



Possibilités et défis de l'industrie canadienne des aliments fonctionnels et des produits de santé naturels

Il y a 2 400 ans, Hippocrate avait déjà établi un lien entre la nourriture et la santé et conseillait aux gens de faire de leur alimentation leur première médecine. De nos jours, que ce soit par choix ou par nécessité, les consommateurs recherchent des aliments qui, outre leurs avantages nutritionnels de base, permettent aussi d'améliorer le bien-être général, voire de prévenir la maladie. Afin de répondre à ces attentes, des chercheurs des sciences de l'alimentation développent des ingrédients à partir de plantes, d'animaux, de sources marines et de microorganismes qui promettent des résultats positifs sur la santé. L'intérêt croissant des consommateurs, la meilleure compréhension des liens entre l'alimentation et la santé, les coûts accrus des soins de santé et le vieillissement de la population sont des facteurs qui alimentent le marché insatiable des aliments fonctionnels et des produits de santé naturels (AFPSN) (voir le glossaire).

Il est difficile d'insérer les AFPSN dans les systèmes de classification standard des industries (système de classification des industries de l'Amérique du Nord [SCIAN] ou système harmonisé [codes SH]), car ils recoupent de nombreuses catégories agroalimentaires. Selon les références, on peut considérer les AFPSN comme des aliments conventionnels, de spécialité, ethniques ou médicaux, ou encore comme des produits nutraceutiques, voire pharmaceutiques. Toutefois, l'importance de l'industrie des AFPSN dans l'économie canadienne fait consensus. D'après une enquête sur les AFPSN réalisée par Statistique Canada pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, cette industrie a généré 11,3 milliards de dollars de revenus en 2011 (Statistique Canada, 2013a).

Le présent rapport apporte un complément d'information sur l'industrie canadienne des AFPSN, notamment sur le profil et les préférences des consommateurs, la taille et la performance du marché, les enjeux d'approvisionnement, les défis liés à la main-d'œuvre, l'investissement étranger direct, les circuits de distribution, les enjeux réglementaires et les activités de recherche-développement (R-D). Il compile et analyse des données de diverses sources, dont sondages d'opinion publique, études de marché et sources gouvernementales, données sur les possibilités des marchés intérieurs et d'exportation ainsi que les tendances anticipées.

Profil et préférences des consommateurs

Il est primordial de s'intéresser à la perception des consommateurs à l'égard des aliments fonctionnels et aux facteurs qui motivent leurs comportements d'achat pour réussir la commercialisation de ce type de produits. Comme l'information sur les désirs et les besoins des consommateurs canadiens change continuellement, l'industrie a de la difficulté à évaluer les conditions de marché, à innover et à développer de nouveaux produits rapidement. Toutefois, de récentes enquêtes ont pu brosser un portrait des comportements d'achat des consommateurs. D'après un rapport Ipsos Reid de 2012, 98 % des personnes sondées avaient acheté des aliments fonctionnels l'année précédente, que ce soit sous forme

d'aliments ou de boissons. Les produits les plus populaires étaient les céréales (p. ex., à grains entiers, à forte teneur en fibres ou enrichies en oméga-3 ou en oméga-6), les collations santé, les yogourts probiotiques et les jus (enrichis en éléments nutritifs, en antioxydants, etc.). Quant aux ingrédients fonctionnels, les plus recherchés étaient les fibres (87 %), les vitamines et minéraux (86 %), les protéines (85 %) et les oméga-3 (80 %). D'autre part, plus de 8 Canadiens sur 10 avaient consommé des produits de santé naturels (PSN), les plus courants étant les vitamines et les minéraux (71 %), les oméga-3 et les acides gras essentiels (45 %), les probiotiques (34 %) et les antioxydants (33 %). Pour ce qui est des intentions futures d'achat, 56 % des répondants ont dit qu'ils achèteraient probablement ou certainement des PSN (Ipsos Reid, 2012).

Dans un autre sondage d'opinion publique, 39 % des répondants ont déclaré que le manque de connaissance sur les PSN était un obstacle majeur dans ces marchés (Ipsos Reid, 2011). L'intérêt pour les bienfaits santé des AFPSN et la demande d'ingrédients fonctionnels tendent à être plus forts lorsque les produits affichent des allégations santé approuvées par le gouvernement canadien (AAC, 2011a).

L'industrie prévoit une hausse de la demande de PSN au cours des prochaines années, en particulier pour la glucosamine, les probiotiques, les stérols estérifiés, les protéines de lactosérum et les oméga-3 (AAC, 2011b). Des produits populaires fabriqués au Canada témoignent de cette tendance, notamment les margarines enrichies en phytostérols, les boissons à base d'herbes, les aliments enrichis en fibres solubles et les yogourts probiotiques (Statistique Canada, 2013a).

