8	8,5
Produits laitiers	40 602,6	67 584,0	12,5	10,6
Aliments transformés séchés	26 681,6	47 660,1	14,6	12,3
Aliments transformés congelés	7 439,4	12 150,1	8,0	10,6
Crème glacée	5 375,1	6 975,5	5,9	5,4
Substituts de repas	229,1	554,6	24,4	18,3
Nouilles	17 091,2	25 739,1	12,8	8,2
Huiles et matières grasses	16 200,4	33 656,3	15,2	15,6
Pâtes alimentaires	8,5	15,7	12,2	12,7
Plats cuisinés	1 167,9	1 850,9	10,3	9,6
Sauces, vinaigrettes et condiments	11 022,8	16 612,7	9,6	8,4
Barres-collations	41,8	67,5	45,1	9,6
Soupes	99,6	168,1	13,7	10,6
Tartinades	946,5	1 284,2	8,8	6,1
Collations sucrées et salées	13 374,8	22 389,2	10,4	10,7

Source *: Euromonitor, 2013*
Nota* *: Les données de 2013 sont des estimations fondées sur des données couvrant une partie de l'année.*
Nota *: Le TCAC désigne le taux de croissance annuelle composé.*

PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS, 2012-2013

*Produits laitiers**

La valeur des ventes de cette catégorie de produits devrait passer de 36,6 à 40,6 milliards de dollars américains et le volume des ventes, de 22,9 à 24,4 millions de tonnes.

Principales catégories de produits*

- La valeur des ventes de produits laitiers à boire devrait passer de 28,8 à 31,5 milliards de dollars américains.
- On prévoit que les ventes de lait maternisé passeront de 12 à 14,6 milliards de dollars américains.
- Les ventes de yogourt et de produits de lait sur devraient, quant à elles, passer de 7,2 à 8,4 milliards de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

- Inner Mongolia Mengniu Dairy Industry (Group) Co. Ltd. a encore dominé le marché des boissons au lait en 2012, avec une part de marché de 23,6 %. Sa marque principale est Mengui.

Prévisions pour 2014-2018**

- On prévoit une augmentation des ventes au détail de produits laitiers de 10,6 %. Pour la période, les ventes de boissons au lait devraient afficher une hausse de 9,4 %, celles de préparations lactées pour nourrissons, de 17,2 %, et celles de yogourt et de produits de lait sur, de 15,4 %.

*Aliments transformés déshydratés**

Les ventes de cette catégorie de produits devraient passer de 23,7 à 26,7 milliards de dollars américains et le volume des ventes, de 12,4 à 13,6 millions de tonnes.

Principales catégories de produits*

- On prévoit que les ventes de nouilles instantanées passeront de 14,4 à 15,8 milliards de dollars américains.
- Les ventes de riz devraient grimper de 8,0 à 9,4 milliards de dollars américains.
- Les ventes de nouilles ordinaires devraient passer de 937,2 millions de dollars américains à 1,1 milliard de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

L'information sur les principaux producteurs et leurs marques n'est disponible pour aucune de ces catégories de produits.

- Ting Hsin International Group a dominé la catégorie segmentée des aliments transformés séchés en 2012, avec une part de la valeur totale de 22,3 %. Sa marque principale est Master Kong.

Prévisions pour 2014-2018**

- La catégorie des aliments transformés déshydratés devrait connaître une croissance de 12,3 %. Au cours de la période, les ventes de nouilles instantanées sont susceptibles d'augmenter de 7,9 %, celles de riz, de 18,3 %, et celles des nouilles ordinaires, de 12,6 %.

*Produits de boulangerie-pâtisserie**

La valeur des ventes de cette catégorie de produits devrait passer de 25,4 à 28,5 milliards de dollars américains, et le volume des ventes, de 9,9 à 10,6 millions de tonnes.

