Agriculture et Agroalimentaire Canada | Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

Quoi de neuf en C.-B.?

Printemps 2013

PLEINS FEUX SUR :

LES ALIMENTS DITS « SANS »

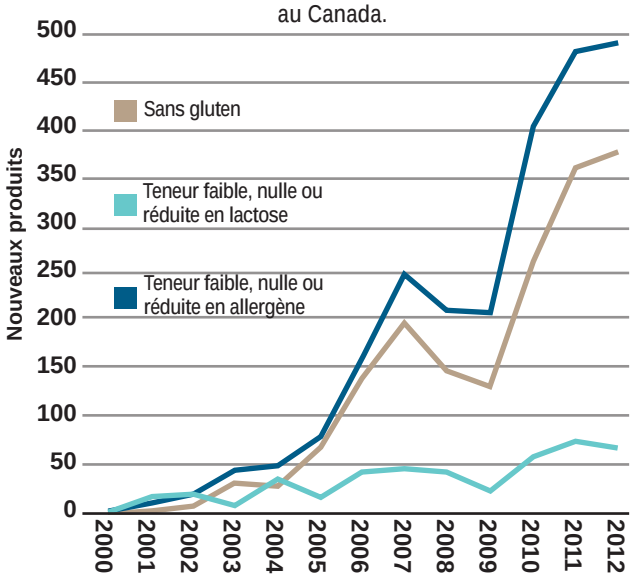
Les aliments sans gluten, lactose ou autres allergènes

Un marché en pleine expansion

La poussée des aliments dits « sans » se poursuit sans relâche sur le marché canadien depuis dix ans. Alors qu'autrefois les consommateurs devaient lire soigneusement la liste des ingrédients sur les emballages, des rayons entiers de supermarché sont maintenant consacrés aux aliments sans gluten, sans lactose et sans allergènes – sans compter les autres catégories telles que les aliments kosher ou végétaliens. Selon un rapport Euromonitor de 2011, le marché canadien des produits visant les intolérances alimentaires se situe au dixième rang dans le monde avec une valeur de 161,3 M$US (le marché américain, à 3,4 G$US, est le plus important, suivi de celui de l'Allemagne à 828,3 M$US).

La nouvelle popularité des produits dits « sans » est dans une grande mesure la conséquence de la prise de conscience du public et de la place faite par les médias aux intolérances et aux allergies alimentaires. Ce secteur a également été stimulé sur le marché général par des livres grand public, des émissions de télévisions et des prises de position de célébrités. Par exemple, le livre *Wheat Belly : Lose the Wheat, Lose the Weight, and Find Your Path Back to Health*, du cardiologue William Davis, qui traite des avantages de l'élimination du blé dans le régime alimentaire indépendamment de toute intolérance, fait encore partie, après plus de 40 semaines, de la liste des best-sellers du New York Times. En Colombie-Britannique, l'exposition « sans gluten » organisée en janvier 2013 à Vancouver a mis en évidence la popularité du secteur des produits dits « sans » ainsi que l'excellence des compagnies de la C.-B. qui offrent ce type de produits. Dès midi, le site de l'exposition avait atteint sa pleine capacité, et des milliers de visiteurs – nombre record – n'ont pas hésité à faire la queue pendant quatre heures pour pouvoir se promener parmi les kiosques de produits offerts par plus de 100 exposants.

De nouveaux produits alimentaires dits « sans » sont créés au Canada.



Source: Mintel 2013

Pourquoi les consommateurs achètent des produits dits « sans » :

1. Ils souffrent d'intolérance alimentaire ou d'allergies.
2. Ils déjeunent régulièrement avec des gens qui souffrent d'intolérance alimentaire ou d'allergies.
3. Ils pensent que ça les aidera à être en meilleure santé, à perdre du poids ou à se « sentir mieux ».
4. Ils apprécient la simplicité apparente des listes d'ingrédients.

Ressources

- Service d'exportation agroalimentaire
- Santé Canada
- Agence canadienne d'inspection des aliments
- Association canadienne de la maladie cœliaque
- Fondation canadienne de la santé digestive
- Anaphylaxie Canada
- U.S. Food and Drug Administration
- Organisation mondiale de la santé
- Mintel
- Euromonitor

Images

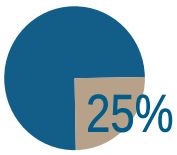
- Apparena (Flickr)
- University of Arkansas

Les intolérances alimentaires et les allergies : Amérique du Nord

Il y a un certain nombre de raisons pour lesquelles le marché des produits dit « sans » a explosé en Amérique du Nord, mais le facteur principal a été la sensibilisation accrue du public aux intolérances et aux allergies alimentaires ainsi qu'à la maladie cœliaque.