Les développeurs d'aliments fonctionnels ont commencé à cibler dans leurs efforts de commercialisation des segments de population comme la population vieillissante, les jeunes adultes et les mères. Les consommateurs vieillissants sont attirés entre autres par les produits à tartiner, les laits et yogourts qui peuvent réduire le taux de cholestérol. Les parents sont, pour leur part, portés vers les produits bénéfiques pour la santé de leurs enfants, comme les produits enrichis en oméga-3 et en DHA (acide hexanoïque), lesquels sont favorables au développement du cerveau. Compte tenu de l'influence qu'ont les enfants sur les dépenses des ménages dans les marchés développés de l'Amérique du Nord, de l'Europe occidentale, de l'Asie et de l'Australasie, les aliments fonctionnels qui ciblent les enfants ont des chances de succès, car il s'agit d'une tendance qui s'accroît (AAC, 2011b).

Les consommateurs tendent à être prudents vis-à-vis des allégations santé qui sont affichées sur les emballages, en partie parce que les médias fournissent des interprétations contradictoires des avancées scientifiques. Même si les régimes de réglementation ont évolué pour composer avec l'incertitude scientifique liée à la sécurité des aliments nouveaux, aux nouvelles technologies et à l'efficacité des ingrédients bioactifs, certains consommateurs se tournent au contraire vers les aliments de base, évitant les aliments auxquels des vitamines, des minéraux ou d'autres ingrédients bioactifs ont été ajoutés. Le phénomène fait porter aux fabricants la responsabilité de s'assurer qu'ils disposent d'études scientifiques fiables pour appuyer leurs allégations. Puisque près d'un Canadien sur quatre évalue ses comportements alimentaires et son état de santé comme étant de passable à mauvais, et que la plupart des Canadiens déclarent avoir tenté quelque chose pour améliorer leurs habitudes de consommation d'aliments et de boissons au cours de la dernière année (Fondation canadienne de la recherche en diététique, 2013), il existe des possibilités pour inciter les Canadiens à changer leurs comportements.

Taille et performance du marché

Bien que les auteurs des études de marché puissent débattre des critères utilisés pour catégoriser les AFPSN et de la méthodologie sous-jacente pour définir ce marché, ils s'entendent tous pour dire que la demande mondiale d'AFPSN est en croissance exponentielle. Des AFPSN novateurs sont lancés

continuellement, et la concurrence dans le domaine est féroce. On prévoit que le marché mondial des AFPSN continuera de croître à un taux annuel de 8 à 14 % et qu'il dépassera la croissance du marché des aliments transformés conventionnels pour atteindre environ 477 milliards de dollars américains en 2015 (Nutrition Business Journal, 2013)¹.

Contrairement à d'autres pays, comme aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Japon, les AFPSN sont relativement nouveaux au Canada et présentent encore un fort potentiel de croissance. Compte tenu de l'offre abondante de matières premières de qualité qui sont facilement accessibles, il n'est pas étonnant que le marché intérieur absorbe près de 75 % de la production actuelle de l'industrie de la transformation des aliments et des boissons. Parmi les aliments fonctionnels les plus populaires, notons le lait enrichi, le yogourt, les huiles, les pains à teneur élevée en fibres et les produits de boulangerie sans gluten et biologiques. À l'avenir, on prévoit que le yogourt prébiotique et(ou) probiotique à boire connaîtront une croissance supérieure à la moyenne au Canada (Euromonitor, 2013a).

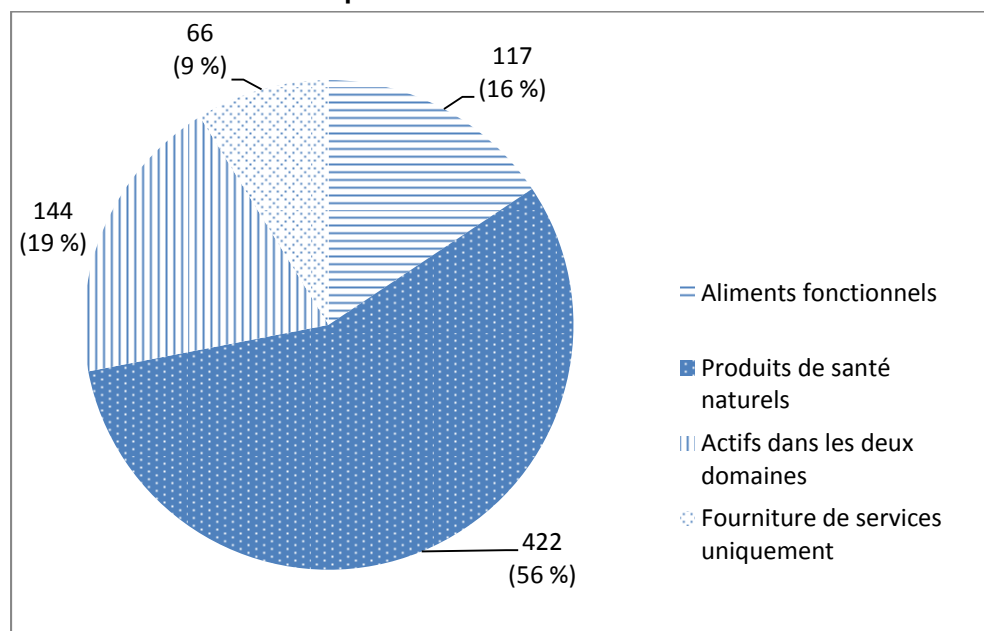
Grâce à ses nombreux avantages concurrentiels, le Canada offre de grandes opportunités économiques pour répondre à la demande mondiale croissante. Les exportations de l'industrie sont majoritairement composées de PSN (1,3 sur 1,7 milliards de dollars). Près de la moitié des revenus générés par les exportations canadiennes d'AFPSN proviennent des États-Unis, suivi par l'Union européenne, la Chine et le Japon (Statistique Canada, 2013a).

