

LA DOSE SEGMENTÉE

LE MARCHÉ

CES 20 DERNIÈRES ANNÉES ONT VU APPARAÎTRE L'ALIMENTATION SANTÉ ET SE DÉVELOPPER LES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES. DES FILIÈRES NAISSANTES QUI N'ONT PAS TOUJOURS FAIT BON MÉNAGE. ET POURTANT....

Nous, industriels des compléments alimentaires, avons été à la fois les observateurs et les acteurs de ce marché naissant. Nous avons participé durablement à légitimer ces nouveaux métiers en développant et en fabriquant des compléments alimentaires. Lesquels doivent désormais être « allégables ».

En effet, l'évolution du comportement du consommateur, qui se réapproprie sa bonne santé, après l'avoir déléguée de l'après-guerre à la fin des années 70, en prenant conscience de cette impérieuse nécessité de rester le plus longtemps possible en bonne santé pour profiter de l'allongement de la durée de vie (environ 13 ans au cours des 50 dernières années). Et, à bien y regarder, les 13 à 15 années d'espérance de vie gagnées ne le sont pas au début, ni à la fin de notre vie. Mais bien dans une période qui se situe entre 45 et 60 ans, et c'est justement dans cet intervalle que nous devons être particulièrement vigilants et faire évoluer nos habitudes alimentaires vers plus de fruits, de légumes, et, en règle générale, vers plus de variété – même si cela reste bien évidemment en vigueur tout au long de notre vie.

Le consommateur a très vite compris que la solution se trouvait dans son assiette, dans son alimentation. En une quarantaine d'années, nous sommes donc passés de l'aliment au « presque pré-médicament ».

▶ UNE LENTE ÉVOLUTION...

Dès les années 70, déjà, on parle d'aliments biologiques, de produits allégés ... A partir des années 80, les aliments « garantis en » ou « enrichis en » (en vitamines, en magnésium, etc ...) fleurissent sur les rayons. Ils donnent naissance par extension aux compléments alimentaires. Et depuis une dizaine d'années, nous attendons de ces aliments qu'ils nous préservent de l'apparition de maladie et qu'ils nous accompagnent jusqu'aux premiers symptômes, avant la maladie et avant donc le recours à la médecine traditionnelle. Le marché de l'alimentation santé était né !

Durant toutes ces années, le législateur s'est trouvé confronté à un véritable phénomène de société, où des aliments étaient présentés en « gélules », comme des médicaments, et où des produits d'origine alimentaire revendiquaient une allégation santé.

Sujet pas facile à résoudre. Cela s'est traduit par des délais importants avant de mettre en place une régle-

mentation qui protège à la fois le consommateur mais aussi les acteurs de la filière qui ont choisi la voie de la traçabilité, de la sécurité, de la qualité, et de la communication sur des bases scientifiques validées.

▶ ... VERS UN MARCHÉ SEGMENTÉ

On arrive donc tout naturellement à une segmentation du marché à partir de la dose ingérée. C'est elle qui définira le produit. En effet, si l'on mange un ingrédient à hauteur de 100 grammes par jour, c'est un aliment. Si l'on ingère un ingrédient à hauteur de 1 g à 10 g par jour, on va parler d'aliment fonctionnel. S'il s'agit de quelques milligrammes ou centaines de milligrammes par jour, ce sera un complément alimentaire. On a tous compris qu'à 1 mg / jour, c'était un médicament. La dose « fait » bien le produit, et c'est elle qui segmente le marché.

▶ CONSÉQUENCES

Les aliments fonctionnels s'appuieront sur des études épidémiologiques et seront donc portés par des grands groupes de l'industrie agro-alimentaire. Dans le domaine des compléments alimentaires (un secteur dans lequel le ratio marketing / scientifique se ré-équilibrera), nous passerons d'une supplémentation généraliste (en cas de carence réelle ou supposée) à des prises en charge de plus en plus spécialisées et qui iront jusqu'à une prise en charge personnalisée, passant par un conseil. Très rapidement donc arriveront sur le marché des médicaments à base de plantes médicinales et des compléments alimentaires qui pourront alléguer (article 13.5 et article 14) et seront objectivés sur des facteurs de risque de maladie.

