



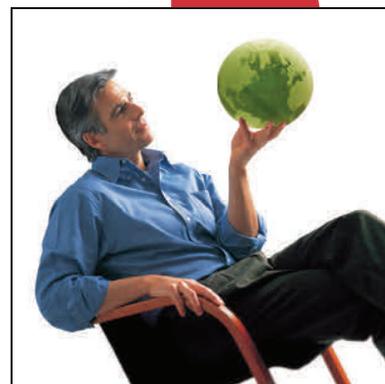
RAPPORT D'ANALYSE DU MARCHÉ | OCTOBRE 2013

## Produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires aux États-Unis

Produits sans lactose, sans gluten  
et aliments pour diabétiques



Source : Shutterstock





## ► RÉSUMÉ

- ▶ Le nombre de consommateurs américains souffrant d'intolérances alimentaires est un problème grandissant. Les intolérances peuvent varier et se traduire par un léger inconfort ou une incapacité totale de transformer ou de digérer certains types d'aliments. Les intolérances les plus courantes sont celles au lactose, au gluten et au sucre (diabète).
- ▶ Bien que la maladie cœliaque (une réaction allergique au gluten) touche un nombre relativement restreint d'Américains, le régime sans gluten continue de gagner en popularité et stimule la vente des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires. Les consommateurs veulent avoir plus d'énergie et se sentir mieux en évitant le gluten, même s'ils ne souffrent pas de la maladie cœliaque, et les athlètes et célébrités qui adoptent le régime en ont fait une tendance à la mode.
- ▶ Les produits sans lactose se sont imposés en épicerie au fil des ans et font maintenant partie d'une sous-catégorie bien établie, bien que de nouveaux produits continuent d'être lancés sur le marché.
- ▶ Le nombre grandissant de personnes souffrant d'obésité a fait augmenter les diagnostics de diabète de type 2. La sous-catégorie des aliments pour diabétiques connaît donc une croissance fulgurante incitant du même coup les entreprises à lancer des produits pour répondre aux besoins de ceux qui ont reçu un diagnostic de diabète ou qui sont sur le point de développer la maladie.
- ▶ Dans l'ensemble, la catégorie des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires a enregistré une croissance importante au cours des dernières années et cette croissance devrait se poursuivre pendant la période couverte par les prévisions.



Source : GNPD de Mintel , 2013.



Source :  
GNPD de  
Mintel , 2013.

## ► DANS CE NUMÉRO

Résumé	2
Taille du marché	3
Produits alimentaires sans lactose	5
Produits alimentaires sans gluten	7
Produits alimentaires pour diabétiques	9
Conclusion	11
Références	11
Définitions	12

« Les aliments sans lactose et sans gluten représentent à eux seuls 78 % du marché total des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires; ils ont la faveur des consommateurs qui, sans y être obligés, veulent éviter le lactose ou le gluten. »

-Euromonitor, 2013



## ► TAILLE DU MARCHÉ

La catégorie des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires affiche une croissance constante depuis 2007 qui correspond à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 1,6 %. En 2012, les ventes se sont chiffrées à 2,6 milliards de dollars US, et cette catégorie devrait poursuivre sa croissance au cours des cinq prochaines années à un TCAC de 3,8 % pour atteindre des ventes de 3,2 milliards de dollars US en 2017 (prix en dollars constants de 2012), surtout grâce aux ventes de grande distribution de produits alimentaires sans gluten.

En 2012, la plus grande sous-catégorie des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires était les aliments sans lactose, qui représentaient 62 % de la valeur des ventes au détail. Les aliments sans gluten et les laits conçus spécialement pour les bébés comptaient respectivement pour 15 % et 12 % de la valeur des ventes au détail. Les aliments sans gluten est également la sous-catégorie qui a affiché la croissance la plus rapide durant la période examinée, avec un TCAC de 16,7 %. Par contre, ce taux de croissance ne devrait pas se maintenir au cours de la période couverte par les prévisions, car il y aura saturation du marché et que les consommateurs se tourneront vers le prochain régime à la mode. Cependant, les ventes d'aliments sans gluten devraient tout de même continuer d'augmenter à un TCAC de 8 % au cours des cinq prochaines années.