Malgré une part des ventes mondiales relativement faible (environ 2,5 %) (Nutrition Business Journal, 2013), le Canada jouit d'une excellente réputation en tant que fournisseur d'AFPSN de grande qualité. En fait, le secteur des AFPSN est le segment de l'industrie agricole et agroalimentaire canadienne qui connaît la croissance la plus rapide. Enregistrant des revenus de 11,3 milliards de dollars et des exportations de 1,7 milliards de dollars, ce secteur est important comparativement aux revenus globaux générés par les produits alimentaires (92,8 milliards de dollars) et les exportations de produits alimentaires (24,6 milliards de dollars) (Statistique Canada, 2013a). L'économie canadienne affiche une croissance relativement stable de la production, des revenus et des dépenses des ménages et une progression de la demande de produits qui favorisent la santé et le mieux-être. Cette croissance offre à l'industrie agricole et agroalimentaire la possibilité de développer de nouveaux AFPSN destinés aux marchés intérieurs et d'exportation. On estime que les ventes d'AFPSN au Canada ont progressé d'environ 9 % de 2012 à 2013 (Nutrition Business Journal, 2013), ce qui laisse supposer un grand potentiel de croissance.

Lorsque Statistique Canada a sondé 750 établissements canadiens actifs dans l'industrie des AFPSN en 2011, les établissements de PSN avaient tendance à se spécialiser exclusivement dans ce type de produits. En revanche, les établissements produisant des aliments fonctionnels tiraient aussi des revenus d'autres activités commerciales. Les établissements qui exerçaient des activités à la fois dans les aliments fonctionnels et les PSN tiraient des revenus quasi égaux des deux types de produits. Le revenu annuel moyen d'un établissement produisant des aliments fonctionnels était de 38 millions de dollars, celui d'un établissement de PSN, de 7 millions de dollars, tandis que l'établissement touchant à la fois aux aliments fonctionnels et aux PSN gagnait typiquement 23 millions de dollars. Le revenu moyen d'une ligne d'aliments fonctionnels était de 1,2 millions de dollars, contre 0,2 millions de dollars pour une ligne de PSN (Statistique Canada, 2013a). La figure 1 ventile les établissements canadiens actifs dans les aliments fonctionnels et les PSN par sous-secteur.

¹ À noter que la définition des aliments fonctionnels du *Nutrition Business Journal* est plus large que celle du Statistique Canada qui figure dans le glossaire de ce rapport. La première englobe tous les aliments assortis d'une allégation valide, les aliments enrichis d'ingrédients bénéfiques pour la santé et les aliments qui allèguent ou qui sont perçus comme ayant des bienfaits considérables pour la santé ou la performance.

Figure 1 : Établissements produisant des aliments fonctionnels et des produits de santé naturels ventilés par sous-secteur



Nota : Les chiffres ayant été arrondis, il se peut que le total diffère de la somme des éléments

Source : Statistique Canada (2013a), Résultats de l'enquête sur les aliments fonctionnels et les produits de santé naturels de 2011.

Les nouveaux produits lancés par l'industrie des AFPSN affichent un taux d'échec élevé, en partie à cause du manque d'études de marché. L'accroissement des parts de marché se fait donc généralement par l'amélioration des marges et la fidélisation de la clientèle (Hobbs, 2002). Malgré les caractéristiques uniques des aliments fonctionnels sur le plan nutritif et de la santé, ces produits concurrencent encore les aliments conventionnels pour gagner des parts de marché et de l'espace dans les magasins de détail. Par conséquent, le succès de l'industrie est influencé, non seulement par la grande variété de produits, mais aussi par les différents segments de marché et la conjoncture économique (Hobbs, 2002).