Principales catégories de produits*

- On estime que les ventes de produits de boulangerie passeront de 17,5 à 19,7 milliards de dollars américains.
- On prévoit que la valeur des ventes de biscuits passera de 7,3 à 8,1 millions de dollars américains.
- Les ventes de céréales pour petit déjeuner devraient passer de 600,2 à 675,5 millions de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

- Orion (China) Co. Ltd. domine toujours le secteur des produits de boulangerie-pâtisserie, avec une part de marché de 2 % en 2012. Orion est sa principale marque.
- Kraft Foods China Inc. est encore le chef de file sur le plan de la vente de biscuits (une part de marché de 17 % en 2012. Sa principale marque est le populaire Oreo.
- Nestlé (China) Ltd. était en tête des ventes de céréales pour petit déjeuner en 2012, avec 28 % de la valeur totale. Voici ses principales marques : Cheerios, Trix, Nestlé Stars et Koko Krunch.

Prévisions pour 2014-2018**

- Les ventes de produits de boulangerie-pâtisserie devraient augmenter de 8,9 % entre 2014 et 2018. Les ventes de produits de boulangerie cuits devraient croître de 9,2 % au cours de la période, celles de biscuits de 8,0 % et celles de céréales pour petit-déjeuner de 9,3 %.

*Nouilles**

La valeur des ventes de cette catégorie de produits devrait passer de 15,5 à 17,1 milliards de dollars américains, et le volume des ventes, de 4,5 à 4,8 millions de tonnes.

Principales catégories de produits*

- Les ventes de nouilles instantanées devraient passer de 14,4 à 15,8 milliards de dollars américains.
- Les ventes de nouilles ordinaires devraient passer de 937,2 millions de dollars américains à 1,1 milliard de dollars américains.
- Les ventes de nouilles-collations devraient passer de 185,9 à 205,2 millions de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

L'information sur les principaux producteurs et leurs marques n'est disponible pour aucune de ces catégories de produits.

- L'entreprise Ting Hsin est demeurée le principal acteur dans la catégorie des nouilles (en Chine) en 2012, et elle détient toujours 34 % de la valeur du marché.

Prévisions pour 2014-2018**

- On s'attend à ce que les ventes de produits à base de nouilles enregistrent une hausse de 8,2 % entre 2014 et 2018. Au cours de la période, les nouilles instantanées devraient progresser de 7,9 %, les nouilles ordinaires, de 12,6 %, et les nouilles-collations, de 8,1 %.

*Huiles et matières grasses**

La valeur des ventes de cette catégorie de produits devrait passer de 14,7 à 16,2 milliards de dollars américains, et le volume des ventes, de 5,8 à 6,5 millions de tonnes.

Principales catégories de produits*

- Les ventes d'huiles végétales et d'huiles de grains devraient passer de 14,4 à 15,9 milliards de dollars américains.
- Les ventes d'huile d'olive devraient passer de 147,6 à 186,2 millions de dollars américains.
- Les ventes de beurre devraient grimper de 83,9 à 92,9 millions de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

Les renseignements concernant les principaux producteurs et leurs marques ne sont pas disponibles pour cette catégorie.

- Yihai Kerry Oils & Grains (China) Co Ltd. a dominé le secteur des huiles et des matières grasses en 2012 (part de marché de 44 %). Jinlongyu est sa marque principale.

Prévisions pour 2014-2018**

- On s'attend à ce que les ventes d'huiles et de matières grasses enregistrent une hausse de 15,6 %. L'huile d'olive devrait afficher la croissance des ventes la plus élevée (20,7 %), suivie des huiles végétales et des huiles de grains (15,6 %) et du beurre (8,7 %).

*Aliments pour bébés**

La valeur des ventes de cette catégorie devrait passer de 13,2 à 15,9 milliards de dollars américains, et le volume des ventes, de 0,6 million à 0,7 million de tonnes.

