



SUCCÉDANÉS DU LAIT

Le rapport suisse sur les succédanés du lait, juillet 2022

La demande de succédanés du lait progresse

Dans un contexte marqué par une préoccupation croissante pour le changement climatique, le bien-être animal et une alimentation saine, les succédanés du lait se sont établis dans le commerce de détail suisse durant ces dernières années. La recherche d'informations sur ce segment de marché a ainsi gagné en importance. La présente étude répond notamment aux questions liées à l'évolution de la demande, des parts de marché et des prix des divers succédanés du lait dans le commerce de détail.

Contenu de l'étude

La présente étude passe au crible l'évolution du marché des succédanés du lait dans le commerce de détail suisse entre 2017 et 2021. Dans un premier temps, elle analyse le segment de marché des succédanés du lait dans le contexte global du marché du lait et des produits laitiers. On pourra ainsi appréhender les ordres de grandeur et donc l'importance des produits laitiers et de leurs succédanés végétaux. Le segment de marché des succédanés du lait est ensuite examiné de manière plus détaillée. Le groupe de produits des succédanés du lait de consommation a notamment fait l'objet d'un examen plus poussé en raison de l'importance de sa part de marché et de la diversité de ses produits. Le chiffre d'affaires, le prix et les parts de marché sont notamment les indicateurs analysés. Les produits laitiers et les succédanés du lait observés appartiennent aux groupes de produits suivants: lait de consommation, boissons végétales, fromage, boissons lactées

et végétales, yogourt, crème de consommation, desserts, séré, beurre et margarine. Le groupe de produits des succédanés du séré n'a pas toujours été séparément pris en compte dans l'analyse en raison de sa part de marché relativement négligeable. L'analyse s'achève par un bref aperçu sur l'évolution et les perspectives de croissance du marché des succédanés du lait à l'échelle internationale, ainsi que les opportunités pour l'agriculture suisse.

Informations explicatives

Le terme « succédanés du lait » englobe une large gamme de produits. Ce terme recouvre en général tous les produits à base de plantes visant à remplacer les produits laitiers et leurs

ACCÈS DIRECT

Au résumé : [page 2](#)

Au début de l'analyse du marché : [page 3](#)



multiples caractéristiques (p. ex. en ce qui concerne la texture, le goût, l'apport de protéines ou la place qu'ils occupent dans notre alimentation quotidienne). Le terme « succédanés du lait » doit être défini plus précisément dans la présente étude pour que les résultats de l'analyse puissent être mieux interprétés dans leur contexte. La définition utilisée dans la présente étude s'appuie sur les données de NielsenIQ Switzerland (NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel). Ainsi, les termes usuels des groupes de produits laitiers (p. ex. fromage, yogourt et crème de

consommation) sont également utilisés pour les succédanés du lait, avec le qualificatif « végétal » ou précédés du terme « succédanés ». On utilisera par exemple le terme « succédanés du fromage ». Le lait étant un terme protégé, le terme "boisson végétale" est utilisé pour les alternatives à base de plantes pour le lait de consommation. Pour les succédanés du lait, la précision "végétal" ou "à base de plantes" est en outre utilisée pour mentionner l'origine des matières premières du produit. Pour les produits laitiers, on renonce à une telle mention, car ils sont en principe d'origine animale. Les succédanés

L'ESSENTIEL EN BREF

La présente étude passe au crible **l'évolution du marché des succédanés du lait dans le commerce de détail suisse** entre 2017 et 2021.

Au cours des cinq dernières années, **la demande de succédanés du lait a fortement augmenté**. Le chiffre d'affaires réalisé sur les ventes de succédanés du lait est passé de 96 millions de francs en 2017 à **172 millions de francs en 2021**, soit une progression de 79,3 %.

Par rapport aux chiffres d'affaires des produits laitiers, les succédanés du lait occupent une **position de niche**. Toutefois, **leur part de marché ne cesse de croître** dans le commerce de détail, passant de 2,7 % en 2017 à 4,2 % en 2021.

L'an dernier, **les succédanés du lait de consommation ont enregistré la part de chiffre d'affaires la plus élevée** (35 % du chiffre d'affaires total des succédanés du lait). Ainsi, ils occupent une place primordiale. Les graisses végétales perdent des parts de marché. Durant la période de 2017 à 2021, **les succédanés du fromage ont connu la plus forte croissance**.

Au cours des cinq dernières années, les prix ont en général légèrement augmenté pour les succédanés du lait. **Les prix de la plupart des groupes de produits à base de succédanés du lait sont nettement plus élevés** que ceux de leurs homologues d'origine animale. Les différences de prix les plus élevées en 2021 ont été observées pour les succédanés du fromage (+98,5 %), les succédanés du yogourt (+81,6 %) et les succédanés du lait de consommation (+80,6 %).

La boisson à l'avoine est le succédané du lait de consommation le plus vendu dans le commerce de détail suisse en 2021. La part du chiffre d'affaires de la boisson à l'avoine sur l'ensemble du segment de marché des succédanés du lait de consommation a connu une croissance rapide, passant de **9 % en 2017 à 45 % en 2021**, soit la part de marché la plus élevée. Le succès de la boisson à l'avoine sur le marché des succédanés du lait de consommation s'accompagne d'une hausse de son prix dans le commerce de détail. **Les amateurs de succédanés du lait sont surtout les jeunes familles aisées**.

La demande de succédanés du lait de consommation enregistre une croissance spectaculaire dans le commerce de détail, non seulement en Suisse, mais aussi en Europe. **L'Allemagne est le plus grand marché d'Europe** en matière de succédanés du lait de consommation. La Suisse, quant à elle, se situe au huitième rang avec un chiffre d'affaires s'établissant à 43 millions d'euros durant la période d'octobre 2019 à septembre 2020, et au cinquième rang en termes de progression de la valeur des ventes (+35 %). **La Suisse se situe en revanche au troisième rang** parmi les pays dans lesquels les dépenses par personne sont les plus élevées pour les succédanés du lait de consommation.

Le chiffre d'affaires des succédanés du lait de consommation (boissons végétales) a affiché une nette tendance à la hausse dans tous les pays européens considérés. À l'instar de la Suisse, **la boisson à l'avoine est en tête** du groupe de produits « succédanés du lait de consommation » dans la plupart des pays de l'UE.

La demande croissante de denrées alimentaires végétales offre à l'agriculture suisse des opportunités dans le domaine des grandes cultures. Cependant, **la croissance actuelle des succédanés du lait ne profite pas assez à l'agriculture suisse**. Les succédanés de lait et de viande sont souvent fabriqués avec des matières premières végétales ou des produits semi-finis importés. Pour que la croissance de ce marché porteur profite aussi à l'agriculture suisse, il faut considérer la filière dans son ensemble, de la production des matières premières à la commercialisation ciblée des produits, en passant par les activités de transformation. Du côté du consommateur, il existe un potentiel.



du lait ne doivent pas obligatoirement être d'origine purement végétale. Dans certains cas, des composants d'origine animale sont utilisés en plus des composants végétaux lors de la fabrication. De ce fait, on parle en général dans la pratique de produits à base de succédanés du lait. La majorité des groupes de produits sous observation dans l'analyse sont toutefois à base de matières premières végétales.

