



Le marché des aliments transformés en Russie : Débouchés pour les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires

Janvier 2011



Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Il ne saurait garantir l'exactitude des renseignements qu'il renferme, et n'accorde pas forcément sa caution aux organismes qui y sont mentionnés. Il appartient donc au lecteur de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements fournis. Le présent rapport entend donner une vue d'ensemble du marché à ceux qui s'intéressent à son potentiel et non remplacer l'analyse en profondeur dont l'exportateur pourrait avoir besoin. 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 concernant l'exactitude et la fiabilité de l'information ou les conséquences des décisions qui pourraient être prises sur la base de ces renseignements.

Veuillez faire parvenir tout commentaire ou toute suggestion au sujet de ce rapport à :

Ben Berry – ben.berry@agr.gc.ca

Le marché des aliments transformés en Russie :
Débouchés pour les exportateurs canadiens de produits
agroalimentaires
Janvier 2011

Table des matières

Résumé	2
Vue d'ensemble	2
Débouchés pour les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires	2
Tendances de la consommation et du marché	3
Aperçu du consommateur russe	3
Tendances de la vente au détail	4
Produits transformés congelés	4
Produits transformés réfrigérés	4
Produits secs transformés	5
Fabricants locaux	5
Produits transformés congelés	5
Produits transformés réfrigérés	5
Produits secs transformés	5
Marques nationales	5
Concurrence internationale	5
Débouchés pour les exportateurs canadiens	6
Accès au marché	6
Conclusion	7
Renseignements	8
Ressources clés	8

Le marché des aliments transformés en Russie :

Débouchés pour les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires

Janvier 2011

Résumé

- La Russie est le deuxième plus gros importateur mondial de boissons et d'aliments transformés parmi les marchés émergents.
- La Russie se classe au 10^e rang des pays de destination des exportations canadiennes d'aliments transformés. La perception à l'égard des marques, notamment internationales, évolue. De plus en plus, les consommateurs russes les considèrent comme étant fiables et de qualité supérieure.
- D'ici 2020, la Russie devrait dépasser la France et devenir le plus grand marché de produits alimentaires et de produits d'épicerie au détail d'Europe.

Vue d'ensemble

La Russie est un des pays ayant la plus forte croissance économique d'Europe. La hausse des revenus et une classe moyenne en expansion ont stimulé la demande d'aliments transformés et de plats cuisinés, de même que celle pour des restaurants à l'atmosphère décontractée. La Russie a fait des progrès considérables depuis la crise financière de 1998 et s'est transformée en un marché commercial très attrayant pour les entreprises canadiennes. Cette réussite économique récente peut s'expliquer par ses importantes réserves de ressources naturelles qui ont attiré les investissements étrangers et engendré une prospérité croissante dans tout le pays. Les 140 millions de consommateurs russes ont vu leur niveau de vie augmenter et ont développé un goût certain pour les produits alimentaires occidentaux de qualité.

Débouchés pour les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires

À l'heure actuelle, la Russie est le deuxième importateur mondial de boissons et d'aliments transformés parmi les marchés émergents, juste après la Chine, avec 21 milliards de dollars de produits importés en 2009. Si l'on considère l'Union européenne comme un seul et même marché de consommation, la Russie est le cinquième marché mondial pour les boissons et les aliments transformés. Elle se classe au 10^e rang des pays de destination des exportations canadiennes d'aliments transformés. L'industrie agricole russe ne parvient pas actuellement à répondre à la demande, ce qui entraîne une inflation des prix. En 2009, les retombées de la récession mondiale sur les consommateurs russes ont provoqué une chute de la demande d'aliments transformés, mais cette dernière devrait remonter avec la relance du marché russe.

La viande de bœuf congelée et désossée est le principal produit alimentaire transformé importé sur ce marché et représentait en 2009 plus de 2,3 milliards de dollars, soit environ 11 % des importations d'aliments transformés en Russie. Viennent ensuite la viande de porc transformée (1,6 milliard de dollars) et les morceaux de poulet transformés (1 milliard de dollars), soit respectivement 7,5 % et 5 % des importations de viandes transformées en Russie. Ces dernières années, les ventes de plats cuisinés, qui forment un autre secteur du marché des aliments

transformés, ont aussi considérablement progressé. Selon une étude d'ACNielsen, le nombre de plats cuisinés vendus en Russie a récemment augmenté de 41 %.