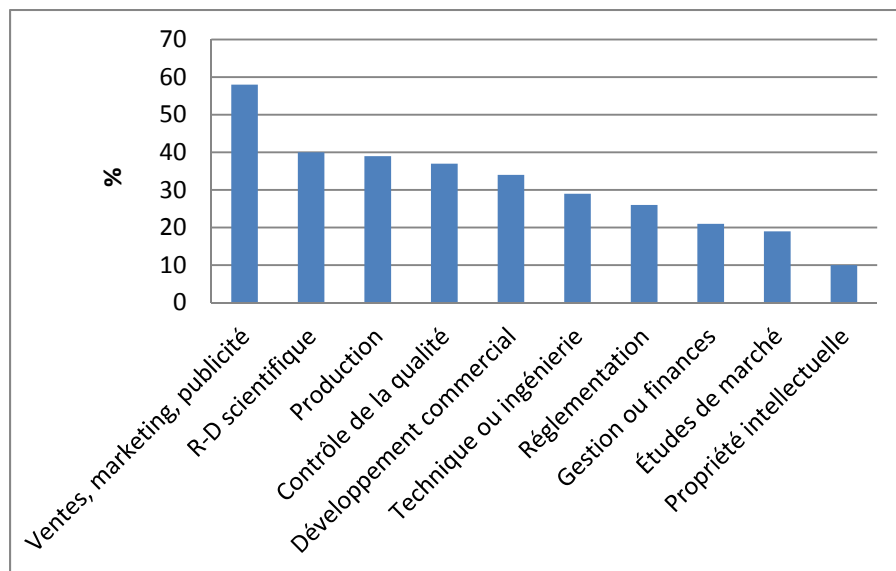
Enjeux d'approvisionnement

La qualité et la disponibilité à l'année des produits étaient les facteurs déterminants les plus importants pour la sélection de fournisseurs par les sociétés d'intrants agro-industriels d'autres pays, même si de tels intrants pouvaient être obtenus de sources canadiennes (Statistique Canada, 2013a). En fait, la disponibilité à l'année des produits, l'approbation réglementaire et d'autres facteurs pèsent plus lourd dans la balance que les coûts moindres. Un fabricant d'AFPSN sur trois utilisait des substances bioactives ou médicinales issues de fleurs, d'herbes et d'épices; de fruits; et de fruits de mer ou autres produits de la mer. Ces intrants étaient principalement importés, alors que d'autres comme les produits laitiers, les oléagineux, les grains et les céréales étaient achetés autant au Canada qu'à l'étranger (Statistique Canada, 2013a). Les raisons pour lesquelles ces intrants sont achetés à l'étranger sont notamment la courte saison de croissance au Canada liée à son climat nordique, et l'insuffisance de volumes (p. ex., les topinambours et la chicorée qui servent à la production d'inuline, l'argousier qui sert à la production d'antioxydants) qui rend l'approvisionnement imprévisible ou insuffisant. Il est possible d'assurer un approvisionnement stable en ingrédients fonctionnels en concluant des contrats ou des ententes particulières (Hobbs, 2002). En raison de sa complexité, cette industrie se prête à la constitution de nouveaux partenariats de chaînes d'approvisionnement (alliances stratégiques et coentreprises) entre des fournisseurs d'intrants, des agriculteurs, des chercheurs et des transformateurs d'aliments.

Défis liés à la main-d'œuvre

En 2011, 90 % des établissements d'AFPSN sondés (12 %) ont indiqué qu'ils avaient des postes vacants, et presque 60 % de ces postes étaient dans des établissements de PSN (Statistique Canada, 2013a). En général, les compétences les plus difficiles à trouver, mais tout de même considérées essentielles à l'atteinte des objectifs stratégiques à long terme, étaient dans les secteurs de la vente, du marketing et de la publicité, de la R-D scientifique et de la production (voir la figure 2).

Figure 2 : Types de postes vacants dans les établissements produisant des aliments fonctionnels et des produits de santé naturels



Source : Statistique Canada (2013a). Données tirées de l'Enquête sur les aliments fonctionnels et les produits de santé naturels de 2011.

Les établissements de PSN sont ceux qui ont déclaré le grand nombre de postes vacants au niveau de la production et du contrôle de la qualité. Les établissements d'aliments fonctionnels sont ceux qui ont le plus besoin de personnel en R-D, en production et ingénierie. Les principales raisons pour lesquelles ces postes sont à pouvoir sont que les candidats manquent de qualifications et ont des exigences salariales trop élevées. Certains établissements d'AFPSN ont résolu le problème en concluant des partenariats ou des contrats à l'extérieur de leur entreprise pour obtenir les services de ressources spécialisées. Tout juste un cinquième des entreprises avait recours à des ententes de collaboration pour combler ses besoins, dans des secteurs comme l'expertise scientifique et la R-D, les nouveaux circuits de mise en marché ou de distribution, les installations de production ou de transformation et les questions de réglementation. En tout, 43 % des établissements (la plupart étant des établissements de PSN) avaient donné en sous-traitance des questions qui exigent des compétences spécialisées, notamment pour traiter des questions réglementaires, faire des essais cliniques, faire des produits sur demande ou adapter des recettes et effectuer un contrôle de la qualité (Statistique Canada, 2013a).