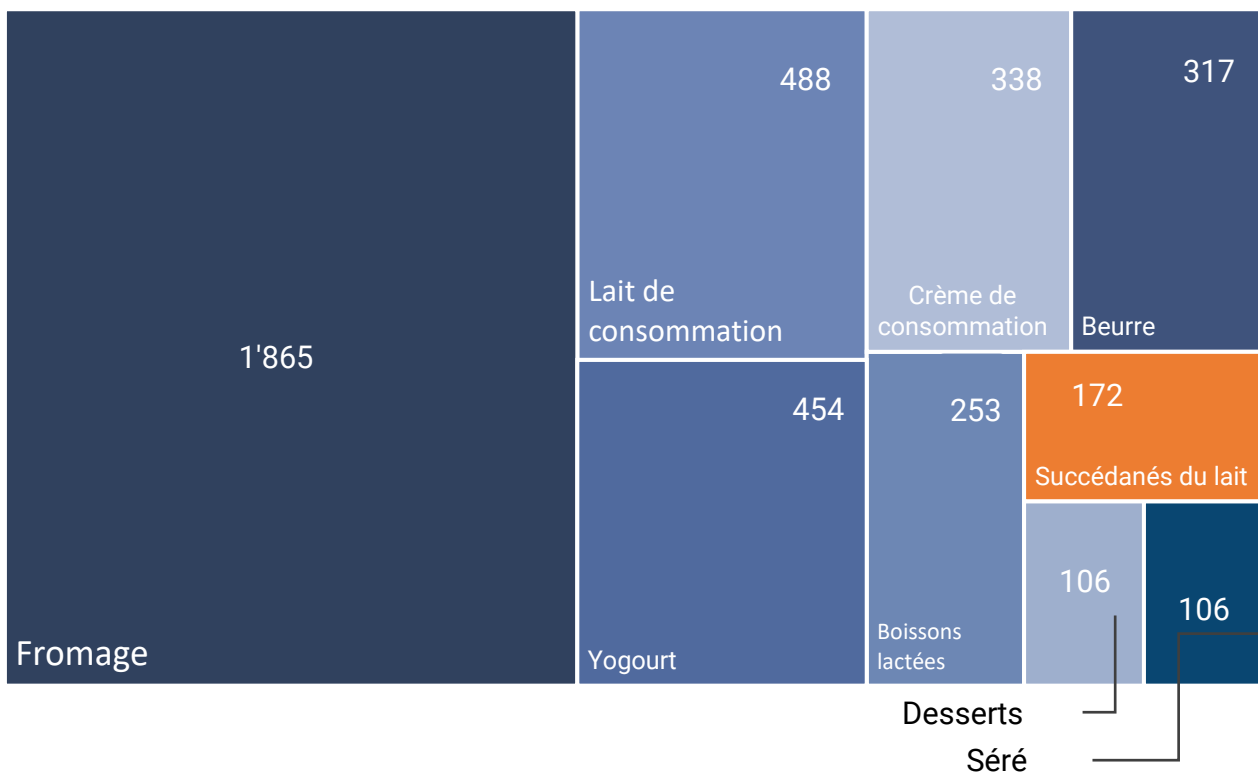
laitiers et de succédanés du lait dans le commerce de détail suisse a atteint 4.10 milliards de francs l'année dernière. Le fromage génère de loin la plus importante part de chiffre d'affaires (45,5 %), soit 1.87 milliard de francs. Il est suivi, en termes de part de marché, par d'autres groupes de produits laitiers tels que le lait de consommation (11,9 %), le yogourt (11,1 %), la crème de consommation (8,2 %), le beurre (7,7 %), les boissons lactées (6,2 %), les desserts et le séré (5,2 %). Le chiffre d'affaires

Analyse du marché

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Chiffres d'affaires des produits laitiers et des succédanés du lait

Chiffre d'affaires en millions de CHF
2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

Les succédanés du lait sont des produits de niche

Selon l'analyse du panel combiné de détaillants et de consommateurs de NielsenIQ Switzerland, le chiffre d'affaires total des ventes de produits

général par les succédanés du lait est passé de 96 millions de francs en 2017 à 172 millions de francs en 2021, ce qui représente une augmentation de 79,3 %. Comparativement au chiffre d'affaires de près de 3.93 milliards de francs généré par les divers produits laitiers, les



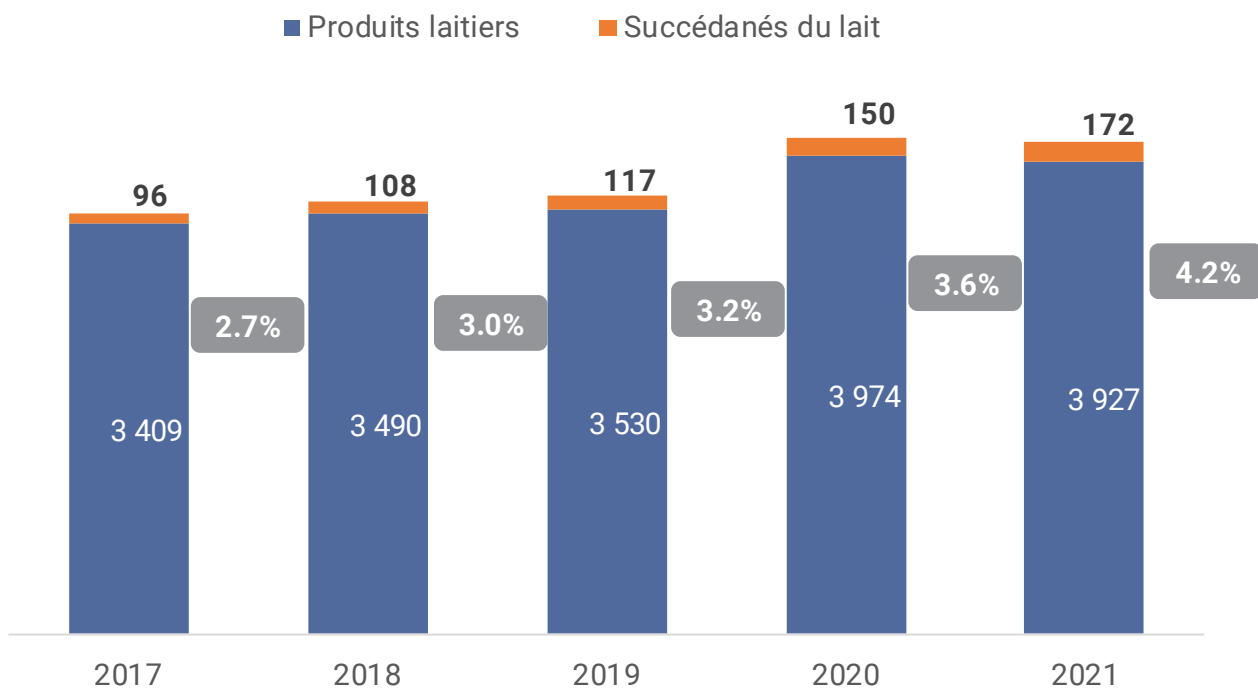
divers succédanés du lait occupent une position de niche. En termes de chiffre d'affaires, la part de marché des succédanés du lait sur l'ensemble du marché du lait et des produits laitiers se situe à 4,2 %.

ventes de produits laitiers et des succédanés du lait ont enregistré en 2020 une hausse exceptionnelle dans le commerce de détail en raison des mesures de restriction liées à la pandémie de COVID-19.

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Chiffres d'affaires des produits laitiers et des succédanés du lait

Chiffre d'affaires en millions de CHF, part des succédanés du lait en %
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

Les succédanés du lait gagnent des parts de marché

Les succédanés du lait constituent aujourd'hui un marché de niche, mais leur part de marché sur l'ensemble du marché du lait et des succédanés du lait ne cesse de croître dans le commerce de détail. Entre 2017 et 2021, la part du chiffre d'affaires des ventes de succédanés du lait a ainsi connu une hausse continue, passant de 2,7 % à 4,2 %. Durant la même période, la part de marché des produits laitiers a légèrement reculé, passant de 97,3 % à 95,8 %. Les succédanés du lait constituent ainsi un créneau en pleine expansion. Relevons que les

Succédanés du lait en progression, produits laitiers quasi stables

Durant les cinq dernières années, l'évolution des chiffres d'affaires des ventes par rapport à l'année précédente montre, en général, un léger recul pour les produits laitiers et une augmentation pour les succédanés du lait. Les boissons végétales, le yogourt végétal et le fromage végétal ont enregistré un taux de croissance élevé durant la période sous observation, avec des valeurs supérieures à 20 %. La margarine, succédané du beurre qui existe depuis de nombreuses années, affiche une tendance à la baisse des ventes, à