Il n'y a pas de remède contre les allergies alimentaires, sinon d'éviter les substances qui en sont la cause, ce qui est difficile si l'on considère que, selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), plus de 70 aliments sont réputés provoquer des allergies. En outre, plusieurs des principaux allergènes – tels que le soja, le lait ou le gluten – sont présents dans une grande variété d'aliments emballés, ce qui donne une occasion de se faire valoir aux fournisseurs qui sont en mesure de garantir que leurs produits sont « sans » ces allergènes particuliers.

En outre, un certain pourcentage de consommateurs ordinaires, en Amérique du Nord, achètent des aliments dits « sans » parce qu'ils pensent qu'ils sont meilleurs pour la santé. Par exemple, selon un rapport Mintel de 2012, seulement 1 % des consommateurs mangent des aliments sans gluten parce qu'ils souffrent de la maladie cœliaque; les autres consommateurs qui mangent sans gluten (environ 8 %) ont fait ce choix parce qu'ils estiment que ce type d'aliment les aide à se « sentir mieux ».



Patients chez lesquels on a diagnostiqué cliniquement une intolérance au lactose et qui souffrent également de la maladie cœliaque.

Source : Fondation canadienne de la santé digestive, 2012

Il existe une gamme très étendue de réactions à toutes les allergies et intolérances alimentaires, mais l'exposition à ne serait ce qu'une particule de substance indésirable comporte des risques pouvant aller jusqu'à la mort. Une telle hypersensibilité est typique des personnes qui souffrent d'allergie et qui risquent l'anaphylaxie – une réaction immunologique potentiellement mortelle – et des personnes qui souffrent de la maladie cœliaque, alors que d'autres, qui souffrent d'une simple intolérance alimentaire, peuvent parfois absorber de grandes quantités de l'aliment problème avant que celui ci ne provoque une réaction grave.

Comme ces réactions peuvent constituer un danger de mort, les fabricants qui visent les consommateurs soucieux des intolérances alimentaires doivent observer des pratiques de transformation très strictes pour prévenir la contamination croisée des produits et l'injection d'ingrédients potentiellement dangereux. L'existence d'installations de production entièrement « sans » et la garantie que les produits sont inoffensifs donnent aux consommateurs la confiance dont ils ont besoin pour acheter des produits dans le secteur dit « sans ». Ce sentiment de confiance compense le prix des produits, souvent majoré pour refléter l'effort supplémentaire fait par l'entreprise pour garantir que son produit soit libre de tout irritant.

Le Canada: un chef de file en étiquetage

Tout dépendant du pays, les lois sur l'étiquetage des produits allergènes peuvent aller d'inexistantes à rigoureuses. Le Canada est un meneur international en matière d'étiquetage de produits allergènes : depuis 2012, les compagnies sont obligées de déclarer sur leurs étiquettes d'emballage de produits alimentaires la présence d'un certain nombre d'allergènes classés prioritaires. **Cette transparence fait du Canada une source fiable de produits dits « sans » pour les consommateurs.**

Principaux allergènes

- Cacahouètes*
- Noix *
- Graines de Sésame
- Soja*
- Lait*
- Œufs*
- Poisson* (y compris les mollusques et les crustacés*)
- Le blé et les autres graines céréalières (qui contiennent du gluten* et des sulfites)