Investissement étranger direct

Le Canada est une destination importante pour l'investissement étranger direct (IED) dans l'industrie des AFPSN. En fait, 40 % des projets d'IED touchent à l'industrie des AFPSN. En 2010, l'IED global dans le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons s'élevait à 22,7 milliards de dollars. De 2003 à 2011, près de 100 sociétés étrangères ont démarré de nouveaux projets d'IED (c.-à-d. créer un nouvel établissement) dans le secteur des aliments et des boissons au Canada (Investir au Canada,

2012). Statistique Canada rapporte que 110 établissements ont tenté de réunir des capitaux pour produire des AFPSN en 2011. Parmi les 58 établissements qui ont réussi à réunir 42 millions de dollars, presque 60 % étaient des établissements de PSN. Les fonds provenaient surtout de sources traditionnelles (banques, coopératives de crédit, émission initiale d'actions), d'investisseurs providentiels et du programme d'aide à la recherche industrielle au Canada (Statistique Canada, 2013a).

Le Canada a accueilli des multinationales comme Archer Daniels Midland Agri-Industries, Bayer Crop Science, Bunge, Cargill, Coca-Cola, Groupe Danone, Mona Vie, Nestlé et Ocean Spray Cranberries. Ces entreprises ont été attirées par le généreux traitement fiscal favorable à la R-D et par l'accès à des ressources naturelles de grande qualité, les systèmes canadiens d'inspection des aliments et de réglementation qui jouissent d'une réputation internationale, les faibles taux d'imposition des sociétés, le nombre impressionnant de brevets enregistrés dans le domaine alimentaire, le faible coût des services publics (tarifs industriels du gaz et de l'électricité), la stabilité financière, la main-d'œuvre hautement compétente et la présence de chercheurs et de centres de développement des aliments spécialisés (Investir au Canada, 2012).

Circuits de distribution et points de vente

Selon les données de Statistique Canada, les établissements actifs à la fois dans les aliments fonctionnels et les PSN préféraient les circuits de distribution directe aux détaillants. La deuxième préférence des établissements actifs seulement dans les PSN était la distribution directe à d'autres fabricants et grossistes, tandis que les établissements actifs seulement dans les aliments fonctionnels avaient comme deuxième choix des circuits de distribution non traditionnels (Statistique Canada, 2013a).

Autrefois considérés comme des produits de niche, les AFPSN n'étaient offerts généralement que dans les détaillants et les magasins d'alimentation spécialisés, et les marchés fermiers. Toutefois, avec la demande croissante de la part du grand public, les AFPSN se retrouvent maintenant dans les circuits de distribution plus traditionnels des épicerie et des détaillants de masse. En fait, les magasins d'aliments naturels arrivent maintenant seulement au quatrième rang des points de vente au détail les plus fréquentés pour l'achat de PSN. Les Canadiens qui achètent des PSN sont plus susceptibles de se les procurer dans les épicerie (65 %), les pharmacies (59 %) ou chez les détaillants de masse (47 %) (Ipsos Reid, 2012).

Les produits de marque maison comptent pour une petite portion des aliments fonctionnels emballés. Pour réussir à offrir des produits alimentaires fonctionnels dans les magasins au Canada, il faut habituellement investir considérablement dans le développement de produits et l'approbation réglementaire; par conséquent, les produits offerts sont limités, et ils se retrouvent généralement dans les grandes chaînes de magasins à succursales comme Loblaws, Sobeys et Métro (Euromonitor, 2013b).

Les détaillants essaient de nouveaux concepts pour attirer les consommateurs d'AFPSN. Par exemple, le nouveau fleuron de Loblaws à Toronto (celui du Maple Leaf Gardens) offre des aliments et des boissons santé, des produits biologiques, ainsi que les services de diététistes en magasin pour aider les consommateurs à faire des choix plus sains (Euromonitor, 2013b).

Cadre réglementaire

Le Canada encadre les AFPSN et les allégations santé connexes, en se fondant sur des preuves scientifiques et en tenant compte du degré de risques pour la santé et la sécurité des consommateurs. La réglementation des AFPSN est une compétence partagée entre la Direction des aliments de Santé

Canada et sa Direction des produits de santé naturels. L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) veille à la conformité réglementaire des aliments (dont les aliments fonctionnels), et Santé Canada, à celle des PSN. Un environnement règlementaire rigoureux favorise l'établissement et le maintien de la confiance des consommateurs et des acheteurs dans la réputation du Canada comme fournisseur d'aliments et d'ingrédients salubres et de qualité supérieure.