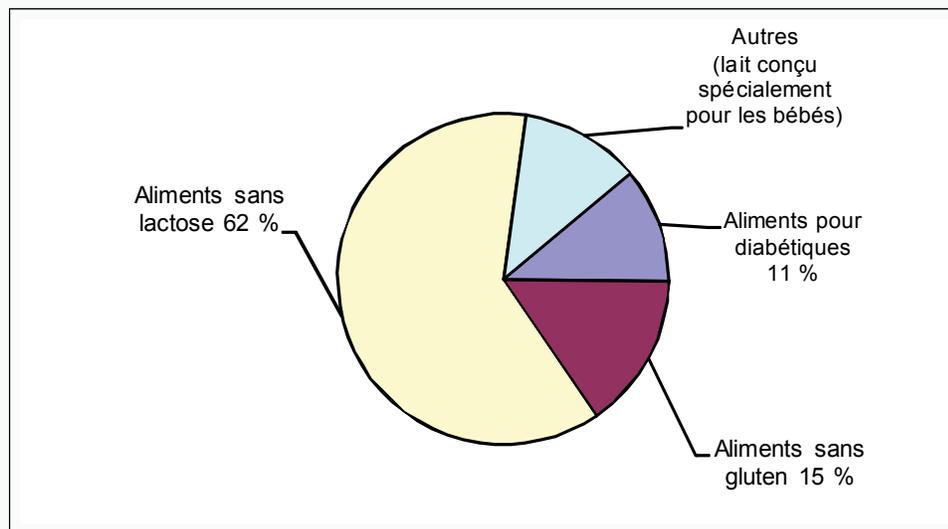
### Produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Intolérances alimentaires	2 463,7	2 528,2	2 537,1	2 542,1	2 635,3	2 662,7
Aliments pour diabétiques	234,5	258,3	281,2	293,8	298,9	301,9
Aliments sans gluten	187,4	225,5	262,7	307,9	349,6	405,1
Aliments sans lactose	1 764,7	1 755,4	1 686,7	1 645,5	1 681,2	1 645,7
Autres (lait conçu spécialement pour les bébés)	277,2	289,0	306,5	294,8	305,7	310,1

### Produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US (prévisions)

Catégorie	2013	2014	2015	2016	2017	% TCAC 2013-17
Intolérances alimentaires	2 781,7	2 888,3	2 978,2	3 099,4	3 224,7	3,8
Aliments pour diabétiques	314,2	325,8	335,0	345,1	355,7	3,2
Aliments sans gluten	461,3	508,1	550,3	590,7	628,7	8,0
Aliments sans lactose	1 778,2	1 824,6	1 806	1 926,3	1 995,8	2,9
Autres (lait conçu spécialement pour les bébés)	228,0	229,8	231,4	237,3	244,5	1,8

### Intolérances alimentaires, répartition par valeur des ventes au détail aux États-Unis, 2012



Source : Euromonitor, 2013.



## ► TAILLE DU MARCHÉ (suite)

Selon Euromonitor International, en 2012, les consommateurs ont acheté les produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires dans les supermarchés ou les hypermarchés dans une proportion de 96,8 %.

Mead Johnson Nutrition Co. a réalisé 20,5 % de toutes les ventes au détail de produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires, suivi de près par Abbott Laboratories Inc., avec 18,3 % des ventes. Les laits sans lactose conçus spécialement pour les bébés et d'autres produits formulés spécialement pour les bébés ont permis à Mead Johnson Nutrition Co. d'augmenter sa part totale du marché. Ces produits sont vendus dans la catégorie « autre – lait conçu spécialement pour les bébés ».

Au nombre des autres marques les plus populaires dans la catégorie des aliments pour personnes souffrant d'intolérances alimentaires, mentionnons Enfamil (Mead Johnson Nutrition Co.) et Lactaid (Johnson and Johnson Inc.), deux produits conçus pour l'intolérance au lactose. Trois marques appartenant à Abbott Laboratories Inc. font partie des dix marques les plus vendues : Isomil, Similac et Alimentum. Les trois marques proposent des produits pour enfants et tout-petits, ce qui donne une idée de la place qu'occupe la compagnie dans le secteur des aliments pour nourrissons.

### Part du marché américain des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires, par compagnie – données antérieures de la valeur des ventes au détail, répartition en %

Entreprise	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mead Johnson Nutrition Co.	-	-	23,6	21,1	20,7	20,5
Abbott Laboratories Inc.	22,0	21,1	20,1	19,3	18,5	18,3
Johnson & Johnson Inc.	13,5	13,8	13,9	13,5	13,1	13,0
Fifty50 Foods	6,9	7,5	8,0	8,4	8,3	8,3
Smart Balance Inc.	-	-	-	-	1,2	5,0

### Parts des 10 principales marques (par nom de marque mondiale) sur le marché américain des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires – données antérieures de la valeur des ventes au détail, répartition en %

Marque	Nom de l'entreprise	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enfamil	Mead Johnson Nutrition Co	-	-	23,6	21,1	20,7	20,5
Lactaid	Johnson & Johnson Inc	13,5	13,8	13,9	13,5	13,1	12,9
Fifty 50	Fifty50 Foods	6,9	7,5	8,0	8,4	8,3	8,3
Isomil	Abbott Laboratories Inc	12,3	11,2	9,6	8,7	7,8	7,4
Similac	Abbott Laboratories Inc	4,5	4,6	5,1	5,4	5,6	5,8
Alimentum	Abbott Laboratories Inc	5,2	5,4	5,4	5,2	5,1	5,2
Udi's	Smart Balance Inc	-	-	-	-	-	3,6
Gerber	Nestlé SA	-	-	-	4,5	3,8	3,4
Land O'Lakes	Land O' LakesInc	3,1	3,2	3,5	3,7	3,5	3,4
Dean's	Dean Foods Co	2,7	3,0	3,0	3,1	2,9	2,8

Source pour les deux tableaux : Euromonitor, 2013.