Principales catégories de produits*

- Les ventes de préparations lactées pour nourrissons devraient passer de 12,1 à 14,6 milliards de dollars américains.
- Les ventes d'aliments secs pour bébés devraient passer de 1,0 à 1,2 milliard de dollars américains.
- Les ventes d'aliments préparés pour bébés devraient passer de 143,9 à 173,8 millions de dollars américains.

Principaux producteurs et leurs marques chinoises

L'information sur les principaux producteurs et leurs marques chinoises n'est pas disponible pour ces catégories de produits.

- Mead Johnson (Guangzhou) Ltd. devrait être en tête de la catégorie générale des aliments pour bébés en 2012 (13 % de la valeur des ventes au détail). Sa principale marque est Beingmate.
- Nestlé SA a acheté la division des aliments pour bébés de Pfizer en 2012; elle cherche ainsi à gagner du terrain sur Mead Johnson avec une part attendue de la valeur des ventes au détail d'au moins 10 %.

Prévisions pour 2014-2018**

- Les ventes au détail d'aliments pour bébés devraient grimper de 17,1 % au cours de la période. Les aliments préparés pour bébés devraient enregistrer la plus importante croissance des ventes (18,1 %), suivis des préparations lactées pour nourrissons (17,3 %) et des aliments secs pour bébés (13,4 %).

Source : *Euromonitor, 2013*
Nota* *: Les données de 2013 sont des estimations fondées sur des données couvrant une partie de l'année.*
Note :** *Il est question du taux de croissance annuel composé (TCAC) dans les prévisions.*

NOUVEAUX PRODUITS – ALLÉGATIONS ET CATÉGORIES

Selon Mintel, de tous les nouveaux produits alimentaires emballés lancés sur le marché, 7 759 ont été lancés sur le marché chinois entre septembre 2012 et septembre 2013.

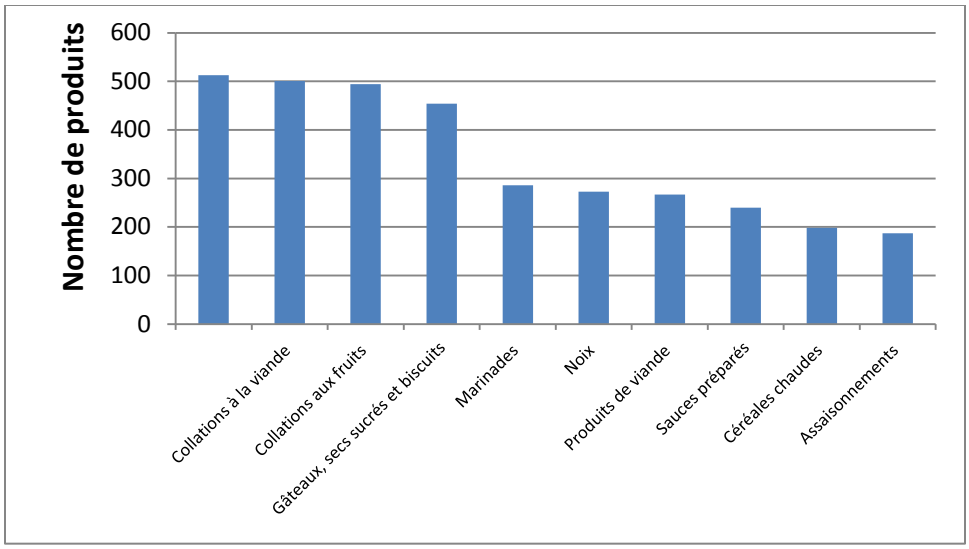
Voici les cinq principales allégations : ne contient ni additifs ni agents de conservation, halal, utilisation facile, préparation rapide, autre (aliment fonctionnel). La principale allégation est le fait que le produit ne contient ni additifs ni agents de conservation, attribuable en grande partie aux préoccupations à l'égard de la salubrité des aliments.