Les établissements actifs dans les AFPSN croient que les exigences réglementaires et en matière d'étiquetage sont les plus grands obstacles à la production et au développement de produits. Parmi les autres obstacles, ils ont indiqué le manque de connaissance et d'acceptation du public ainsi que la difficulté d'obtenir des ressources humaines et des renseignements (Statistique Canada, 2013b). La majorité des entreprises (79 %) avaient communiqué avec un organisme de réglementation au cours de la dernière année afin d'obtenir des renseignements, le plus souvent concernant des questions d'étiquetage et de publicité, la soumission d'allégations santé concernant des aliments et la désignation d'aliments nouveaux (Statistique Canada, 2013a).

En scrutant plus à fond les données de l'enquête de Statistique Canada, on constate que tous les sous-secteurs des AFPSN partagent les mêmes préoccupations concernant les exigences réglementaires et en matière d'étiquetage et croient qu'elles constituent des obstacles à la production et au développement de produits au Canada et à l'étranger (Statistique Canada, 2013b). De plus, les petits établissements (de 20 à 49 employés) ressentent plus fortement le fardeau de la réglementation. À noter que les sociétés exportant dans au moins trois pays sont souvent moins perturbées par les enjeux réglementaires (Statistique Canada, 2013b). L'expérience que ces sociétés ont acquise dans un régime réglementaire renforce peut-être leur capacité de s'orienter dans les dédales des autres réglementations.

Les établissements qui perçoivent les exigences réglementaires comme des obstacles à la production et au développement de produits sont plus enclins à collaborer ou à faire appel à des ressources extérieures expertes (Statistique Canada, 2013b). Afin de pouvoir se conformer aux exigences réglementaires et en matière d'étiquetage des marchés intérieurs et internationaux, 53 % des entreprises ont indiqué qu'il était important de collaborer avec d'autres entités (p. ex., autres entreprises, universités), et près d'un cinquième des établissements a confié en sous-traitance l'expertise réglementaire (Statistique Canada, 2013b). Dans certains cas, une telle assistance était nécessaire en raison de postes vacants, 26 établissements ayant déclaré avoir un poste à pourvoir qui exigeait des compétences en matière de réglementation.

Avec la prolifération des aliments fonctionnels sur le marché, les allégations santé sont une façon de communiquer aux consommateurs les atouts santé offerts par les aliments à formulation spéciale (Jew et al., 2008). Les entreprises qui sont incapables de faire des allégations santé peuvent se retrouver à développer moins de lignes de produits, malgré leur potentiel de succès commercial (Herath et al., 2008).

À l'instar de l'Union européenne, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, le Canada exige que les allégations santé soient fondées sur des données scientifiques. Selon le type d'allégation, les entreprises peuvent être tenues de préparer un dossier sur l'efficacité, la posologie à respecter et les effets potentiellement indésirables. Les entreprises qui songent à utiliser une allégation santé doivent prévoir dans leur plan d'affaires du temps pour la préparation et l'étude de la demande d'allégation santé.

En dépit de leurs prix relativement élevés, les huiles et les graisses à tartiner fonctionnelles, comme la Becel Pro-Activ avec phytostérols, continuent de gagner des parts de marché, ce qui illustre l'importance du rôle des allégations fondées sur des données scientifiques. Or, le manque d'allégations approuvées pour les probiotiques n'a pas empêché la croissance des produits laitiers probiotiques, les entreprises de

ces produits s'étant concentrées sur le goût, la qualité, la teneur en protéines et la popularité du yogourt grec. L'expansion de la gamme de suppléments probiotiques qui remportent du succès, comme Align, peut nuire à demande globale et aux ventes de yogourt fonctionnel (Euromonitor, 2013a).

En ce qui a trait aux boissons, les boissons énergisantes ont pris de l'importance en 2012 lorsque Santé Canada a modifié leur statut réglementaire pour les considérer comme des aliments plutôt que comme des PSN. Le nouveau règlement oblige que les boissons énergisantes présentent un tableau de leurs valeurs nutritives, limitent leur teneur en caféine à 180 mg par portion et affichent des avertissements concernant les mélanges avec de l'alcool. Or, les doses uniques de boissons énergisantes sont du ressort de la réglementation sur les PSN et ne sont pas assujetties à la limite de 180 mg de caféine par portion (Santé Canada, 2011).