Il convient de noter que les produits sans gluten peuvent être classés de différentes façons par les entreprises. Certaines les considèrent comme des produits de santé et bien-être\*, tandis que d'autres les considèrent comme des produits meilleurs pour la santé. En l'absence d'une définition uniforme pour cette sous-catégorie, il est possible que certaines entreprises offrant des produits sans gluten n'aient pas été incluses dans le tableau ci-dessus.

Par exemple, General Mills compte plus de 200 produits certifiés sans gluten et, bien que bon nombre des produits soient déjà sans gluten, ils sont maintenant étiquetés comme tels pour ajouter de la valeur et les différencier aux yeux des consommateurs.

\* Voir page 12 pour les définitions des catégories produits de santé et de bien-être et produits meilleurs pour la santé.



## ► PRODUITS ALIMENTAIRES SANS LACTOSE

La catégorie des aliments sans lactose se caractérise par des produits conçus pour les personnes qui sont intolérantes au lactose. L'incapacité de digérer le lactose, un sucre que l'on trouve dans le lait et les produits du lait, est le lot de plus de 60 % de la population à l'échelle mondiale. Aux États-Unis, on estime qu'environ 33 millions de personnes souffrent de cette intolérance.

Les producteurs d'aliments sans lactose sont présents sur le marché américain depuis plusieurs années maintenant et c'est pourquoi les grandes marques et entreprises dans le secteur des intolérances alimentaires sont présentes dans la catégorie des aliments sans lactose.

Selon Euromonitor, la valeur des ventes au détail des aliments sans lactose s'est chiffrée à 1,6 milliard de dollars US en 2012, ce qui en fait la catégorie la plus importante dans le segment des intolérances alimentaires. Les produits laitiers sans lactose et les aliments pour nourrissons sans lactose représentaient les plus grands segments de cette catégorie, combinant 95 % de la valeur des ventes au détail d'aliments sans lactose. Cette catégorie devrait poursuivre sa croissance à un TCAC de 3 % entre 2013 et 2017.

### Produits alimentaires sans lactose, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aliments sans lactose	1 764,7	1 755,4	1 686,7	1 645,5	1 681,2	1 645,7
Produits laitiers sans lactose	586,0	620,3	646,4	679,5	733,5	701,5
Crème glacée sans lactose	51,1	55,6	57,6	60,0	62,0	69,0
Aliments pour nourrissons sans lactose	1 127,6	1 079,5	982,7	906,0	885,7	875,2

### Produits alimentaires sans lactose, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US (prévisions)

Catégorie	2013	2014	2015	2016	2017
Aliments sans lactose	1 778,2	1 824,6	1 861,6	1 926,3	1 995,8
Produits laitiers sans lactose	744,5	780,0	807,7	844,4	881,1
Crème glacée sans lactose	74,1	77,5	80,2	83,2	85,9
Aliments pour nourrissons sans lactose	959,6	967,2	973,7	998,6	1 028,8

Source pour les deux tableaux : Euromonitor, 2013.

### Exemple de produit



#### Lait écrémé au chocolat sans lactose

Compagnie : Wal-Mart

Marque : Great Value

**Description du produit :** Produit de lait chocolaté à faible teneur en gras, sans lactose. Lait pasteurisé à ultra haute température qui contient des vitamines A et D. Il s'agit d'une boisson de catégorie A certifiée casher qui renferme également du calcium et 1 % de matières grasses du lait. Il est vendu en contenant de 1,9 litre.

**Allégations :** Économique, casher, teneur faible/nulle/réduite en allergène, teneur faible/nulle/réduite en matières grasses, teneur faible/nulle/réduite en lactose.

**Prix en devise locale :** 2,90 \$US

Source : GNPD de Mintel, 2013.



