

COMMUNIQUE DE PRESSE



LES CHANGEMENTS DEMOGRAPHIQUES VONT FOURNIR DES OPPORTUNITES DE CROISSANCE POUR L'INDUSTRIE LAITIERE, D'APRES TETRA PAK

Une augmentation significative des personnes âgées, des populations urbaines et des classes moyennes impactent les besoins et les comportements des consommateurs, selon la dernière édition du Tetra Pak Dairy Index

LAUSANNE, Suisse (12 juillet 2010) — Les changements démographiques auront un impact sur les catégories de produits laitiers et la manière dont les gens les consomment, fournissant ainsi de nouvelles opportunités de croissance pour l'industrie laitière, selon la dernière édition du Tetra Pak Dairy Index.

L'augmentation du nombre de personnes âgées, l'urbanisation et l'émergence d'une classe moyenne mondiale dynamisent la demande de nouveaux types de produits laitiers liquides* (LDP – Liquid Dairy Products) à la fois dans les pays développés et émergents, indique la lettre d'information de Tetra Pak, qui suit les faits, chiffres et tendances de l'industrie laitière mondiale. Parmi les tendances relevées dans ce rapport, on peut particulièrement noter :

- **Les personnes âgées stimulent la demande de produits santé**
Les personnes âgées de plus de 60 ans représentent le segment dont la croissance est la plus rapide dans toutes les régions du monde en raison d'un taux de naissance plus bas et d'une espérance de vie plus longue. Les producteurs laitiers de différents pays, de Mexico à la Grèce ou à l'Indonésie, proposent à ces consommateurs des produits tels que du lait enrichi au calcium, vitamines et minéraux, qui peuvent contribuer à la réduction du cholestérol et protéger contre l'ostéoporose —les aidant ainsi à conserver des modes de vie active.
- **L'urbanisation change les préférences des consommateurs et impacte la distribution des LDP**
Le nombre de gens vivant en ville devrait atteindre plus de six milliards d'ici à 2050. Ces personnes reçoivent une meilleure éducation, sont plus sensibles aux marques et disposent de plus hauts revenus que leurs homologues ruraux, selon les Nations Unies. Les fabricants de produits laitiers commencent à pourvoir aux besoins de ces consommateurs avec des produits à valeur ajoutée tels que du lait enrichi et des yaourts à boire. L'urbanisation apporte également des changements de modes de distribution. En Arabie Saoudite, par exemple, l'approvisionnement des populations urbaines en croissance nécessite de transporter de plus en plus de produits laitiers en provenance des zones rurales.

.../...

COMMUNIQUE DE PRESSE

- **La classe moyenne émergente bénéficie d'un pouvoir d'achat tout nouveau**

La classe moyenne devrait connaître une croissance mondiale qui la fera passer de 430 millions de personnes en 2000 à 1.15 milliard d'ici à 2030. Ces consommateurs veulent et peuvent maintenant se permettre d'autres produits laitiers liquides, tels que du lait aromatisé, pour satisfaire leurs modes de consommation en évolution. En Chine, par exemple, les services marketing ciblent exclusivement la classe moyenne du pays avec des produits tels que le lait blanc haut de gamme à la marque Milk Deluxe de MengNiu.

Dennis Jönsson, Président et CEO de Tetra Pak a déclaré : "Dans de nombreux pays, les gens auront plus de temps, d'argent et d'éducation qu'ils n'en ont jamais eu par le passé. Ils seront aussi plus actifs et plein d'énergie. Comme les gens vivent plus longtemps, ils organisent aussi leur vie différemment. Les fabricants de produits laitiers, qui pourront satisfaire les désirs en constante évolution de cette catégorie démographique, concrétiseront de façon significative leurs opportunités de croissance."

La consommation de LDP de retour sur les rails

On prévoit que la consommation de lait et autres produits laitiers dans le monde connaisse un taux de croissance annuel cumulé (CAGR) de 2.4% de 2009 à 2012 — pour atteindre 283 milliards de litres. C'est une hausse de 0.2 % comparé aux prévisions antérieures de 2.2% de CAGR. La consommation mondiale de lait et autres produits laitiers a augmenté sur un an de 1.8% à 264 milliards de litres et la demande s'est fortement maintenue au cours du premier semestre de 2010.