Même si le Canada a une politique bien définie sur l'enrichissement obligatoire de certains produits (comme le remplacement d'éléments nutritifs perdus en cours de transformation ou l'enrichissement d'aliments pour des raisons de santé publique), l'enrichissement discrétionnaire de produits au-delà de certaines concentrations fait l'objet d'une évaluation au cas par cas. Santé Canada devrait annoncer de nouvelles politiques en matière des aliments supplémentés en 2014.

Le cadre réglementaire du Canada continuera d'évoluer à la suite des pressions qui sont exercées par les marchés, les avancées scientifiques et les dernières tendances de développement de produits. L'approbation du stevia comme ingrédient dans les aliments et les boissons illustre cette évolution réglementaire (Euromonitor, 2013b).

Recherche et développement

Selon les données de l'enquête de Statistique Canada, les dépenses de R-D dans l'industrie des AFPSN s'élevaient à 238 millions de dollars en 2011. En pourcentage des revenus, les dépenses de R-D consacrées aux PSN représentaient deux fois et demie celles consacrées aux aliments fonctionnels (0,8 %). Dans l'industrie des AFPSN, les brevets ne sont pas le principal instrument de protection de la propriété intellectuelle utilisé par les fabricants. Ces derniers privilégient en premier lieu le secret industriel (181 entreprises), suivi par la marque de commerce (175 entreprises) et les brevets (94 entreprises) (Statistique Canada, 2013a).

Exemple concret du Canada, chef de file dans le marché du chanvre

La proximité géographique des États-Unis, joueur agricole et agroalimentaire majeur et partenaire commercial privilégié du Canada, offre des possibilités uniques au Canada. Le chanvre en est un très bon exemple. Le Canada qui a légalisé la culture du chanvre en 1998 a pu profiter d'une longueur d'avance de dix années sur les États-Unis pour développer la culture, la transformation et la distribution du chanvre alimentaire, et se conformer à la réglementation visant ce produit. Le Canada est devenu le premier producteur mondial de graines et de sous-produits de chanvre alimentaire. Reconnu pour ses dérivés (graines, huile, tourteau, protéines et fibres), les exportations canadiennes de chanvre s'élève à 21 millions de dollars, dont le tiers est écoulé aux États-Unis (Statistique Canada, 2013c). D'après des estimations récentes, malgré le manque de données précises sur la taille du marché américain, les ventes annuelles au détail de produits de chanvre dépasseraient les 300 millions de dollars (Congressional Research Service, 2013).

Perspectives d'avenir

Avec la reprise économique et la confiance renouvelée des consommateurs, des facteurs autres que le prix motivent les décisions d'achat, notamment la recherche de produits éthiques, d'aliments entiers, d'emballage fonctionnel, de nutrition simplifiée et de commodité. Les possibilités abondent pour

développer de nouveaux marchés, former des partenariats et explorer des sources de financement participatif.

On prévoit une croissance du marché des aliments fonctionnels, en particulier pour les substituts de gras trans et de sodium, les solutions de remplacement du sucre, les aliments sans allergènes (comme les aliments sans gluten), les produits « clean label », les aliments entiers, les substances bioactives naturelles, les ingrédients issus de la nutriginomique, les produits à teneur élevée en protéines et les produits issus de nouvelles technologies. Il est possible d'innover dans les PSN dans les domaines de la santé des articulations, du métabolisme musculaire, de la santé cognitive, de l'endurance énergétique à l'aide d'autres substances que la caféine, de la gestion du poids et de la santé digestive (AAC, 2012).

La demande mondiale en AFPSN devrait atteindre 477 milliards de dollars en 2015 (Nutrition Business Journal, 2013). Elle sera portée par l'essor de la classe moyenne, la recherche de produits de bonne réputation et le désir d'optimiser la santé. La demande accrue en AFPSN au pays et à l'étranger ne montre aucun signe de fléchissement, et les fabricants et fournisseurs canadiens se préparent à relever ce défi. Forte de son accès aux ressources naturelles, du cadre réglementaire canadien de réputation mondiale fondé sur des données scientifiques, de son approvisionnement stable en ingrédients sains et de qualité supérieure, de l'appui de chercheurs compétents et de centres de développement de produits alimentaires, de son accès au marché nord-américain et de la stabilité de son économie, l'industrie canadienne des AFPSN est particulièrement bien placée pour saisir les opportunités qui se présenteront.

La base de données sur les aliments fonctionnels et les produits de santé naturels d'Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit une liste exhaustive des entreprises canadiennes qui offrent des produits et services dans ce secteur (www.agr.gc.ca/AFNbasededonnees).

Glossaire

Substance bioactive : substance dont l'effet favorable sur la santé a été démontré ou allégué. Dans le contexte des aliments, les substances bioactives incluent les nutriments (p. ex., les vitamines et les minéraux) et les non-nutriments (p. ex., des microbes vivants) qui peuvent être inhérents ou ajoutés aux aliments.

