



Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

www.infoexport.gc.ca

Les grignotines

distributeurs automatiques, de stations-service, de dépanneurs et de grandes surfaces vendent des grignotines. Il n'est donc pas étonnant que les ventes aient connu une progression annuelle de 15 à 20 % ces dernières années.

D'autres facteurs ont contribué à la croissance de ce marché, dont l'allongement des journées de travail et l'insertion professionnelle des Brésiliennes. Il n'est donc plus dans les habitudes des Brésiliens de prendre de copieux repas à la maison le midi. Au contraire, ils consomment davantage de plats préparés et prennent des collations entre les repas (ou à la place des repas).

Débouchés

Comme le font la plupart des consommateurs du monde entier, depuis quelques années les Brésiliens se soucient davantage de leur santé. Les publicités qui retiennent donc le plus l'attention sont celles qui vantent des produits ayant une faible teneur en gras et en sel, cuits au four au lieu d'être frits. De nombreux supermarchés ont commencé à commercialiser ces produits ainsi que des produits de luxe et des produits fins sous une marque de distributeur. Jusqu'à présent, ce sont les fournisseurs étrangers qui réalisent pratiquement toutes les ventes dans ce secteur.



Commerce de détail et promotion

Le commerce de détail brésilien a connu des transformations importantes ces dernières années. En plus de la concentration des chaînes de grande distribution, le nombre de supermarchés, d'hypermarchés et de dépanneurs s'est fortement accru. Les magasins de détail ont également élargi de nombreuses lignes de produits. Ces changements ont commencé à modifier les habitudes des consommateurs. De plus en plus de Brésiliens font leurs achats dans un nombre restreint de magasins à cause de la diversité des produits désormais disponibles chez un seul et même détaillant.

Pour qu'un produit se vende bien au Brésil, il faut absolument qu'il soit mis en marché conjointement avec des activités de promotion et de marketing. À l'heure actuelle, les Brésiliens connaissent peu les marques canadiennes. Les fabricants doivent donc être prêts à faire de la publicité à la télévision (la méthode la plus prisée), dans les magazines, dans les journaux ou à la radio. Il importe d'insister sur la qualité des produits canadiens,

les consommateurs brésiliens considérant en général que les produits canadiens sont d'excellente qualité. En outre, les Brésiliens se sont montrés disposés à payer plus cher les grignotines si elles sont de bonne qualité.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir plus sur les débouchés qui s'offrent sur ce marché, nous vous invitons à lire le rapport complet intitulé *Le marché des grignotines au Brésil*. Vous y trouverez des précisions sur les débouchés et sur les stratégies de pénétration du marché. Pour consulter ce rapport préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, visitez notre site Web à : www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?
Étude complète sur l'Internet
www.infoexport.gc.ca

Le marché des grignotines

Consultez nos études de marché