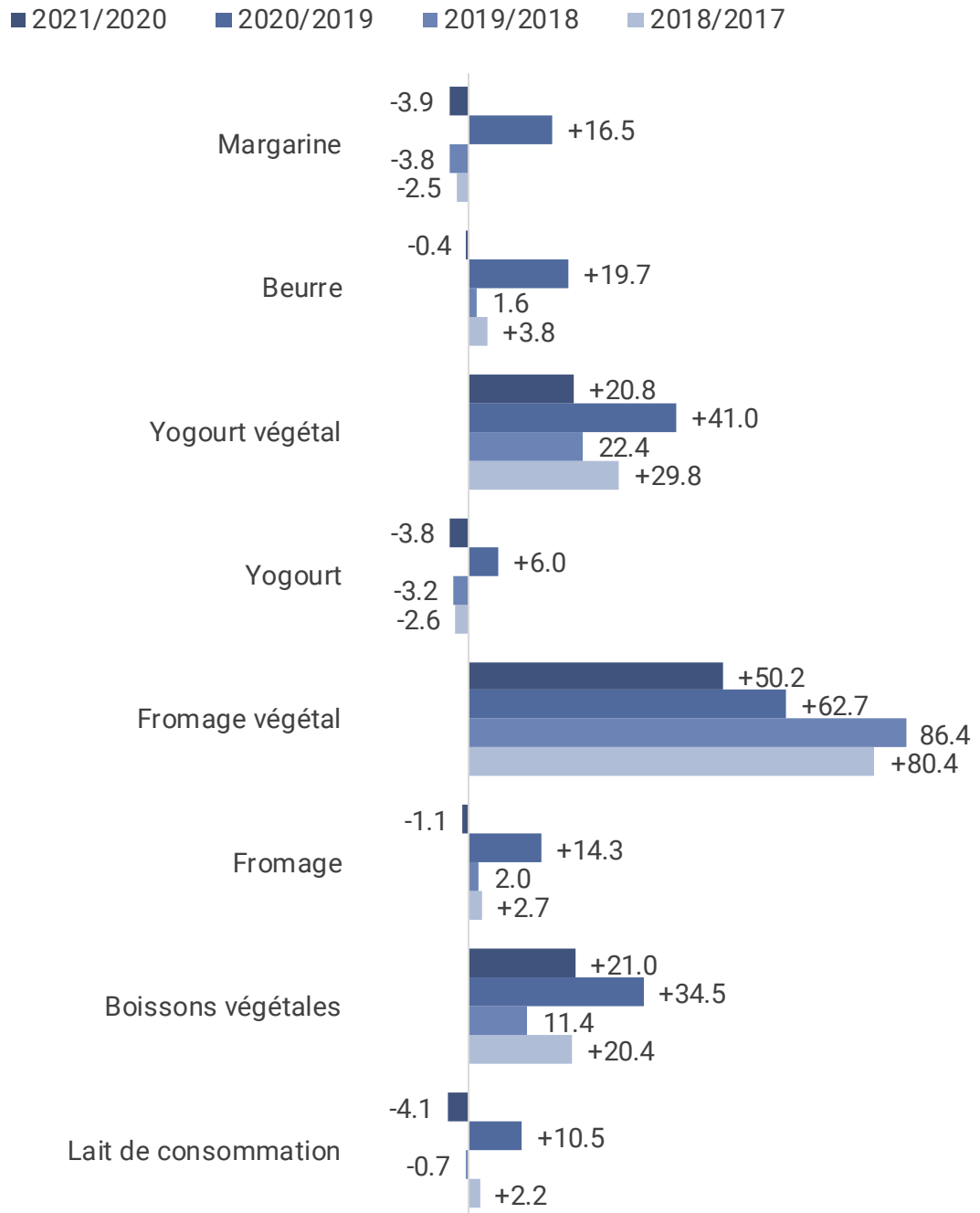
l'exception de l'année 2020, marquée par la pandémie de COVID-19. L'année 2020 constitue en général une exception, car la demande a été

particulièrement élevée dans le commerce de détail pour bon nombre de produits laitiers en raison des restrictions liées à la pandémie de

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Évolution du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente

en %
2017..2021

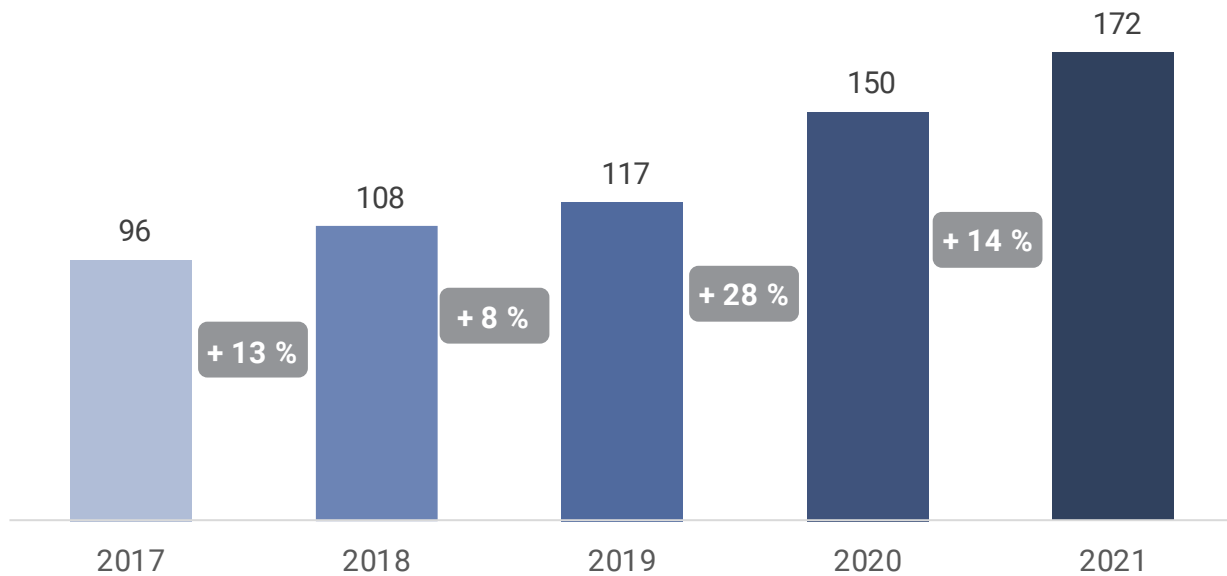


Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Chiffre d'affaires des succédanés du lait

Chiffre d'affaires en millions de CHF, évolution par rapport à l'année précédente en %
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

COVID-19. Ainsi, tous les produits laitiers et les succédanés du lait, ont enregistré un taux de croissance positif.

Le yogourt a enregistré la plus faible croissance en 2020, avec un taux de croissance de 6 %.

Hausse notable des ventes de succédanés du lait en 2020

Le chiffre d'affaires total des produits à base de succédanés du lait a affiché une hausse continue durant les cinq dernières années dans le commerce de détail. La plus forte croissance par rapport à l'année précédente a été enregistrée en 2020 (+28 % à 150 millions de francs). La progression s'est poursuivie en 2021 (+14 % à 172 millions de francs). Les mesures prises par les autorités pour lutter contre la pandémie de COVID-19, notamment la fermeture partielle des établissements de restauration et les restrictions du trafic frontalier, ont particulièrement accentué l'augmentation de la

demande dans le commerce de détail en 2020. La progression relativement élevée en 2021, malgré l'allègement des mesures de restriction liées à la pandémie de COVID-19, montre toutefois un réel engouement pour les succédanés du lait durant ces dernières années.

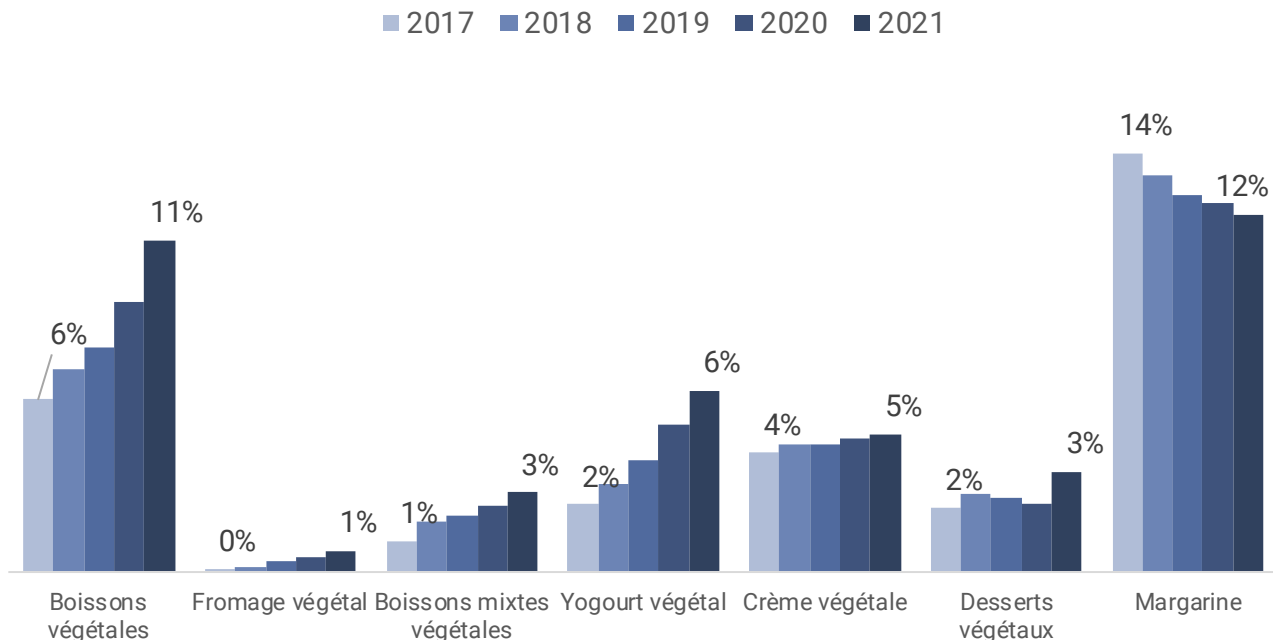
Hausse notable de la part du chiffre d'affaires de succédanés du lait

La part du chiffre d'affaires des produits à base de succédanés du lait à l'intérieur de chaque groupe de produits (origines animale et végétale confondues) augmente également. La part du chiffre d'affaires des succédanés du lait de consommation a ainsi connu une hausse relativement élevée, passant de 5,7 % en 2017 à 11,0 % en 2021. La part du chiffre d'affaires des succédanés du yogourt a aussi enregistré une hausse notable, passant de 2,2 % en 2017 à 6,0 % en 2021. Les succédanés des boissons lactées et ceux du fromage ont également

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Part du chiffre d'affaires des produits à base de succédanés du lait sur l'ensemble du groupe de produits

Part en %
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

affiché une progression notable. La part du chiffre d'affaires de la margarine dans l'ensemble du groupe de produits beurre et margarine a par contre reculé, passant de 13,8 % en 2017 à 11,8 % en 2021. Ces évolutions montrent que les groupes de produits à base de succédanés du lait gagnent de plus en plus de parts de marché au détriment des produits laitiers.