Le corollaire de l'arrivée tardive de la réglementation (par ailleurs pas encore complètement précisée) et de l'évolution vers ces nouveaux positionnements produit, demandera à l'ensemble des acteurs de la filière des efforts importants pour rester sur ce marché de l'alimentation santé. Cela favorisera les regroupements d'entreprises pour faire face à ces nouveaux enjeux, notamment en matière de recherche, de développement et d'objectivation clinique sur une offre qui s'internationalise.

Philippe Laurent
Docteur en Pharmacie,
président du groupe 3i Nature

Product dosage makes the difference

OVER THE PAST 20 YEARS, WE HAVE WITNESSED THE BIRTH OF HEALTH FOODS AND THE DEVELOPMENT OF DIETARY SUPPLEMENTS; HOWEVER, THESE EMERGING INDUSTRIES HAVE NOT ALWAYS WORKED TOGETHER.

We, the manufacturers of dietary supplements, have been both the observers and players of this emerging market. We have promoted the sustainable development of these new trades and manufactured dietary supplements that must henceforth prove evidence for their "claims".

Indeed, there have been changes in consumers' behaviour, who are currently directly involved in the process of health capital preserving after having assigned this task to the other players during the post-war period and until the late '70s. Consumers have become aware of the importance of remaining in good shape / health as long as possible if willing to enjoy a longer life (approximately 13 years during the last 50 years). And, if we take a closer look, the extra years of life expectancy they have earned (13 - 15 years) do not lie at the beginning or end of our lives, but between the age of 45 and 60. It is precisely during this period of time that we must be especially vigilant and change our eating habits by integrating more fruits, vegetables, and, generally, a greater variety into our life style - even if these habits will obviously be kept during the rest of our lives.

The consumers quickly realized that the solution laid in their plate and diet. Within forty years, we have therefore passed from diet based on food on a diet which is based on "almost pre-medicines".

▶ A SLOW EVOLUTION...

As early as the '70s, we were already talking about organic foods, light products... Starting from the '80s, foodstuffs had a "guaranteed intake of" or were "enriched with" vitamins, magnesium, etc... and were becoming increasingly visible on the shelf space. By extension, they gave birth to dietary supplements. And over the past ten years, we have expected these foods to prevent the onset of diseases and accompany us until the first symptoms thereof. As a result, we resorted to traditional medicine and the health food market was born!

During all these years, the legislative bodies have dealt with a genuine social phenomenon in which food was presented under the form of "capsules", medicines, and food origin products were claiming health allegations.

It was not an easy task to solve. It took quite a time before enforcing a legislation that protects both the consumer and industry players who had chosen the path of traceability, security, quality, and product communication based on valid scientific results.

▶ ...TOWARDS A DIVIDED MARKET

Thus, we have naturally witnessed a segmentation of the market based on the ingested dose. It is according to the latter that the product status would be defined. Indeed, if we ingest 100 g of a certain ingredient per day, this product is a food. If we ingest 1 to 10 g ingredient per day, we will call it functional food. If we speak about a few milligrams or hundreds of milligrams per day, it will be a dietary supplement. And we all understand that at 1 mg / day, that product is a medicine. The dose "defines" the product and segments the market.

▶ CONSEQUENCES

Functional foods are based on epidemiological studies and carried out by large groups in the agri-food industry. In the field of dietary supplements (an area where the marketing / science ratio will be rebalanced), we passed from a general-target supplementation (recommended in the case of a real or supposed deficiency) to increasingly specialized intakes, going up to personalized care, via nutritional counselling. And quite recently, drugs based on herbal medicines and dietary supplements claiming health benefits were launched on the market (Article 13.5 and Article 14) and objectified on disease risk factors.

Due to the late development and implementation of regulations (not fully completed yet) and to the move towards new product positioning, all the players in the industry had to make major efforts in order to remain on this market for health food. All these fostered joint ventures and mergers so that the players may meet the new challenges, especially in the field of research, development and clinical objectification of products marketed on the global market.

Philippe Laurent
PhD in Pharmacy, CEO of 3i Nature Group