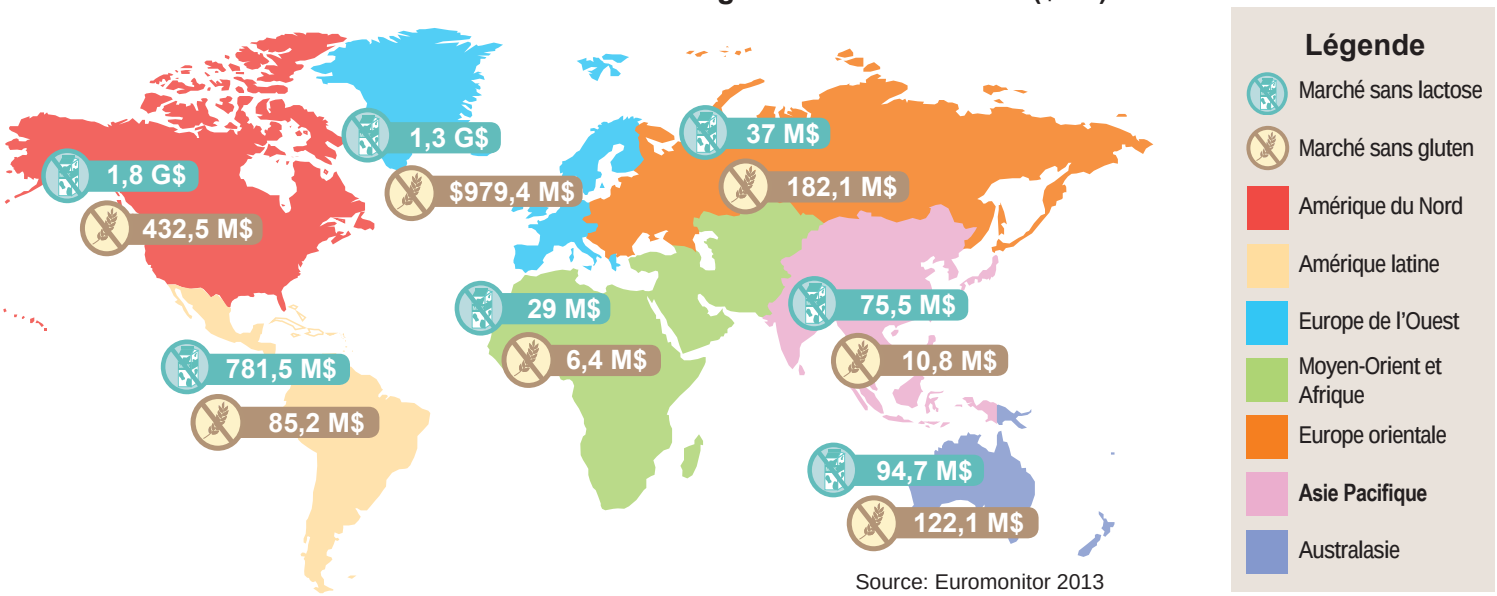
* Le Comité sur l'étiquetage des denrées alimentaires de la Commission du Codex Alimentarius recommande de toujours déclarer ces aliments et les ingrédients qui en sont tirés.

Source : AAC 2011; OMS 2006

Allergies alimentaires :	**Une réaction immunologique négative à un aliment, comportant un risque potentiel pour la vie.**	• Affectent jusqu'à 2,5 % de la population adulte et de 6 à 8 % des enfants de moins de trois ans. • Le nombre des hospitalisations causées par une anaphylaxie d'origine alimentaire aurait augmenté de 350 % au cours de la dernière décennie.
Intolérance alimentaire :	**Une vaste gamme d'hypersensibilités aux aliments, aux additifs alimentaires ou aux produits buvables, sans rapport aves le système immunitaire de la personne. Les symptômes comportent notamment : douleurs abdominales, ballonnement, diarrhée et flatulence.**	• Le FDA estime qu'environ 28 % des Américains souffrent de quelque forme d'intolérance alimentaire.
Intolérance au lactose :	**L'incapacité de digérer d'importantes quantités de lactose, le sucre prédominant du lait.**	• La plupart des gens ne présentent pas de symptômes avant l'âge adulte. • La plupart héritent de cette condition de leurs parents. • Cette condition est plus particulièrement prévalente dans certains groupes ethniques. (Elle touche 90 % des Américains asiatiques, 75 % des Américains autochtones et 75 % des Afro-Américains adultes.)
Maladie cœliaque :	**Une condition médicale dans laquelle la paroi absorbante de l'intestin grêle est endommagée par le gluten, une protéine que l'on trouve dans le blé, le seigle, le méteil et l'orge.**	• Un Nord-Américain sur 133 a la maladie cœliaque. • Les taux de maladie cœliaque ont presque doublé au cours des 25 dernières années dans les pays occidentaux.
Sensibilité au gluten :	**Se dit des personnes qui peuvent présenter divers symptômes lorsqu'ils mangent du gluten et se sentent mieux lorsqu'ils suivent un régime sans gluten mais qui ne souffrent pas pour autant de la maladie cœliaque. L'expression est interchangeable avec « intolérance au gluten ».**	• Une personne sur sept estime être sensible au gluten.

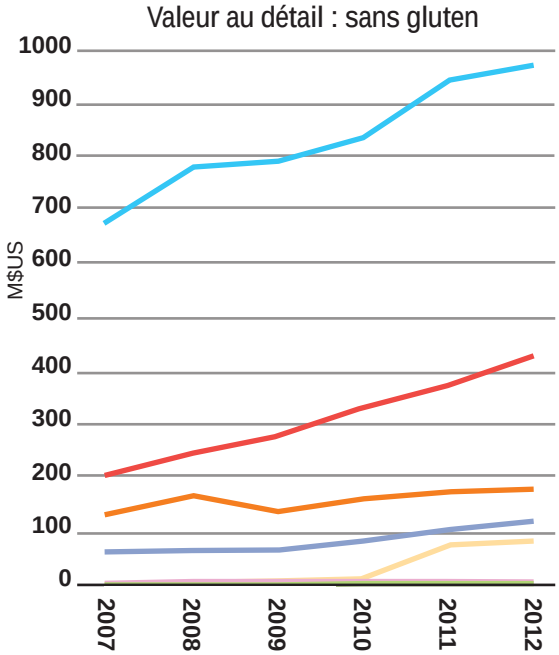
Le marché international des produits dits « sans »