En 2009, le Canada était le 26^e fournisseur d'aliments transformés de la Russie (187,6 millions de dollars). Les viandes de porc, les aliments pour chiens et chats et les foies de bœuf sont quelques-uns des principaux produits canadiens exportés vers la Russie. Entre 2008 et 2009, les exportations canadiennes d'aliments transformés vers la Russie ont chuté de 46 %, principalement en raison de la récession mondiale de 2008 – 2009. Cette récession a eu des retombées importantes sur les consommateurs russes, déjà soucieux de la somme d'argent dépensée pour les produits alimentaires. Malgré cela, les consommateurs russes se laissent influencer par les vastes campagnes publicitaires des marques, notamment internationales, qu'ils considèrent comme étant fiables et de qualité supérieure.

Les exportateurs canadiens qui souhaitent être présents sur le marché russe peuvent être confrontés à de nombreux obstacles. En effet, le gouvernement russe a mis en place un certain nombre de politiques protectionnistes pour garantir la croissance et la réussite des fabricants locaux de produits alimentaires. Malgré ces mesures, le marché russe continue d'offrir de réels débouchés à la concurrence internationale, car la production locale ne parvient pas à s'adapter à la demande.

Tendances de la consommation et du marché

- Malgré la récession économique de 2008 – 2009, les ventes d'aliments transformés ont augmenté de 13 % en 2009.
- Moscou et Saint-Pétersbourg sont les plus importants marchés de consommation, car les revenus des habitants augmentent plus rapidement qu'ailleurs. La majorité de la population russe (76 %) vit dans des zones urbaines. Ce segment de la population est donc un groupe cible idéal pour les aliments transformés, du fait des revenus plus élevés et des vies plus actives de cette clientèle.
- Ces dernières années, l'augmentation constante des revenus disponibles a engendré une demande accrue pour des produits de meilleure qualité.

Aperçu du consommateur russe

Les revenus des consommateurs russes ont rapidement progressé, ce qui a entraîné une augmentation des revenus disponibles. Pourtant, la distribution de la richesse en Russie demeure très inégale. Les dépenses sont donc très différentes selon la situation financière des consommateurs. Avec 140 millions d'habitants en 2010, la Russie est le neuvième pays le plus peuplé au monde, mais la chute du taux de natalité, un taux de mortalité élevé et une faible espérance de vie devraient faire chuter le nombre d'habitants à 138 millions en 2015. Ces changements démographiques vont avoir un impact important sur les marchés de consommation. Mais la demande de produits pour bébés et pour enfants augmentera avec la reprise du taux de natalité. Tandis que dans les pays développés comme le Canada, les États-Unis, l'Allemagne et le Japon, le marché agroalimentaire devra s'adapter au nombre de plus en plus important de personnes âgées, la faible espérance de vie chez les personnes à faible revenu en Russie freinera le développement de produits destinés aux personnes âgées. En Russie, les femmes demeurent les principales acheteuses de produits alimentaires.

En règle générale, la clientèle russe n'est pas fidèle à une marque en particulier. Elle peut acheter un grand nombre de produits différents : la décision d'achat est souvent fonction des soldes ou autres promotions diverses proposées par le détaillant ou par l'entreprise. Mais le consommateur est de plus en plus attentif à la qualité des différentes marques. La récession économique de 2008 – 2009 a miné la santé financière du consommateur russe moyen. En effet, les revenus disponibles ont diminué et le chômage a augmenté, ce qui a conduit le consommateur russe moyen à surveiller d'autant plus ses dépenses.

Tendances de la vente au détail

- D'ici 2020, la Russie devrait dépasser la France et devenir le plus grand marché de produits alimentaires et de produits d'épicerie au détail d'Europe.
- C'est au début des années 1990 que les premiers supermarchés ont commencé à faire leur apparition. Fin 2005, la Russie comptait environ 2 600 magasins.
- Les premiers hypermarchés sont apparus en 1997, mais leur croissance rapide est récente.
- À long terme, les supermarchés présents en Russie auront besoin d'une plus grande variété de produits, notamment de produits sous emballage pratique et des marques internationales.
- Les produits non périssables sont souvent achetés en vrac alors que les produits frais, notamment la viande et les fruits, sont achetés toutes les semaines.
- Pour attirer les consommateurs, les détaillants russes demandent principalement que les produits soient sans additifs ni conservateurs, de premier choix, faciles d'utilisation, qu'on puisse les réchauffer au four à micro-ondes et que leurs emballages soient pratiques. On constate donc que la clientèle russe se préoccupe en premier lieu de la qualité et de la commodité du produit.