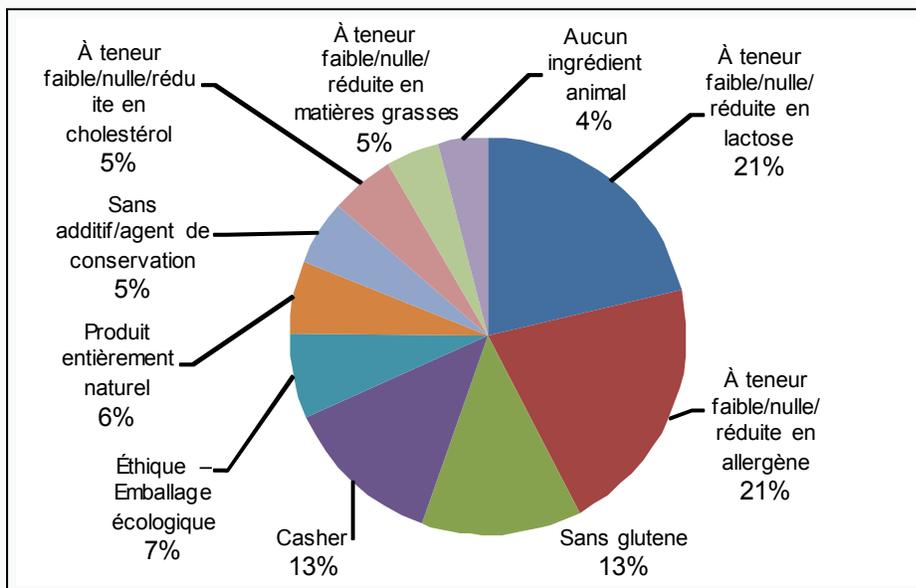
► **PRODUITS ALIMENTAIRES SANS LACTOSE (suite)**

Selon la base de données mondiale sur les nouveaux produits (GNPD) de Mintel, 279 nouveaux produits affichant l'allégation « à teneur faible/nulle/réduite en lactose » ont été lancés en 2012, soit presque le double du nombre de lançements en 2007. Plus de 40 % des produits lancés en 2012 étaient de nouveaux produits, 35 % de nouvelles variétés et 19 % étaient présentés dans un nouvel emballage.

Les produits laitiers étaient la catégorie la plus populaire, représentant 39 % de tous les lançements, suivi par les produits de boulangerie (12 %) et les collations (8 %). Au nombre des sous-catégories les plus populaires, mentionnons les colorants à café, les boissons à base de riz, de noix, de céréales ou de grains ainsi que les fromages à pâte ferme et demi-ferme.

Aldi, Wegmans et White Wave Foods sont les trois compagnies qui ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits. Parmi les marques les plus populaires, mentionnons Manischewitz, Wegmans et International Delight.

**Autres allégations mentionnées sur l'étiquette des produits alimentaires sans lactose lancés aux États-Unis, 2012**



**Les cinq plus grandes marques de nouveaux produits lancés aux États-Unis affichant des allégations relatives au lactose, 2012**

Marque	Nombre de produits
Manischewitz	12
Jennies Gluten-free Bakery	8
Nestlé Coffee-Mate	8
Wegmans	8
International Delight	6

Source : GNPD de Mintel , 2013.

**Les cinq plus grandes sous-catégories de nouveaux produits lancés aux États-Unis affichant des allégations relatives au lactose, 2012**

Sous-catégorie	Nombre de produits
Colorants à café	27
Boissons à base de riz, de noix, de céréales ou de grains	27
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	11
Fromage à pâte ferme et demi-ferme	10
Barres-collations/barres de céréales/barres énergétiques	10

Source : GNPD de Mintel , 2013.



## ► PRODUITS ALIMENTAIRES SANS GLUTEN

On estime à 30 millions le nombre d'Américains vivant avec une intolérance ou une sensibilité au gluten. En outre, selon la clinique Mayo, quelque 1,8 million d'Américains sont touchés par la maladie cœliaque. Ceux qui souffrent d'une intolérance ou d'une sensibilité alimentaire ressentent des douleurs abdominales, de l'inconfort, de la fatigue et ont de la diarrhée. Les scientifiques ne s'entendent pas sur les raisons qui causent l'intolérance au gluten ni sur une définition commune. Le nombre de personnes affirmant avoir une intolérance ou une sensibilité au gluten a augmenté considérablement au cours des dernières années, tandis que d'autres consommateurs américains sans cette intolérance ou sensibilité ont aussi commencé à adopter ce régime dans l'espoir d'avoir plus d'énergie et de perdre du poids. L'influence des célébrités et des athlètes qui adoptent ce régime a fait augmenter le nombre d'adeptes. En 2012, la valeur des ventes au détail d'aliments sans gluten s'est chiffrée à 405,1 millions de dollars US, ce qui correspond à plus du double de la valeur enregistrée en 2007.

Les produits de boulangerie sans gluten, qui constituent le plus grand segment, représentaient 57 % de la sous-catégorie des aliments sans gluten, suivis par les aliments prêts à servir sans gluten (35 %).

La valeur de la sous-catégorie des aliments sans gluten est passée de 187,4 millions de dollars US en 2007 à 405,1 millions de dollars US en 2012. Ces produits devraient continuer d'afficher la croissance la plus rapide de toutes les sous-catégories de produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires. Euromonitor International estime que cette sous-catégorie augmentera à un TCAC de 8 % au cours des cinq prochaines années pour atteindre 628,7 millions de dollars US d'ici 2017.