Les succédanés du lait de consommation dominant

Après l'analyse axée sur la comparaison du marché des produits à base de succédanés du lait à celui des produits laitiers, il convient d'analyser les parts de marché à l'intérieur du segment de marché des succédanés du lait. L'observation des chiffres d'affaires générés par les différents groupes de produits à base de suc-

cédanés du lait en 2021 montre que les succédanés du lait de consommation occupent une place primordiale. L'an dernier, les succédanés du lait de consommation ont ainsi enregistré la part de chiffre d'affaires la plus élevée (35 %) dans le commerce de détail suisse. La margarine suit avec une part de chiffre d'affaires de 25 %. Les succédanés du yogourt arrivent en troisième position avec une part de chiffre d'affaires de 17 %. Ils sont suivis par les succédanés de la crème de consommation et du fromage.

Les graisses végétales perdent des parts de marché

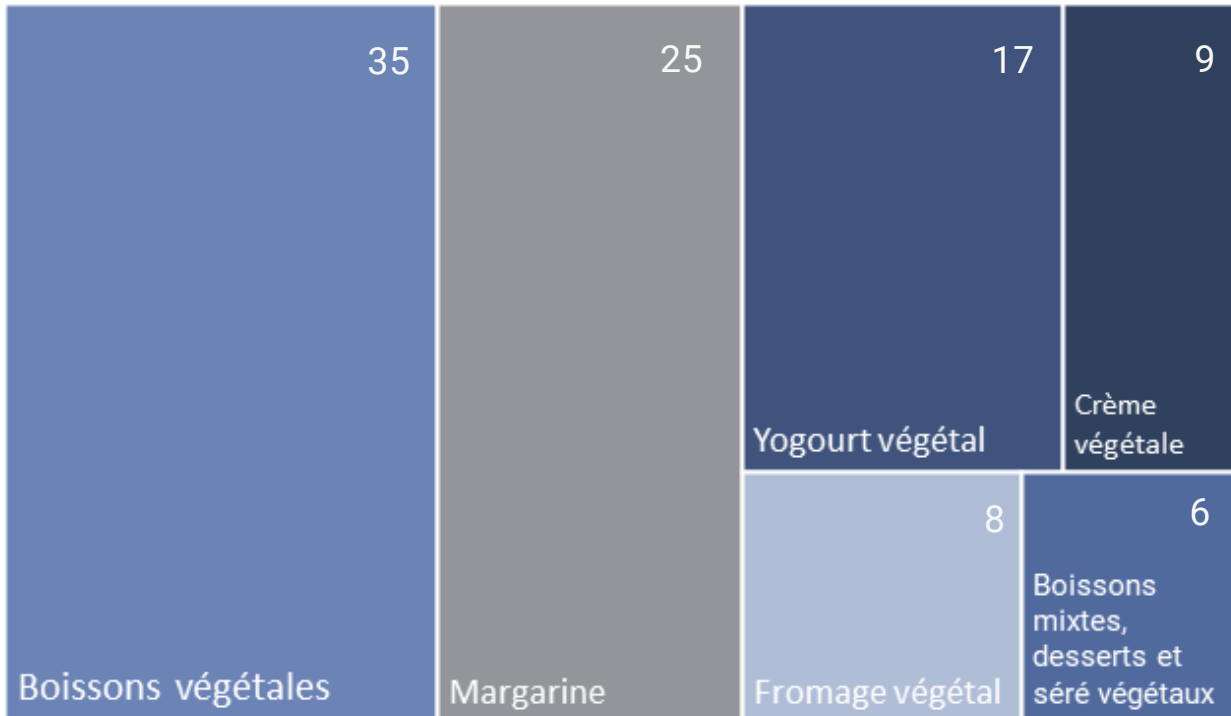
Les parts du chiffre d'affaires ont reculé pour les graisses végétales telles que la margarine, passant de 42 % en 2017 à 25 % en 2021. Les succédanés de la crème de consommation ont



SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Part du chiffre d'affaires du groupe de produits sur l'ensemble des succédanés du lait

Parts par rapport au chiffre d'affaires total des succédanés du lait, en %
2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

aussi vu la part de leur chiffre d'affaires baisser. En revanche, la part du chiffre d'affaires des succédanés du lait de consommation a affiché une hausse continue, passant de 29 % en 2017 à 35 % en 2021. Les parts du chiffre d'affaires ont également progressé pour les succédanés du yogourt et les succédanés du fromage. Il apparaît que les parts de marché des graisses végétales (margarine et succédanés de la crème) enregistrent une baisse continue alors que celles des autres succédanés du lait progressent.

Les succédanés du fromage connaissent la croissance la plus rapide

L'évolution des chiffres d'affaires des différents groupes de produits sur plusieurs années a fait l'objet d'une analyse comparative.

Il apparaît que durant la période de 2017 à 2021, les succédanés du fromage ont connu la plus forte croissance. Leur chiffre d'affaires annuel a ainsi augmenté de 69,3 % en moyenne par rapport à l'année précédente entre 2017 et 2021. Ce taux de croissance considérablement élevé s'explique surtout par la faible valeur des chiffres d'affaires effectifs, ce qui provoque un taux de croissance élevé lorsque les chiffres d'affaires augmentent.

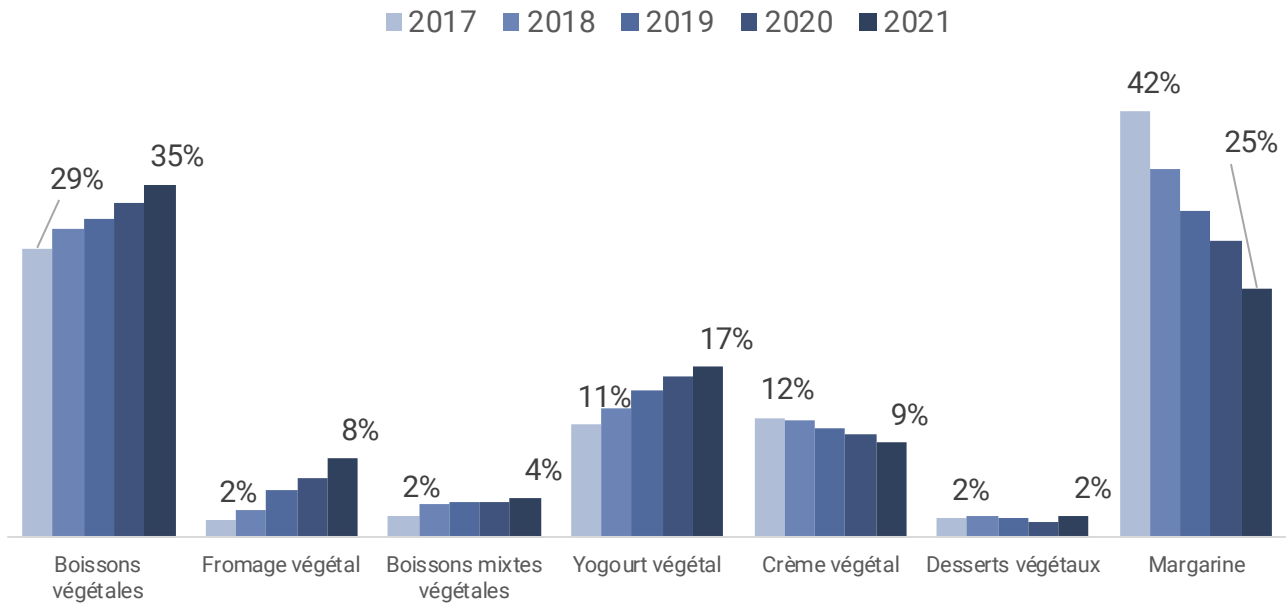
Tous les groupes de produits ont enregistré un taux de croissance au-dessus de la moyenne. Les succédanés des boissons lactées, du yogourt et ceux du lait de consommation ont enregistré une croissance annuelle du chiffre d'affaires supérieure à 20 %. Les succédanés des desserts ont également atteint une croissance de 18,1 %. Les graisses végétales telles que la margarine (1,2 %) et les succédanés



SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Part du chiffre d'affaires du groupe de produits sur l'ensemble des succédanés du lait

en %
2017..2021

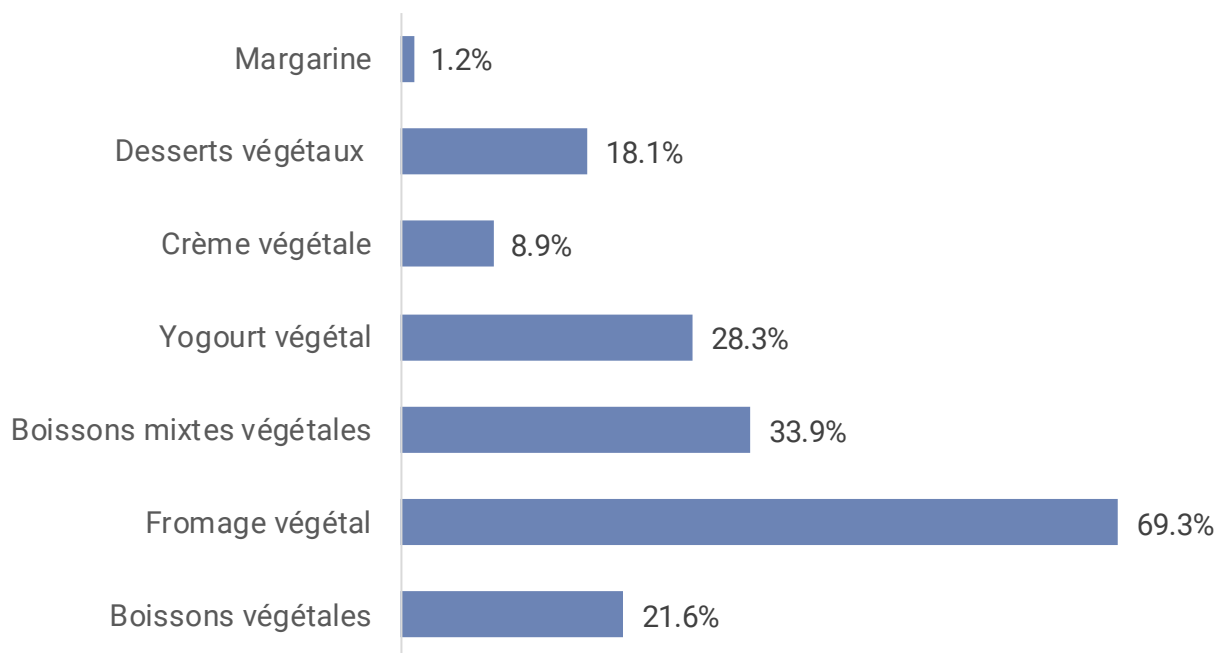


Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Taux de croissance annuel du chiffre d'affaires des produits à base de succédanés du lait

Taux de croissance moyen par année, en %
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel



de la crème de consommation (8,9 %) ont connu les plus faibles taux de croissance annuels.

n'ont pas considérablement augmenté durant les cinq dernières années, mais qu'en est-il des différences de prix entre ces produits à base de succédanés du lait et les produits laitiers?

Légère hausse des prix des succédanés du lait

Au cours des cinq dernières années, les prix calculés en valeur unitaire (chiffre d'affaires divisé par la quantité) ont en général légèrement augmenté pour les succédanés du lait. Les prix de graisses végétales telles que la margarine sont plutôt restés quasi stables. Entre 2017 et 2021, les succédanés du yogourt (+21,6 % à 7.3 fr./kg) et les succédanés des desserts (+37,1 % à 10.3 fr./kg) ont enregistré des hausses de prix relativement élevées. Les prix ont également augmenté pour les succédanés du fromage (+11,1 % à 32.8 fr./kg) et les succédanés des boissons lactées (+21,1 % à 3.5 fr./litre). Le prix moyen des succédanés du lait de consommation est resté quasi stable (+5,0 % à 2.7 fr./litre). Les prix des succédanés du lait

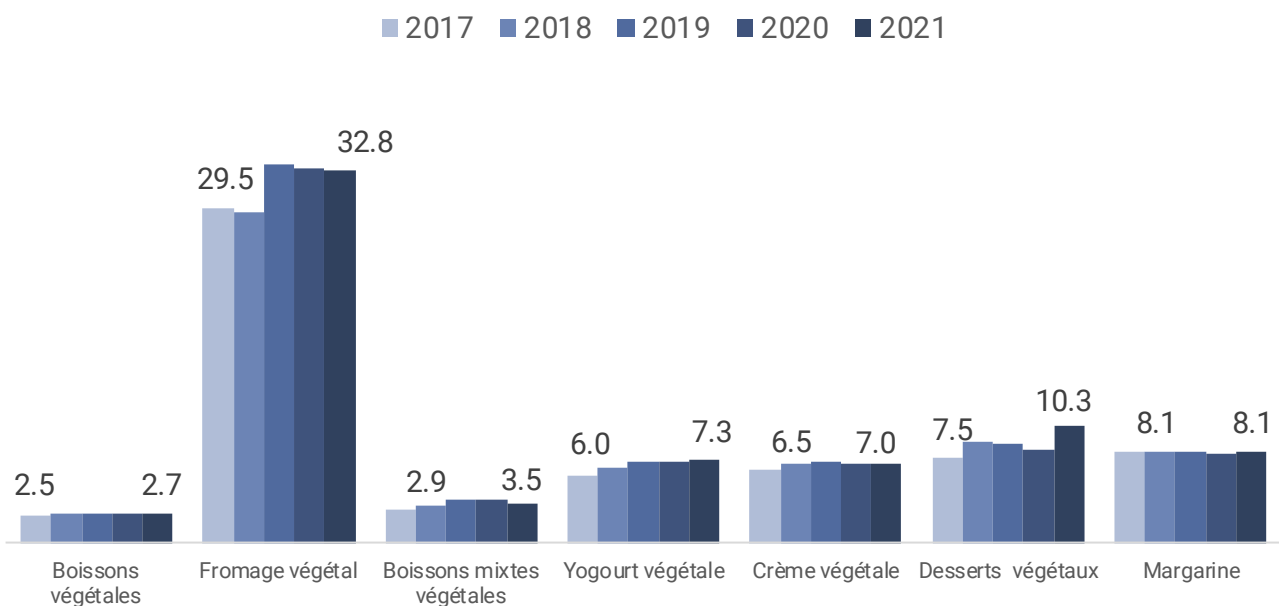
Hausse de la différence de prix pour le yogourt

Les différences de prix entre les produits à base de succédanés du lait et les produits laitiers varient selon le groupe de produits. Les prix de la plupart des groupes de produits à base de succédanés du lait sont nettement plus élevés que ceux des produits laitiers. Les différences de prix les plus élevées en 2021 ont été observées pour les succédanés du fromage (+16,3 fr./kg ou +98,5 %), les succédanés du yogourt (+3.3 fr./kg ou +81,6 %) et les succédanés du lait de consommation (+1.2 fr./l ou +80,6 %). L'évolution des différences de prix durant les cinq dernières années varie également selon le groupe de produits. L'écart

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Prix des succédanés du lait dans le commerce de détail suisse

en CHF/kg ou CHF/litre (boissons lactées, lait et crème de consommation)
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel



de prix entre le yogourt à base de succédanés du lait et le yogourt s'est ainsi accru, passant de 46,5 % en 2017 à 81,6 % en 2021. La différence de prix entre les boissons végétales et le lait de consommation a par contre reculé, passant de 83,8 % en 2017 à 80,6 % en 2021. Quant aux graisses végétales, leurs prix sont par contre généralement inférieurs à ceux des graisses d'origine animale (-4,2 % pour la crème végétale et -46,9 % pour la margarine en 2021).

La boisson à l'avoine a le vent en poupe

Comme précédemment mentionné, les succédanés du lait de consommation (boissons végétales) occupent une place primordiale sur le

marché des succédanés du lait. Ils constituent le groupe de produits à base de succédanés du lait qui génère le chiffre d'affaires le plus élevé dans le commerce de détail suisse. Après l'analyse axée sur les différents succédanés du lait et les produits laitiers, il convient de se focaliser sur cet important groupe de produits des boissons végétales dans une analyse plus détaillée des différentes sortes.