Produits transformés congelés

- Le volume des ventes d'aliments transformés congelés a augmenté de 13 % en 2009.
- Parmi l'ensemble des produits transformés congelés vendus en 2009, si l'on exclut les plats cuisinés, la volaille transformée congelée est la catégorie en plus forte croissance.
- Les bâtonnets de poissons sont le produit le plus populaire de la catégorie poissons et fruits de mer transformés congelés. En 2009, ils représentaient 36 % de la valeur totale des produits transformés de poissons et fruits de mer vendus en Russie.

Produits transformés réfrigérés

- Entre 2005 et 2007, la viande transformée réfrigérée a enregistré la plus forte croissance comparativement à d'autres catégories de viande transformée, avec une augmentation du volume des ventes de 13 %. Cette tendance s'est maintenue en 2009, avec une croissance de 16 %.
- Les saucisses étaient le produit le plus populaire en 2009 comparativement aux autres catégories d'aliments transformés.
- Les aliments transformés réfrigérés sont perçus comme étant plus nutritionnels et meilleurs pour la santé que les autres catégories d'aliments transformés.

Produits secs transformés

- Le secteur des produits secs transformés a connu la plus faible croissance en 2009, avec une augmentation de 5 %.
- Dans cette catégorie, le riz demeure le produit le plus importé en Russie. En 2009, les ventes de riz représentaient 37 % des importations russes de produits secs transformés.
- Les pâtes sèches constituent une part importante de cette catégorie.

Fabricants locaux

Fortement soutenus par le gouvernement russe, les fabricants et détaillants locaux sont très largement représentés sur le marché russe. La plupart des entreprises n'ont pas une part importante du marché des aliments transformés, mais chaque entreprise détient un faible pourcentage (en général moins de 5 %).

Produits transformés congelés

Selon les rapports d'Euromonitor, trois fabricants nationaux (Kachestvennye Produkty ZAO, Talosto ZAO et Darya OOO) constituent les principaux acteurs de ce marché extrêmement segmenté des aliments transformés congelés. Les légumes transformés congelés sont, en grande partie, fournis par des multinationales.

Produits transformés réfrigérés

En 2008, Cherkizovsky MPK OAO détenait la plus grande part de marché (7 %) du secteur des aliments transformés réfrigérés. Les fabricants locaux bénéficient de méthodes de production bien établies et d'une parfaite compréhension des goûts de la clientèle russe. En 2010, 90 % des viandes transformées réfrigérées vendues en Russie proviennent d'usines de transformation locales.

Produits secs transformés

En 2008, Makfa OAO détenait la plus grande part (12 %) du marché des produits secs transformés. Cette entreprise possède un réseau de distribution solide et établi depuis longtemps en Russie et propose une large gamme de prix et de produits.

Marques nationales

Comme mentionné précédemment, le marché russe est extrêmement diversifié : la plupart des entreprises détiennent des parts de marché relativement faibles. Sur ce marché russe des aliments transformés, les entreprises qui détiennent les parts les plus importantes sont, notamment : Russkoe More (21 %), Vichyunay Rus (13 %), Produkty Pitaniya (12 %), Dymov (12 %) et Rostov N Donu (10 %). Ensemble, ces cinq compagnies représentent environ 68 % du marché. Les 32 % restants sont détenus par divers autres fabricants.

Concurrence internationale

Les principaux fournisseurs internationaux d'aliments transformés pour la Russie sont le Brésil (3 milliards de dollars), l'Allemagne (1,6 milliard de dollars), les États-Unis (1,5 milliard de dollars) et l'Ukraine (1,3 milliard de dollars). L'essentiel des revenus de ces importations provient des viandes de bœuf, de porc ou des morceaux de poulet. La réussite de ces pays, comme le Brésil, capable de pénétrer le marché russe avec ses viandes de bœuf, montre qu'il est possible de vendre des

marques internationales sur ce marché extrêmement protégé, et ce, malgré la réglementation gouvernementale actuelle. Les intérêts communs du Brésil et de la Russie ont été démontrés lors des sommets du BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine). Ces 2 pays ont donc développé des relations solides qui expliquent l'extraordinaire réussite du Brésil sur ce marché.