### Produits alimentaires sans gluten, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aliments sans gluten	187,4	225,5	262,7	307,9	349,6	405,1
Produits de boulangerie sans gluten	91,2	109,4	130,4	165,0	191,3	232,4
Aliments pour bébé sans gluten	-	-	-	-	-	-
Pâtes sans gluten	17,2	21,1	23,3	24,9	26,3	27,7
Aliments prêts à servir sans gluten	79,0	95,0	109,0	118,0	132,0	145,0

### Produits alimentaires sans gluten, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US (prévisions)

Catégorie	2013	2014	2015	2016	2017
Aliments sans gluten	461,3	508,1	550,3	590,7	628,7
Produits de boulangerie sans gluten	271,2	300,4	325,5	348,9	371,2
Aliments pour bébé sans gluten	-	-	-	-	-
Pâtes sans gluten	29,6	31,3	33,0	34,0	35,4
Aliments prêts à servir sans gluten	160,5	176,3	191,8	207,8	222,1

Source pour les deux tableaux : Euromonitor, 2013.

### Exemple de produit



**Farce au pain de maïs sans gluten**

**Compagnie :** SB Glutino

**Marque :** Glutino

**Description du produit :** La farce au pain de maïs Glutino est un produit certifié casher vendu dans un emballage de 8 oz affichant les logos de Facebook et Twitter.

**Allégations :** Sans gluten, casher, à teneur faible/nulle/réduite en allergène, médias sociaux

**Prix en devise locale :** 4,99 \$ US

Source : GNPD de Mintel, 2013.

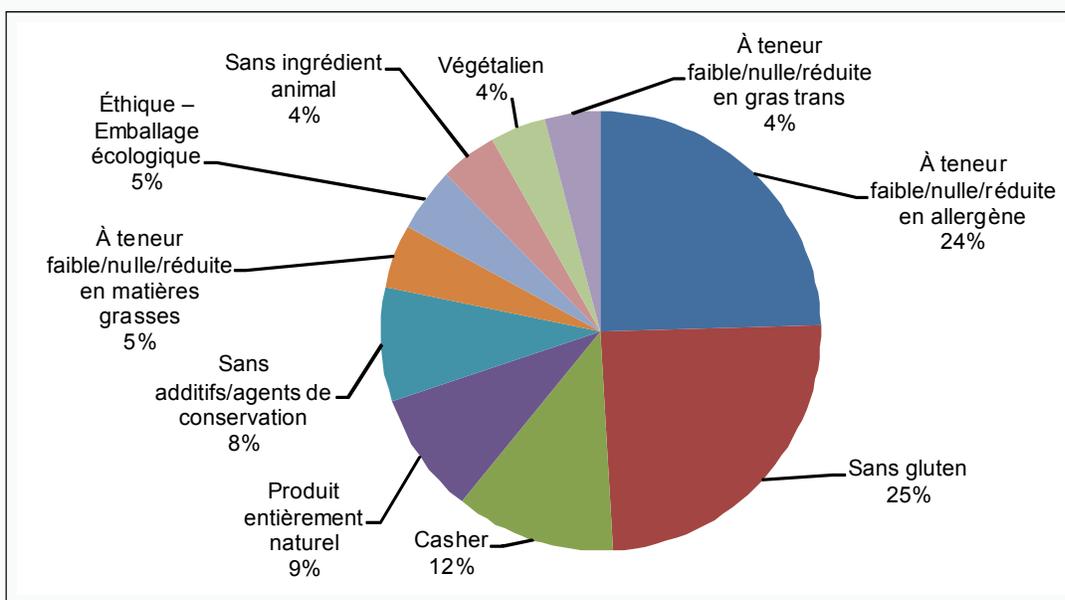


► **PRODUITS ALIMENTAIRES SANS GLUTEN (suite)**

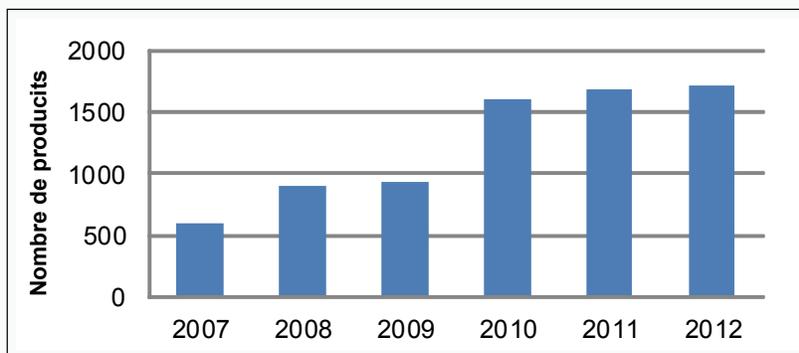
La base de données mondiale sur les nouveaux produits (GNPD) de Mintel indique un total de 1720 nouveaux produits lancés entre janvier et décembre 2012 portant l'allégation « sans gluten ». Le nombre total de nouveaux lancements en 2012 a été 2,8 fois supérieur au total de 2007. Plus de 40 % des lancements étaient de nouveaux produits, 30 % de nouvelles variétés ou un élargissement de la gamme de produits et 22 % étaient de nouvelles formulations. Les différents lancements illustrent la popularité et la croissance de cette catégorie au cours des dernières années.