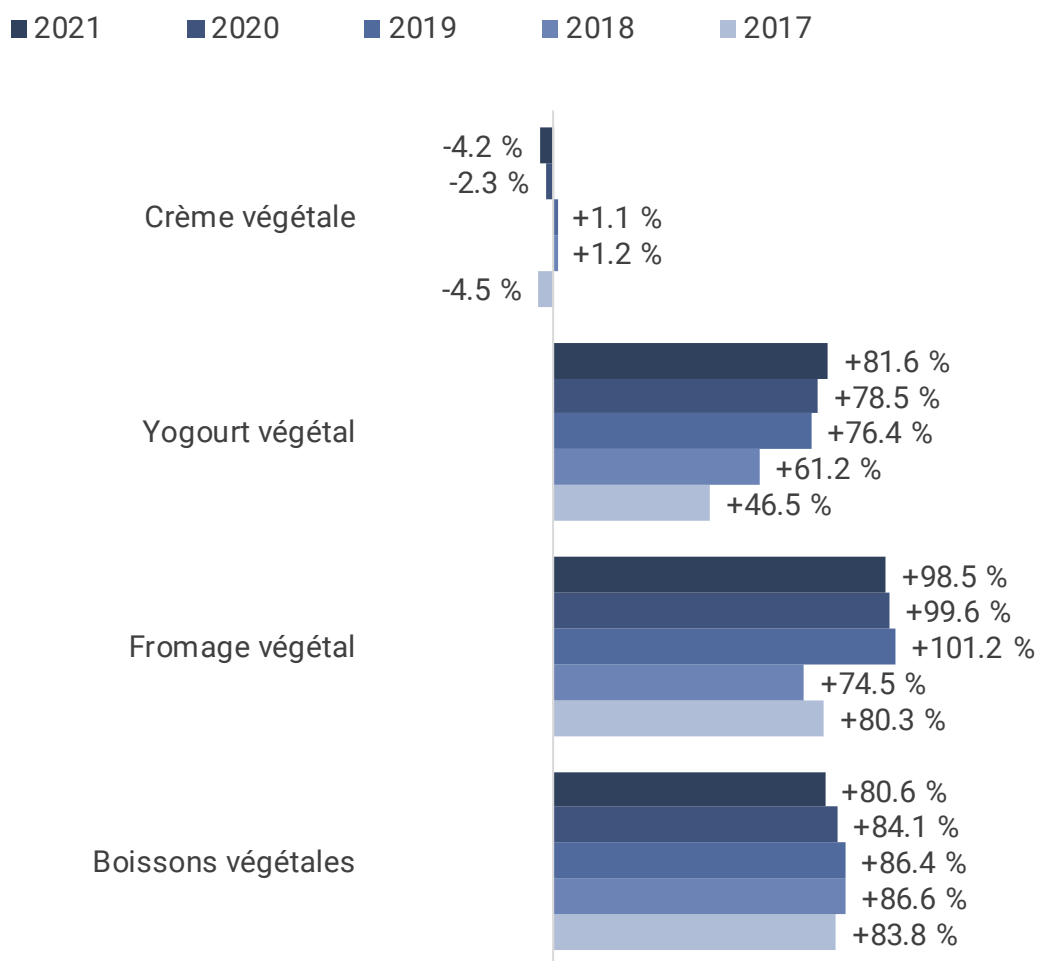
La boisson à l'avoine, à l'amande, au soja et au riz sont les quatre principales sortes de boissons végétales les plus vendues dans le commerce de détail suisse. Les autres

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Différence de prix des succédanés du lait par rapport aux produits laitiers d'origine animale

en %

2017..2021

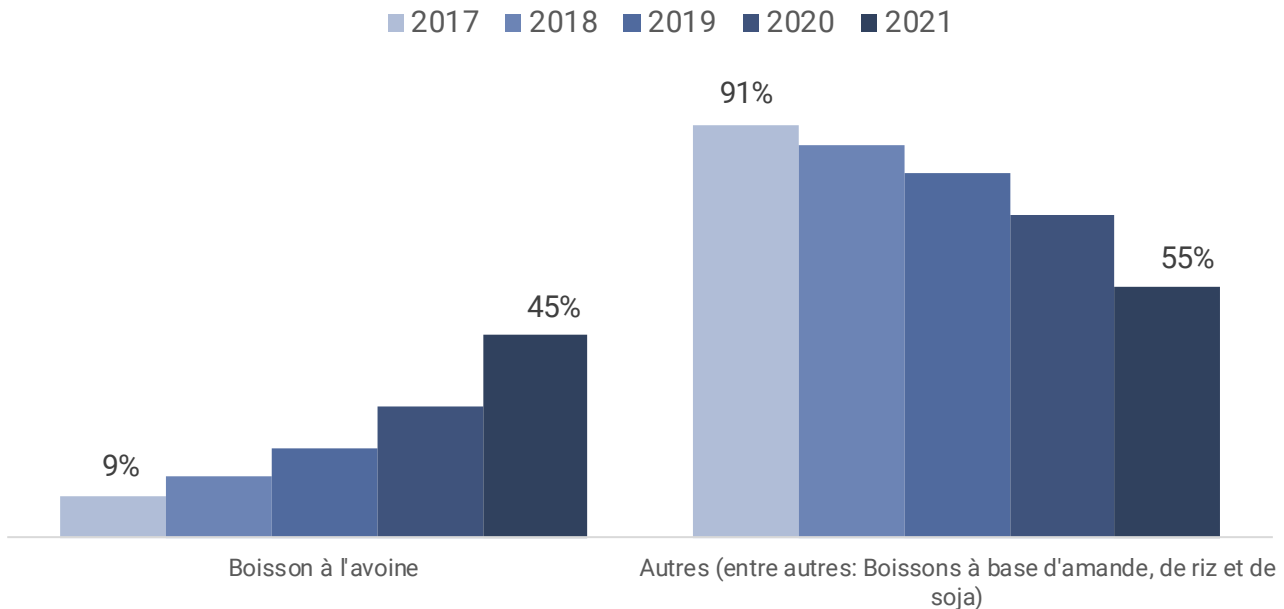


Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Part du chiffre d'affaires des produits sur l'ensemble des succédanés du lait de consommation

en %
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

succédanés du lait de consommation dont les ventes sont relativement faibles dans le commerce de détail sont les suivants: la boisson au coco, aux cacahuètes (boisson au cashew), aux noisettes, à l'épeautre, au pois, au millet et au chanvre.

Il apparaît que la boisson à l'avoine est le succédané du lait de consommation le plus vendu dans le commerce de détail suisse en 2021. La part du chiffre d'affaires de la boisson à l'avoine sur l'ensemble du segment de marché des succédanés du lait de consommation a connu une croissance rapide, passant de 9 % en 2017 à 45 % en 2021, soit la part de marché la plus élevée. Quant aux autres succédanés du lait de consommation, la part cumulée de leurs chiffres d'affaires a par contre reculé, passant de 91 % en 2017 à 55 % en 2021. Ces observations montrent que la boisson à l'avoine est un produit émergent en forte croissance qui s'impose et domine actuellement sur le marché des succédanés du lait de consommation dans le

commerce de détail suisse. La boisson à l'avoine gagne ainsi des parts de marché au dépend des autres succédanés du lait de consommation tels que la boisson au soja ou la boisson au riz.

Prix de la boisson à l'avoine en hausse

Le succès de la boisson à l'avoine sur le marché des succédanés du lait de consommation s'accompagne d'une hausse de son prix dans le commerce de détail. Entre 2017 et 2021, le prix de la boisson à l'avoine a ainsi enregistré une hausse continue pour s'établir à 2.7 fr./litre (+20,7 %). Les prix à la consommation des autres boissons végétales sont, en moyenne, restés quasi stables. L'observation des prix des quatre principales sortes de succédanés du lait de consommation montre que la boisson à l'amande est la plus chère dans le commerce de détail suisse, soit 3.0 fr./litre en 2021. La boisson au riz et à l'avoine suivent avec un prix moyen quasi identique en 2021 (2.7 fr./litre). La



boisson au soja est la moins chère (2.1 fr./litre en 2021) des quatre principales sortes de boissons végétales. Le prix moyen a atteint 3.1 fr./litre en 2021 pour les autres sortes de succédanés du lait de consommation ayant des parts de marché relativement faibles.

Croissance continue de la gamme de succédanés du lait de consommation

La diversité des produits sur le marché des succédanés du lait de consommation a considérablement augmenté ces dernières années. Entre 2019 et 2021, le nombre de produits saisis dans le panel de données de NielsenIQ Switzerland a augmenté, passant de près de 140 à environ 190 articles, soit une croissance de près de 35%. La forte augmentation des lancements de nouveaux produits sur un marché en pleine croissance n'est pas surprenante. L'évolution des ventes et du chiffre d'affaires de ces dernières années montre également que la progression du chiffre d'affaires est due à une demande accrue aussi

bien pour les produits existants que pour les nouveaux produits. Les consommatrices et les consommateurs souhaiteraient une plus grande variété de succédanés à base de plantes en termes de type de produit, de matières premières et d'ingrédients utilisés, de saveurs et de texture. On peut supposer que des groupes de produits tels que les succédanés du fromage, ayant actuellement un taux de croissance annuel élevé, ont encore un potentiel de lancement de nouveaux produits sur le marché. Les groupes de produits tels que les succédanés du lait de consommation, dont le taux de croissance annuel est actuellement moins élevé, auraient tendance à atteindre leur niveau de saturation quant au lancement de nouveaux produits.