Valeur au détail des marchés internationaux sans gluten et sans lactose ($US)

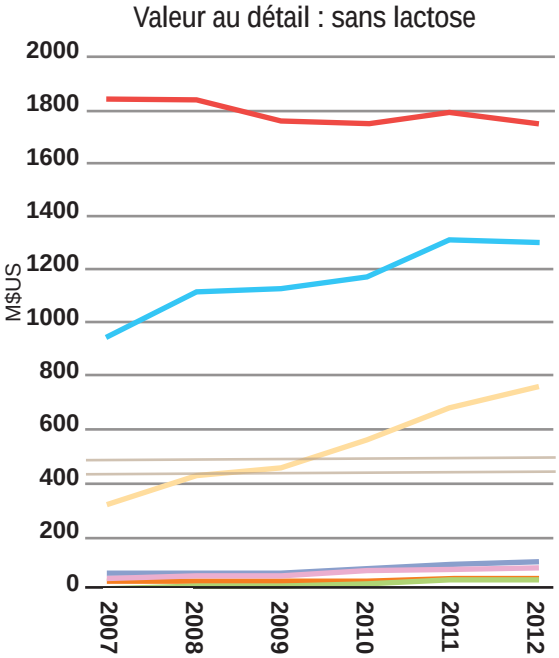


Source: Euromonitor 2013

Ce ne sont pas seulement les consommateurs canadiens et américains qui soutiennent le marché des produits dits « sans ». Ce dernier est en croissance dans le monde entier depuis une dizaine d'années, et, quoiqu'on ait pu penser tout d'abord qu'il s'agissait d'une mode passagère, divers indices laissent penser que les ventes, dans ce secteur, ne sont pas prêtes de diminuer. Pour soutenir l'élan de ce marché, cependant, les compagnies intéressées doivent éduquer les consommateurs et les sensibiliser aux aliments dits « sans » en utilisant des stratégies semblables à celles qui sont employées dans le secteur des produits organiques.



Source: Euromonitor 2013



Source: Euromonitor 2013

Le marché mondial des produits sans lactose est passé de 3,3 G$US en 2007 à 4,1 G$US en 2012. L'Amérique du Nord, l'Europe occidentale et l'Amérique latine sont actuellement les principaux marchés de produits sans lactose. Le Moyen-Orient et l'Afrique – en dépit de leur petite part de marché – sont le secteur qui connaît la plus forte expansion, puisque le chiffre des ventes au détail y a doublé, passant de 12,4 M$ en 2007 à 29 M$US en 2012. Le chiffre d'affaires des ventes au détail de produits sans lactose en Amérique latine a également plus que doublé, passant de 327 M$US en 2007 à 781 M$US en 2012, et on observe une croissance également rapide en Europe orientale et en Australasie. En Europe orientale, le chiffre d'affaires des produits sans lactose a augmenté, passant de 20,6 M$US en 2007 à 37 M$US en 2012, et en Australasie le marché est passé de 59,4 M$ en 2007 à 94,7 M$ en 2012.

Avec une valeur au détail de 1,8 G$US en 2012, le marché international des produits sans gluten est plus petit que celui des produits sans lactose. Cependant, le segment sans gluten connaît une croissance fulgurante dans le monde entier. La valeur au détail des marchés sans gluten en Australasie, en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique, ainsi qu'en Amérique du Nord, a plus de doublé entre 2007 et 2012. Le marché de l'Australasie est celui qui a augmenté le plus fortement, de 60 M$US à 122 M$US; le marché sud-américain a explosé, passant de 4 M$US à 85 M$US; celui du Moyen-Orient et de l'Afrique est passé de 1 M$US à plus de 6 M$US; et le marché nord-américain est passé de près de 205 M$US à 432 M$US.

Étude de cas : L'Argentine

La prise en compte des besoins des consommateurs sans gluten a fait l'objet d'un débat public en Argentine, et, en 2008, les Argentins ont fait campagne pour que des étiquettes sans gluten soient apposées sur les produits. Selon un rapport Mintel de 2012, les restaurants, dans la province de Buenos Aires, sont tenus, en vertu de la loi, d'offrir au moins un plat adéquat pour les personnes qui souffrent de la maladie cœliaque. Selon l'Association argentine de la maladie cœliaque, plus de 400 000 personnes souffrent de cette maladie en Argentine.