Les collations sont la catégorie la plus populaire et représentent 24 % des nouveaux produits lancés. Les produits laitiers suivaient avec 13 % de nouveaux lancements, puis les sauces et les assaisonnements avec 12 %. Parmi les sous-catégories les plus populaires, mentionnons les barres-collations, les barres de céréales et les barres énergétiques, les produits de viande et les collations aux fruits.

**Autres allégations mentionnées sur l'étiquette des produits alimentaires sans gluten lancés aux États-Unis, 2012**



**Nouveaux produits lancés aux États-Unis affichant les allégations « sans gluten », 2007-2012**



Source : GNPD de Mintel , 2013.

**Les 10 principales compagnies des nouveaux produits lancés aux États-Unis affichant les allégations « sans gluten », 2012**

Compagnie	Nombre de produits
1. Aldi	91
2. General Mills	26
3. Wegmans	25
4. Supervalu	24
5. Yoplait	23
6. Trader Joe's	21
7. H-E-B	20
8. Nestlé	18
9. Kroger	18
10. Hormel Foods	17

Source : GNPD de Mintel , 2013.



## ▶ PRODUITS ALIMENTAIRES POUR DIABÉTIQUES

Le Centers for Disease Control (CDC) des États-Unis a signalé qu'en 2012, 26 millions d'Américains souffraient du diabète. Il a également indiqué que 79 millions d'Américains souffraient d'une condition prédiabétique, qui se caractérise par une glycémie élevée, mais inférieure au seuil définissant le diabète. Selon la Commission canadienne du lait, 30 % de la population américaine sera diabétique d'ici 2050.

En 2012, les ventes d'aliments pour diabétiques se sont chiffrées à 301,9 millions de dollars US et elles augmentent à un TCAC de 5 % depuis 2007. La sous-catégorie des aliments pour diabétiques comprenait principalement les produits de boulangerie pour diabétiques, qui comptent pour 94 % de tous les produits appartenant à ce segment.

Durant la période couverte par les prévisions, les produits de boulangerie pour diabétiques continueront de dominer cette sous-catégorie, avec un TCAC de 3 % au cours des quatre prochaines années.

### Produits alimentaires pour diabétiques, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US

Catégorie	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aliments pour diabétiques	234,5	258,3	281,2	293,8	298,9	301,9
Produits de boulangerie pour diabétiques	218,9	242,5	264,1	276,0	280,6	283,3
Produits de confiserie pour diabétiques	11,9	12,1	13,1	13,6	13,9	14,2
Tartinades pour diabétiques (sauf le miel)	3,6	3,8	4,0	4,3	4,4	4,4

### Produits alimentaires pour diabétiques, taille du marché américain en prix courants, en millions de dollars US (prévisions)

Catégorie	2013	2014	2015	2016	2017
Aliments pour diabétiques	314,2	325,8	335,0	345,1	355,7
Produits de boulangerie pour diabétiques	294,9	306,0	314,7	324,3	334,4
Produits de confiserie pour diabétiques	14,6	15,0	15,4	15,7	16,0
Tartinades pour diabétiques (sauf le miel)	4,6	4,8	5,0	5,1	5,2

Source pour les deux tableaux : Euromonitor, 2013.

### Exemple de produit



Source : GNPD de Mintel, 2013.

**Gruau instantané à l'érable et à la cassonade à faible teneur en sucre**

**Compagnie :** Supervalu

**Marque :** Essential Everyday

**Description du produit :** Ce produit prétend contenir 66 % moins de sucre que le grua instantané régulier à l'érable et à la cassonade. Le produit est certifié casher, réchauffable au micro-ondes et composé à 100 % de grains entiers; il est vendu dans un emballage écologique de 12 oz contenant 10 sachets de 1,2 oz.

**Allégations commerciales :** Santé cardiovasculaire (fonctionnel), économique, éthique – emballage écologique, casher, à teneur faible/nulle/réduite en sucre, réchauffable au micro-ondes, rapide à préparer, grains entiers.