Soutenue par des produits laitiers ambiant (à longue conservation) prêts à boire — avec un taux de croissance annuel cumulé prévu de 5.4% de 2009 à 2012 — on s'attend à ce que la consommation mondiale de produits laitiers atteigne 283 milliards de litres d'ici à 2012. La croissance la plus forte dans la catégorie des LDP ambiants prêts à boire est attendue dans les zones Asie Pacifique (8.7% CAGR), Amérique Latine (7.1% CAGR) et Afrique (6.9% CAGR).

Une consommation mondiale de lait blanc longue conservation plus forte que prévue — en hausse de 1.3% à 201 milliards de litres en comparaison avec l'année précédente — a contribué à l'amélioration des perspectives de consommation de produits laitiers dans son ensemble. L'Europe de l'Est et l'Afrique ont conduit l'augmentation de la catégorie du lait blanc, avec une croissance sur un an de 6.6% et 6.0% respectivement.

"C'est une période dynamique pour l'industrie laitière — avec un aliment de base abordable et nutritif, le lait, qui devient partie intégrante du régime alimentaire quotidien de plus en plus de personnes à travers le monde," a déclaré Dennis Jönsson.

* Les produits laitiers liquides incluent le lait blanc et d'autres produits tels que yaourt à boire, lait condensé non sucré, lait aromatisé, crème liquide, lait fermenté, lait concentré sucré, lait infantile et de croissance.

.../...

COMMUNIQUE DE PRESSE

TETRA PAK DAIRY INDEX

Le Tetra Pak Dairy Index est un rapport semestriel destiné à aider les industriels laitiers à identifier de nouvelles opportunités de croissance tout en dévoilant aux acteurs du marché, à travers une information précise et des données chiffrées, les grandes tendances de l'industrie laitière.

Les données contenues dans ce rapport proviennent de diverses sources internes et externes à Tetra Pak, analysées par ses experts du marché du lait. Le Tetra Pak Dairy Index contient également une analyse de l'industrie laitière proposée par Tetra Pak et fondée sur sa relation quotidienne avec ses clients industriels du monde laitier, les gouvernements, les organisations non-gouvernementales et les associations locales à travers la planète, afin de soutenir chaque aspect de la chaîne de valeur laitière.

Vous pourrez télécharger le Tetra Pak Dairy Index sur le site <http://www.tetrapak.com/dairyindex> ainsi que sur www.tetrapak.com/fr/marches/produits_laitiers/.

D'autres éléments (enregistrement de notre CEO, graphiques et photos) sont également disponibles sous ce lien à compter du 12 juillet 2010.

TETRA PAK

Tetra Pak est le leader mondial de solutions de traitement et de conditionnement de produits alimentaires. Travaillant en étroite collaboration avec nos clients et nos fournisseurs, nous proposons des produits sûrs, innovants et respectueux de l'environnement, qui répondent quotidiennement aux besoins de centaines de millions de consommateurs dans le monde entier. Présents dans plus de 170 pays avec un effectif de près de 22.000 personnes basées dans plus de 85 pays, nous croyons en un leadership industriel responsable, générant une croissance profitable et en harmonie avec une démarche de développement durable. Notre devise "PROTEGE CE QUI EST BON"TM reflète notre engagement : assurer la sécurité et la disponibilité en tous lieux, des produits alimentaires que nous traitons et conditionnons.

Pour plus d'informations sur Tetra Pak, visitez nos sites www.tetrapak.fr et www.tetrapak.com.

CONTACTS PRESSE

Linda Bernier

Director Corporate PR
Tetra Pak
+ 39 348 145 4229

Linda.Bernier@tetrapak.com

Eliane Fohlen-Weill

Tetra Pak France
+33 (0)1 56 47 50 59

eliane.fohlenweill@tetrapak.com

Giles Broom

O&CO for Tetra Pak
+41 79 305 2166

giles.broom@oandco.ch