Débouchés pour les exportateurs canadiens

Selon le Global Trade Atlas, le Canada se classe au 26^e rang pour les importations russes de boissons et d'aliments transformés. Les principales exportations canadiennes de produits transformés vers la Russie sont, notamment, la viande de porc congelée, les crevettes grises et roses congelées et les foies de bœuf congelés. De nombreux produits très demandés en Russie peuvent être distribués par des fournisseurs canadiens. Étant donné l'incapacité des fabricants russes à répondre à la demande, la compétition locale n'est pas en mesure de pleinement satisfaire la clientèle russe. Il y a donc là un possible débouché pour les fournisseurs canadiens.

Débouchés en matière de produits agroalimentaires
Produits secs transformés : Soupes déshydratées et instantanées Pâtes sèches Aliments pour animaux de compagnie
Produits transformés congelés : Viande de bœuf Viande de porc Pommes de terre Plats cuisinés
Produits transformés réfrigérés : Viande de bœuf Crevettes grises et roses Viande de porc

La plus grande partie du marché russe des aliments transformés est très réglementée par des politiques destinées à favoriser le développement local. Pourtant, sur ce marché, le secteur de l'alimentation pour animaux de compagnie dépend presque entièrement d'importantes multinationales. Le marché russe des aliments pour animaux de compagnie, qui représente environ 1 milliard de dollars américains, est un de ceux qui connaissent la plus forte croissance dans le monde. À l'heure actuelle, les entreprises internationales (Mars Inc. et Nestlé entre autres) dominent le marché russe avec 70 % des parts de marché des aliments préparés pour animaux de compagnie. Pourtant, les supermarchés russes jouent un rôle de plus en plus important dans la distribution de ces produits et augmentent l'espace disponible sur les tablettes, offrant ainsi des débouchés plus importants pour d'autres fournisseurs d'aliments de ce type.

Accès au marché

Comme mentionné précédemment, les politiques agricoles actuelles du gouvernement sont les principaux obstacles auxquels sont confrontés les exportateurs canadiens qui souhaitent exporter vers la Russie. Les droits et taxes à l'importation d'aliments transformés sont extrêmement élevés, en particulier pour la

viande. En 2005, le gouvernement russe a fait d'importants investissements dans son secteur agricole pour essayer de rendre la Russie moins tributaire des importations étrangères. Entre 2005 et 2007, le soutien de l'État au secteur de l'agriculture a augmenté de 87 %. Ces investissements visent à accroître la production agricole de 20 %, en particulier la production de viande.

Les exportations agroalimentaires canadiennes vers la Russie dépendent donc en grande partie de l'éventuelle restructuration des politiques commerciales russes. Les droits de douane élevés sur les produits peuvent aller de 20 % et 570 %. La Russie applique également une taxe sur la valeur ajoutée de 18 % à tous les produits importés. En outre, les récents investissements du gouvernement russe dans le secteur de la transformation des aliments vont continuer d'entraver la capacité des entreprises internationales d'accéder à ce marché. Malgré ces difficultés, l'éventuelle adhésion de la Russie à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'incapacité des fabricants locaux à répondre à la demande devraient certainement, à long terme, ouvrir le marché russe des aliments transformés à la concurrence internationale. Il est recommandé aux exportateurs canadiens de produits agroalimentaires qui souhaitent pouvoir accéder à ce marché d'établir des relations sur le marché russe et d'être prêts à attendre qu'il devienne plus accessible aux entreprises internationales. La possible accession de la Russie à l'OMC pourrait considérablement modifier les échanges commerciaux entre le Canada et la Russie.

En raison de la modernisation rapide des politiques commerciales, bon nombre des importateurs russes ne sont pas toujours informés des exigences actuelles (par exemple l'étiquetage). Il est donc vivement conseillé aux exportateurs de consulter les représentants du gouvernement canadien afin de s'assurer que leurs produits respectent effectivement les nouvelles exigences et qu'ils puissent ainsi être distribués légalement sur le marché russe.

Conclusion

Le secteur russe des aliments transformés est en plein essor et peut devenir un marché très lucratif pour les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires. L'incapacité de l'industrie locale à répondre à la demande et l'inflation subséquente des prix offrent d'importants débouchés pour les exportateurs canadiens sur ce marché vulnérable. Malheureusement, les quotas d'importation, les droits de douane élevés et les importants investissements gouvernementaux dans l'industrie des aliments transformés compliquent actuellement l'accès à ce marché pour la concurrence internationale.