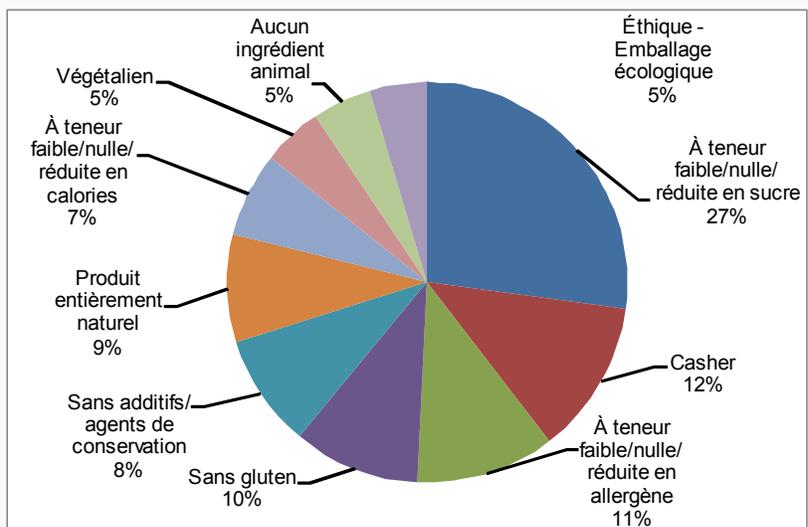
**Prix en devise locale :** 2,14 \$ US



► **PRODUITS ALIMENTAIRES POUR DIABÉTIQUES (suite)**

Une recherche dans la base de données de Mintel a permis de trouver un total de 27 nouveaux produits lancés entre janvier et décembre 2012 affichant l'allégation « pour diabétiques ». Plus de 45 % des lancements visaient de nouveaux produits, 33 % de nouveaux emballages et 11 % de nouvelles variétés ou un élargissement de la gamme de produits. Bon nombre de consommateurs américains souffrent d'une condition prédiabétique et par conséquent, les nouveaux produits ne feront pas nécessairement partie de la catégorie pour diabétiques, mais des produits à teneur faible ou réduite en sucre. Une recherche plus approfondie sur les allégations « pour diabétiques » et « à teneur faible/nulle » réduite en sucre » a permis de trouver 453 produits. Au total, 43 % étaient de nouveaux produits, tandis que 27 % visaient de nouvelles variétés ou un élargissement de la gamme de produits et 23 % de nouveaux emballages. Ces 453 nouveaux produits affichaient également d'autres allégations, comme « casher », « à teneur faible/nulle/réduite en allergène » et « sans gluten ». Les deux catégories les plus populaires étaient les collations et les confiseries de sucre et de gomme qui représentaient 23 % et 20 % des nouveaux produits lancés. La gomme, les collations aux fruits et les barres-collations, les barres de céréales et les barres énergétiques étaient les trois sous-catégories les plus populaires.

**Autres allégations mentionnées sur les produits alimentaires pour diabétiques lancés aux États-Unis, 2012**



Source : Mintel GNPD, 2013.

**Les 5 principales sous-catégories des nouveaux produits alimentaires pour diabétiques lancés aux États-Unis, 2012**

Sous-catégorie	Nombre de produits
Gomme	64
Collations aux fruits	45
Barres-collations, barres de céréales, barres énergétiques	40
Sauces pour pâtes	14
Autres édulcorants naturels	13

Source : GNPD de Mintel, 2013.

**Les cinq principales compagnies ayant lancé de nouveaux produits affichant l'allégation « pour diabétiques » aux États-Unis, 2012**

Compagnie	Nombre de produits
Wrigley	29
Kraft Foods	23
Kroger	11
Atkins Nutritionals	10
Whole Foods Market	9

Source : GNPD de Mintel, 2013.



## ► CONCLUSION

- ▶ La catégorie des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires poursuivra sa croissance à un TCAC de 3,8 % au cours des cinq prochaines années.
- ▶ La tendance de consommation des aliments sans gluten ralentira au cours de la période couverte par les prévisions. Toutefois, elle continuera de stimuler les ventes dans la catégorie des produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires. Étant donné que les jeunes adultes (25-44 ans) sont davantage enclins à dire qu'ils sont intolérants ou sensibles au gluten, ils seront plus exigeants et s'attendent à voir plus de produits conçus pour répondre aux exigences de leur alimentation.
- ▶ Puisque le nombre d'Américains ayant des problèmes de surpoids et d'obésité continue d'augmenter, il en ira de même pour le nombre de personnes ayant besoin de produits spécialisés en raison de leur diabète ou de leurs conditions prédiabétiques. Ce segment de la population réservera un bon accueil aux nouveaux produits qui tiennent compte des problèmes liés à la consommation de sucre.
- ▶ Dans l'ensemble, puisque les consommateurs continueront de chercher des produits meilleurs pour leur santé et de consommer des aliments plus sains, les produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires seront bien accueillis, plus particulièrement de la part du large segment de la population qui n'en a pas nécessairement besoin, mais qui considère bénéfique pour la santé de consommer ces produits.

## ► RÉFÉRENCES

Euromonitor International. (2013).