Aliments fonctionnels : aliments qui sont semblable en apparence aux aliments conventionnels, qui font partie de l'alimentation normale, et qui procurent des bienfaits physiologiques démontrés et/ou qui réduisent le risque de maladie chronique au-delà des fonctions nutritionnelles de base. Les aliments fonctionnels ont été activement améliorés avec des substances bioactives (p. ex., probiotiques, acides gras oméga-3, stérols) au cours de leur production.

Les produits de santé naturels : des produits de source naturelle qui sont utilisés pour le rétablissement ou le maintien d'une bonne santé. Souvent désignés comme des produits de médecine alternative complémentaire, parfois comme des produits nutraceutiques, les produits de santé naturels sont offerts sous diverses formes (comprimé, capsule, teinture, solution, crème, onguent, gouttes). Les produits de santé naturels peuvent être des vitamines, des minéraux, des acides aminés, des acides gras essentiels, des remèdes à base de plantes médicinales, des remèdes homéopathiques, des remèdes traditionnels et des probiotiques.

Références

- AAC (2011a). Allégations de réduction du risque de maladies et allégations thérapeutiques : des possibilités pour le secteur agroalimentaire canadien. Agriculture et Agroalimentaire Canada. www.agr.gc.ca/fra/?id=1317322878321.
- AAC (2011b). Tendances canadiennes et mondiales du marché des aliments de santé et de mieux-être. Rapport d'analyse de marché. Agriculture et Agroalimentaire Canada. www.ats-sea.agr.gc.ca/inter/4367-fra.htm.
- AAC (2012). Produits, technologies et processus alimentaires en émergence : perspectives pour les régulateurs. Agriculture et Agroalimentaire Canada. www.agr.gc.ca/fra/?id=1339618362423.

- Congressional Research Service (2013). Hemp as an Agricultural Commodity. CRS Report for Congress. RL32725.
- Euromonitor International (2013a). Passport – Fortified/Functional Packaged Food in Canada.
- Euromonitor International (2013b). Passport – Health and Wellness in Canada.
- Fondation canadienne de la recherche en diététique (2013). Tracking Nutrition Trends.
- Herath, D, Cranfield, C, Henson, S, and Sparling, D (2008). Firm, market, and regulatory factors influencing innovation and commercialization in Canada's functional food and nutraceutical sector. *Agribusiness* 24(2): 207–230.
- Hobbs, JE (2002). Evolving supply chains in the nutraceuticals and functional foods industry. *Canadian Journal of Agricultural Economics* 50(4): 559–568.
- Investir au Canada (2012). Aliments fonctionnels et produits de santé naturels : avantages concurrentiels du Canada. Affaires étrangères et Commerce international. http://publications.gc.ca/collections/collection_2012/aecic-faitc/FR5-38-19-2012-fra.pdf.
- Ipsos Reid (2011). Natural Health Product Tracking Survey – 2010 Final Report. <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/health/2011/135-09/report.pdf>.
- Ipsos Reid (2012). Healthy Foods & Ingredients: Surveying the Canadian Consumer.
- Jew, S, Vanstone, CA, Antoine, J-M, and Jones, PJH (2008). Generic and product-specific health claim processes for functional foods across global jurisdictions. *Journal of Nutrition*, Supplement 138(6): 1228S–1236S.
- Nutrition Business Journal (2013). The Highest Common Denominator. *Nutrition Business Journal* 18: 1–9.
- Santé Canada (2011). Approche de gestion des boissons énergisantes contenant de la caféine proposée par Santé Canada. www.hc-sc.gc.ca/fn-an/legislation/pol/energy-drinks-boissons-energisantes-fra.php.
- Statistique Canada (2013a). Résultats de l'enquête sur les aliments fonctionnels et les produits de santé naturels, 2011. www.statcan.gc.ca/pub/18-001-x/18-001-x2013001-fra.htm.
- Statistique Canada (2013b). Résultats de l'enquête sur les aliments fonctionnels et les produits de santé naturels, 2011 (données non publiées).
- Statistique Canada (2013c). CATSNET Analytics. Canadian Domestic Exports of Hemp.

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. 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 les conséquences des décisions qui pourraient être prises en fonction de ces renseignements.

La présente ne doit en aucun cas être considérée comme une approbation par Agriculture et Agroalimentaire Canada des entreprises qui y sont mentionnées.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2014)

N° de cat. A72-125/2014F-PDF

ISBN 978-0-660-22602-6

N° AAC 12286F

Version électronique disponible à www.agr.gc.ca/afn-ffn

Also available in English under the title:

Opportunities and Challenges Facing the Canadian Functional Foods and Natural Health Products Sector

Cette publication peut être reproduite dans sa totalité sans autorisation dans la mesure où la source est indiquée en entier.