C'est la catégorie des biscuits où on a lancé le plus grand nombre de nouveaux produits de septembre 2012 à septembre 2013, soit 6,6 % de tous les lancements. Les collations à la viande suivent de très près (6,5 %). Les collations aux fruits arrivent au troisième rang, représentant 6,4 % de l'ensemble des lancements.

Les dix principales allégations figurant sur les nouveaux produits alimentaires emballés lancés en Chine, de septembre 2012 à septembre 2013

Allégation	Nombre de produits
1. Sans additifs ni agents de préservation	892
2. Halal	407
3. Facile à utiliser	397
4. Préparation rapide	330
5. Autre (aliment fonctionnel)	270
6. Teneur faible/nulle/réduite en sucre	263
7. Va au micro-ondes	254
8. Convient aux bébés et aux tout-petits (0 à 4 ans)	208
9. Convient aux enfants (5 à 12 ans)	198
10. Digestif (aliment fonctionnel)	175

Les dix principales sous-catégories – Lancements de nouveaux produits alimentaires emballés en Chine, par sous-catégorie, de septembre 2012 à septembre 2013



Source pour tous : *Mintel, 2013*

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

Voici quelques exemples des nouveaux produits alimentaires emballés lancés sur le marché chinois entre septembre 2012 et septembre 2013, qui représentent les cinq principales allégations et les cinq principales sous-catégories.

Dumplings de fruits de mer aux trois délices faits à la main

On dit que les Yue Ji Piao Xiang Shou Gong Hai San Xian (dumplings de fruits de mer aux trois délices faits à la main) se caractérisent par une pâte mince et une garniture généreuse. Ils seraient tendres, rafraîchissants, délicieux et pratiques. Le produit se vend en emballage de 350 g contenant 16 dumplings.

Entreprise : Jia Jia Yue Processed Seafood
Marque : Yue Ji Piao Xiang
Catégorie : Repas et plats principaux
Sous-catégorie : Mets préparés
Prix : 2,32 $US
Allégations : Facile à utiliser

Boisson au yogourt avec avoine biologique et pêche à chair jaune

Yili Chang Qing You Ji Yan Mai + Huang Tao Feng Wei Fa Jiao Ru (boisson au yogourt avec avoine biologique et pêche à chair jaune) contient 30 milliards de probiotiques exceptionnels A+BB par portion de 100 g Certifié halal, le produit est vendu en bouteille écologique de 250 g, facile à ouvrir.
Entreprise : Inner Mongolia Yili Industrial Group
Marque : Yili Chang Qing
Catégorie : Produits laitiers
Sous-catégorie : Yogourts à boire et lait de culture liquide
Prix : 1,16 $US
Allégations : Biologique, halal, emballage éthique-écologique, emballage pratique

Biscuits assortis

Les Julie's Melodies Shi Jin Bing Gan (biscuits assortis) sont certifiés halal. Ils se vendent en emballage de 650 g.

Entreprise : Perfect Food
Marque : Julie's Melodies
Catégorie : Produits de boulangerie
Sous-catégorie : Gâteaux secs sucrés et biscuits
Prix : 6,75 $US
Allégation : Halal

RESSOURCES

Euromonitor International. Octobre 2013

Euromonitor International. Octobre 2013. « Dairy Food in China », *Passport.* p. 4

Euromonitor International. Octobre 2013. « Dried Processed Food in China », *Passport.* p. 4

Euromonitor International. Octobre 2013. « Bakery Food in China », *Passport.* p. 5

Euromonitor International. Octobre 2013. « Noodles in China », *Passport.* p. 5

Euromonitor International. Octobre 2013. « Oils and Fats in China », *Passport.* p. 6

Euromonitor International. Octobre 2013. « Baby Food in China », *Passport.* p. 6

Euromonitor International. Octobre 2013. « Packaged Food in China », *Passport.*

Mintel (2013).

Ventes d'aliments emballés en Chine

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2014).

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, l'Analyse globale
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Packaged Food Sales in China

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.

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.