Alors que l'OMC étudie la candidature de la Russie, bon nombre de ces politiques commerciales sont examinées en détail et continueront de l'être. Cela explique que la Russie se soit retirée des négociations à la fin des années 2000 (elle est depuis retournée à la table des négociations). La Banque mondiale estime que l'éventuelle entrée de la Russie dans l'OMC permettrait une croissance de l'économie russe, à long terme, de 11 %. En outre, la Banque mondiale prévoit une baisse des droits de douane à environ 8 %, contre environ 14 % actuellement. Certains pensent que l'adhésion de la Russie à l'OMC devrait être effective d'ici 2011, alors que d'autres émettent des réserves et pensent que les négociations pourraient aboutir plus tard.

Il est clair que la Russie peut offrir un réel potentiel de croissance pour le marché des aliments transformés et donc la possibilité d'une plus forte présence canadienne. Pourtant, les parts que peuvent espérer les entreprises internationales sur ce marché

lucratif restent incertaines, car le gouvernement russe continue à défendre des politiques agricoles protectionnistes. Une éventuelle réforme de l'agriculture reste envisageable avec la possible accession de la Russie à l'OMC. On ignore quand le secteur russe des aliments transformés deviendra un marché libre, mais lorsque ce sera le cas, des débouchés encore plus importants se présenteront aux exportateurs canadiens de produits agroalimentaires.

Renseignements

Ambassade du Canada en Russie
23 Starokonyushenny Pereulok
Moscou 119002, Russie
(à côté de la rue Old Arbat – Métro : Kropotkinskaya)
Téléphone : + 7 (495) 925-6000
Fax : + 7 (495) 925-6025
Courriel : rus.commerce@international.gc.ca
Site Web : www.deleguescommerciaux.gc.ca/ru
Décalage horaire : HNE +8

M. Sohrab Oshidar
Conseiller (Agriculture)
Délégué commercial
Agriculture, aliments et boissons

Mme Marina Fomitcheva
Déléguée commerciale
Agriculture, aliments et boissons, Poissons et fruits de mer, Technologies et machines agricoles

Ressources clés

Affaires étrangères et Commerce international Canada. « L'Ambassade du Canada en Russie ». *Gouvernement du Canada*. 31 août 2010. Consulté le 19 octobre 2010. <http://www.canadainternational.gc.ca/russia-russie/index.aspx?lang=fra&highlights_file=&left_menu_en=&left_menu_fr=&mission=>.

Bryanski, Gleb. « Factbox: Russia's 17-year drive to join the WTO ». *Reuters*. 20 octobre 2010. Consulté le 29 octobre 2010. <<http://www.reuters.com/article/idUSTRE69J1HQ20101020>>.

Euromonitor. « Chilled Processed Food - Russia ». *Euromonitor*. 14 décembre 2009. Consulté le 19 octobre 2010.

- —. « Consumer Lifestyles in Russia ». *Euromonitor*. 10 juin 2010. Consulté le 19 octobre 2010.
- —. « Dried Processed Food - Russia ». *Euromonitor*. 14 décembre 2009. Consulté le 19 octobre 2010.
- —. « Frozen Processed Food - Russia ». *Euromonitor*. 14 décembre 2009. Consulté le 19 octobre 2010.
- Global Trade Atlas. « Canada Import/Export Statistics UDG: AGRI-FOOD, WTO Definition (Locked) », *Global Trade Atlas*. 2010. Consulté le 19 octobre 2010.
- —. « Russia Import/Export Statistics UDG: AGRI-FOOD, WTO Definition (Locked) », *Global Trade Atlas*. 2010. Consulté le 19 octobre 2010.
- Liefert, William, Olga Liefert, and Matthew Shane. « Russia's Growing Agricultural Imports: Causes and Outlook », *United States Department of Agriculture: Economic Research Service*. Mai 2009. Consulté le 19 octobre 2010.
<<http://www.ers.usda.gov/Publications/WRS0904/>>.
- Mintel. *Mintel – GNPD (Global New Products Database* suit les innovations et lancements de nouveaux produits à l'échelle mondiale). Date inconnue. Consulté le 19 octobre 2010.
- Service des délégués commerciaux du Canada. « Profil du secteur agricole et agroalimentaire – Fédération de Russie ». Affaires étrangères et Commerce international Canada. Mai 2010. Consulté le 18 octobre 2010.
<<http://www.tradecommissioner.gc.ca/eng/document.jsp?did=77429>>.
- Service d'exportation agroalimentaire. « Tendances de consommation : Marché russe des aliments pour animaux de compagnie ». *Agriculture et Agroalimentaire Canada*. Décembre 2009. Consulté le 18 octobre 2010.
<<http://www.ats.agr.gc.ca/eur/5306-fra.htm>>.