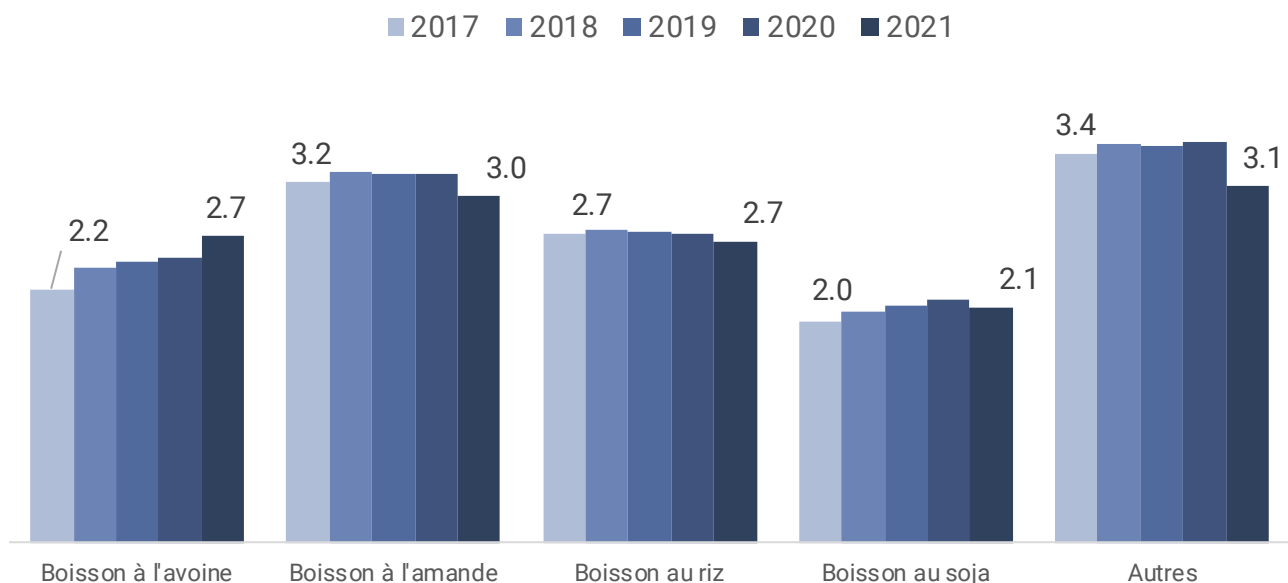
Les amateurs de succédanés du lait: les jeunes familles aisées

Une brève analyse sous l'angle de caractéristiques sociodémographiques montre

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Prix des succédanés du lait de consommation dans le commerce de détail suisse

en CHF/litre
2017..2021



Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



quelques tendances quant à la propension à acheter des succédanés du lait. Les succédanés du lait de consommation sont plus consommés dans les ménages dont la personne responsable est relativement jeune que dans les ménages dirigés par une personne âgée.

Le nombre d'enfants du ménage influence également l'achat de succédanés du lait. Les ménages comptant un nombre relativement élevé d'enfants achètent nettement moins de succédanés du lait de consommation que ceux qui en ont moins.

La demande de succédanés du lait est également déterminée par le revenu des ménages. Il existe une relation évidente entre le revenu du

ménage et la propension à acheter des succédanés du lait. Les ménages ayant un revenu relativement élevé achètent plus de succédanés du lait que ceux au revenu modeste. À noter que les succédanés du lait sont plus chers que les produits laitiers classiques.

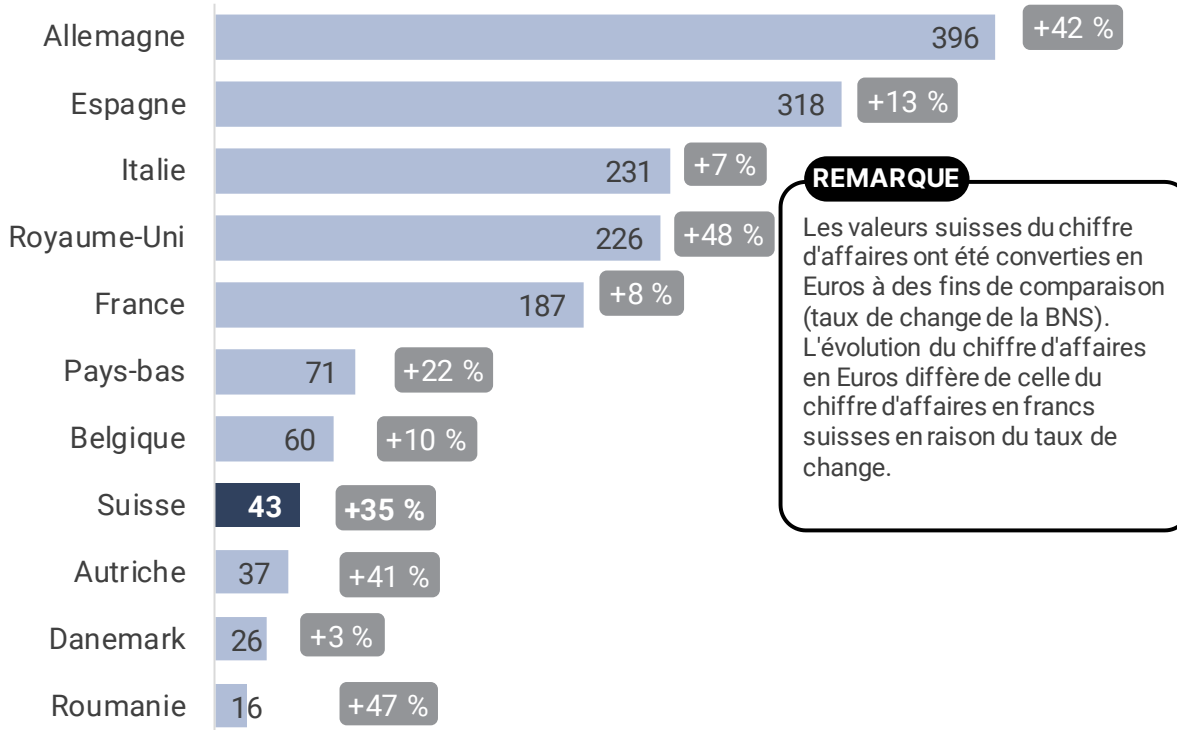
L'Allemagne, le plus grand marché d'Europe

La demande de succédanés du lait de consommation enregistre une croissance spectaculaire, non seulement en Suisse, mais aussi en Europe. Le marché s'est fortement développé en Europe au cours de ces dernières années. L'association ProVeg a mené avec NielsenIQ une étude de marché (cf. Plant-based-

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Chiffre d'affaires des succédanés du lait de consommation en comparaison internationale

Chiffre d'affaires en millions d'euros, évolution 2020/2019 en %
2019 10..2020 09 (total de 12 mois)



Plant-based foods in Europe: How big is the market? Smart Protein
Plant-based Food Sector Report by Smart Protein Project, European Union's Horizon
2020 research and innovation programme (No 862957) (2021).
<https://smartproteinproject.eu/plant-based-food-sector-report>.

Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland; Nielsen MarketTrack; ProVeg



Food Sector Report 2021) en vue d'analyser l'évolution du chiffre d'affaires réalisé dans la vente au détail de denrées d'origine végétale substituables aux œufs, à la viande, au poisson et au lait, et de comparer cette évolution entre plusieurs pays d'Europe. Les données concernant la Suisse ont été adaptées pour les rendre comparables (monnaie et période sur laquelle porte l'étude).

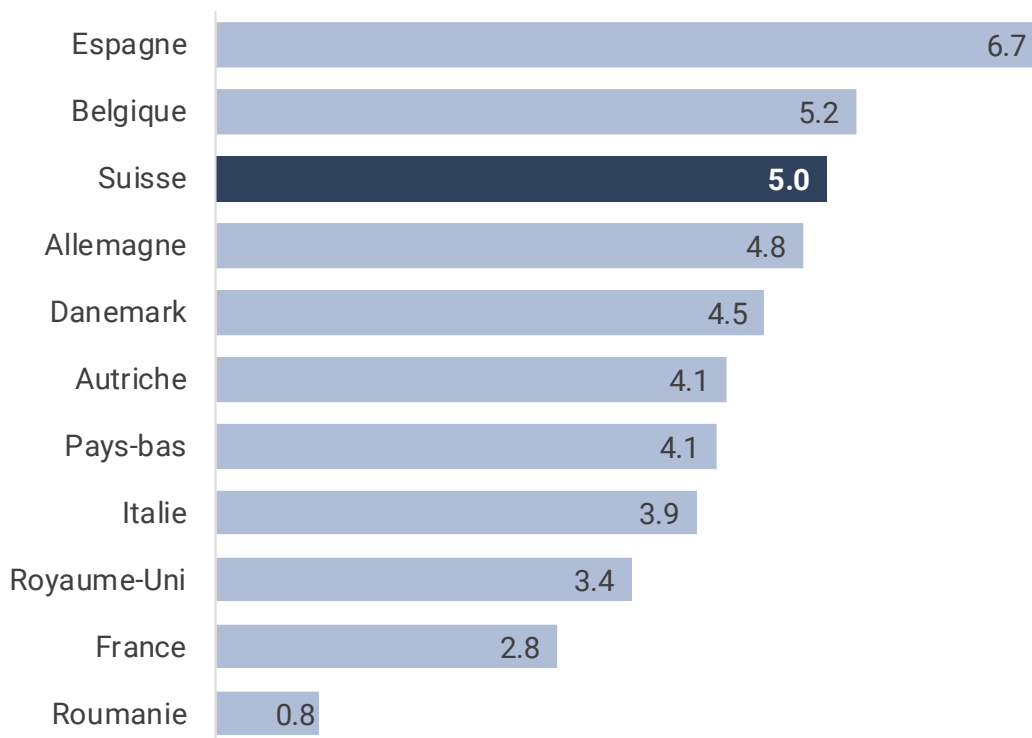
L'analyse montre que durant la période d'octobre 2019 à septembre 2020 (douze mois au total), le chiffre d'affaires du lait à base de plantes a affiché une nette tendance à la hausse

dans tous les pays européens considérés, comparativement à la période précédente. L'Allemagne a enregistré le chiffre d'affaires le plus élevé (396 millions d'euros), en hausse de 42 %. L'Espagne suit, avec un chiffre d'affaires de 318 millions d'euros (+13 %). La plus forte croissance de chiffre d'affaires a été enregistrée par le Royaume-Uni (+48 % à 226 millions d'euros). La Suisse, quant à elle, se situe au huitième rang avec un chiffre d'affaires s'établissant à 43 millions d'euros, et au cinquième rang en termes de progression de la valeur des ventes (+35 %).

SUCCÉDANÉS DU LAIT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Dépenses par habitant pour les succédanés du lait de consommation en comparaison internationale

Dépenses par habitant en Euro
2019 10..2020 09 (total de 12 mois)



*Plant-based foods in Europe: How big is the market? Smart Protein
Plant-based Food Sector Report by Smart Protein Project, European Union's Horizon
2020 research and innovation programme (No 862957) (2021).
<https://smartproteinproject.eu/plant-based-food-sector-report>.*

Sources: OFAG, secteur Analyses du marché; NielsenIQ Switzerland; Nielsen MarketTrack; ProVeg; Eurostat (données démographiques de 2020)



À l'instar de la Suisse, les boissons à l'avoine sont en tête du groupe de produits « succédanés du lait de consommation » dans la plupart des pays de l'UE sous revue, en ce qui concerne le niveau et la croissance du chiffre d'affaires. Pour ce qui est du yogourt à base de plantes, l'Allemagne occupe également la première place en ce qui concerne le niveau (127 millions d'euros) et la croissance (+44 %) du chiffre d'affaires.

Le Suisse dépense aussi beaucoup pour les succédanés du lait de consommation

Rapportés à la population de ces pays, les chiffres d'affaires susmentionnés donnent néanmoins une autre image de la situation. Ainsi, la Suisse (5,0 euros par personne) se situe au troisième rang parmi les pays dans lesquels les dépenses par personne sont les plus élevées pour les succédanés du lait de consommation. L'Espagne (6,7 euros par personne) et la Belgique (5,2 euros par personne) se situent devant la Suisse. Les chiffres qui précèdent montrent que la Suisse est un marché intéressant pour les producteurs de succédanés du lait. Cette importance s'explique notamment par le pouvoir d'achat, en moyenne, élevé pour la population suisse par rapport à la plupart des pays européens.

Perspectives: forte croissance dans le monde

À l'échelle mondiale, les succédanés du lait connaissent également une forte croissance. Les données publiées par [Statista](#) prévoient une forte croissance du chiffre d'affaires mondial réalisé sur les produits à base de succédanés du lait, passant d'environ 11 milliards d'euros en 2014 à près de 35 milliards d'euros en 2027. La progression durant les cinq dernières années (2017 à 2021) étant d'environ 25 %.

Selon les [Perspectives agricoles](#) de l'OCDE et de la FAO 2020-2029, les substituts végétaux de produits laitiers liquides (p. ex. boissons à base de soja, d'amande, de riz ou d'avoine) ont gagné

en importance ces dernières années dans de nombreuses régions du monde, notamment en Amérique du Nord, en Europe et en Asie de l'Est. Selon cette étude, les substituts végétaux de produits laitiers affichent des taux de croissance solides, en partant certes de très bas.

La croissance actuelle des succédanés du lait ne profite pas assez à l'agriculture suisse

L'analyse indique que durant ces dernières années, les ventes de succédanés du lait sont en expansion en Suisse et en Europe et continueront de croître ces prochaines années. Dans le contexte du changement climatique, il existe une catégorie de consommatrices et de consommateurs de plus en plus nombreux et relativement jeunes qui mangent moins de denrées alimentaires d'origine animale ou y renoncent. Ces consommatrices et ces consommateurs demandent spécifiquement des denrées d'origine végétale comme produits de substitution aux produits animaux. Le secteur agroalimentaire suisse répond à cette demande en offrant de plus en plus de produits à base de succédanés du lait. Cependant, la production agricole ne suit pas proportionnellement cette tendance. Le rapport [«Potentiel de certaines cultures alternatives pour la production alimentaire»](#) publié par l'OFAG indique que les succédanés de lait et de viande sont souvent fabriqués avec des matières premières végétales ou des produits semi-finis importés. Ce rapport mentionne toutefois que les cultures d'avoine alimentaire augmentent en raison de la demande croissante de boissons à base de cette céréale.

La présente étude montre que les boissons à l'avoine sont les succédanés du lait de consommation les plus vendus dans le commerce de détail suisse en 2021, avec une part de marché en forte croissance. Selon le rapport susmentionné, la demande croissante de denrées alimentaires végétales offre à



l'agriculture suisse des opportunités dans le domaine des grandes cultures. Pour que la croissance de ce marché porteur profite aussi à l'agriculture suisse, il faut considérer la filière dans son ensemble, de la production des matières premières à la commercialisation

ciblée des produits, en passant par les activités de transformation. Du côté du consommateur, il existe un potentiel.

REMARQUES CONCERNANT L'ANALYSE

La source: les données de NielsenIQ Switzerland

L'analyse des ventes de succédanés du lait chez les détaillants suisses s'appuie sur les données recueillies par NielsenIQ Switzerland, qui a constitué deux panels différents :

- un panel de consommateurs ;
- un panel de détaillants et de données des achats scannés aux caisses.

Le panel de consommateurs NielsenIQ Switzerland se compose de quelque 4 000 ménages de Suisse alémanique et de Suisse romande (le Tessin n'y figurant pas), dont les achats sont enregistrés pour chacune des personnes du ménage, pendant toute l'année. Les ménages composant le panel doivent indiquer la quantité et le prix de tous les produits qu'ils achètent.

Le panel NielsenIQ Switzerland de détaillants permet d'enregistrer toutes les données des produits scannés aux caisses des détaillants qui en font partie. Il regroupe la plupart des acteurs nationaux de la grande distribution implantée en Suisse qui vendent en magasin, à l'exception des discounters Aldi et Lidl. Les détaillants spécialisés de même que ceux qui pratiquent la vente directe ne figurent pas non plus dans le panel.

Le panel combiné comprend les canaux de distribution non inclus dans le panel de détaillants (par exemple Aldi, Lidl et les commerces spécialisés), mais déterminés par estimation sur la base du panel de consommateurs pour former avec le panel de détaillants, y compris les ventes en ligne, un panel global des détaillants implantés dans le pays. Le panel combiné permet d'obtenir les données les plus précises en fait de ventes et de chiffres d'affaires dans le commerce de détail suisse actif dans la vente en magasin. Il constitue la base de la présente analyse du marché.



CONTACT ET MENTIONS LÉGALES

Secteur Analyses du marché
Schwarzenburgstrasse 165, 3003 Berne

marktanalysen@blw.admin.ch
www.marktbeobachtung.admin.ch

[Formulaire de commande d'abonnements :](#)
[Pour commander des publications en ligne](#)

Questions concernant la responsabilité, la
protection des données, les droits d'auteur :
[https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/conditions-
utilisation.html](https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/conditions-utilisation.html)