Euromonitor International. (Juin 2011). "Food intolerance in the U.S."

Mintel Global New Product Launches. (2013).

Mintel Oxygen. (Janvier 2012). "Gluten-free Foods."

Mintel International. (Juin 2012). "Attitudes Towards Healthy Food."

Clinique Mayo (31 juillet 2012). "Most with Celiac Disease Unaware of it, Study Reveals". Consulté le 6 mai 2013 à l'adresse suivante [<http://www.mayoclinic.org/news2012-rst/7008.html>].



## ► DÉFINITIONS

Voici les définitions d'Euromonitor concernant les catégories et les sous-catégories mentionnées dans le présent rapport :

**Intolérances alimentaires** : Cette catégorie de produits comprend les aliments sans gluten, les aliments sans lactose et les aliments pour diabétiques. De façon générale, ces aliments sont conçus pour avoir l'apparence et le goût d'un produit contenant un ingrédient auquel certaines personnes sont intolérantes ou allergiques. Le pain sans gluten et le lait sans lactose en sont des exemples. Il existe une différence entre une intolérance alimentaire et une allergie alimentaire. Une intolérance alimentaire est une réaction négative due à la consommation d'un aliment, mais qui ne met pas en cause le système immunitaire. C'est le cas de l'intolérance au lactose. Une allergie alimentaire est une réaction du système immunitaire à un aliment. Le seul moyen de prévenir une réaction allergique est d'éviter de consommer le produit qui la provoque.

**Aliments pour diabétiques** : Dans le diabète de type 1 (diabète insulino-dépendant [DID]), le corps détruit les cellules du pancréas qui produisent l'insuline. Les personnes souffrant du diabète de type 1 produisent peu ou pas d'insuline et doivent prendre de l'insuline pour traiter cette condition. Dans le diabète de type 2 (le plus fréquent), le pancréas produit encore de l'insuline, mais pas en quantité suffisante pour répondre aux besoins de l'organisme. Dans certains cas, la production d'insuline est suffisante, mais le corps est incapable de l'utiliser. Les personnes atteintes de diabète de type 2 souffrent souvent d'obésité et peuvent parfois contrôler leur maladie en maintenant un poids adéquat, en se nourrissant bien et en faisant de l'exercice. On l'appelle également le diabète non insulino-dépendant (DNID). Certains diabétiques de type 2 devront prendre des médicaments ou s'injecter de l'insuline pour traiter leur diabète. Bien qu'ils puissent contrôler les symptômes en modifiant uniquement leur régime alimentaire, ils se voient maintenant offrir différents produits « pour diabétiques ». Seuls les produits affichant l'allégation commerciale « pour diabétiques » sont inclus. Les produits réguliers sans sucre ou à teneur réduite en sucre sont exclus.

**Aliments sans gluten** : Ces produits sont destinés aux personnes ayant une intolérance au blé, et plus particulièrement, aux personnes atteintes de maladie coeliaque qui vivent avec une inflammation de l'intestin causée par le gluten, une protéine que l'on trouve dans le blé, le seigle, l'avoine et l'orge. Les dommages causés par le gluten réduisent la capacité de l'organisme à absorber les éléments nutritifs des aliments. Le seul traitement consiste à suivre un régime sans aucun gluten. Des aliments fabriqués spécialement sans gluten et étiquetés comme tels sont souvent offerts pour remplacer la farine, le pain, les biscuits et les pâtes. Les produits qui sont naturellement sans gluten ne font pas partie de cette catégorie.

**Aliments sans lactose** : L'intolérance au lactose est une incapacité à digérer de grandes quantités de lactose, la principale source de sucre dans le lait. Les symptômes comprennent les nausées, les crampes, les ballonnements, les gaz et la diarrhée. Certaines populations ethniques et raciales en souffrent plus que d'autres. Le lait sans lactose et d'autres produits sont offerts dans de nombreux supermarchés. Le lait contient tous les éléments nutritifs du lait régulier et demeure frais aussi longtemps ou plus longtemps encore s'il s'agit d'un lait pasteurisé à ultra haute température. Voici des exemples de produits alimentaires qui peuvent contenir du lactose : les produits de boulangerie, les céréales, les pommes de terre instantanées, les soupes, la margarine, les viandes froides, les vinaigrettes et produits étiquetés « sans produits laitiers » comme les colorants à café. Les produits qui sont naturellement sans lactose sont exclus à l'exception de la crème glacée à base de soya qui affiche l'allégation « sans lactose ».

**Santé et bien-être** : Les aliments de santé et de bien-être combinent les aliments et les boissons biologiques, les boissons et aliments enrichis/fonctionnels, les boissons et aliments naturellement sains, les boissons et aliments meilleurs pour la santé et les produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires.

**Meilleur pour la santé** : Cette catégorie d'aliments comprend les aliments emballés et les boissons dont la teneur en substances jugées « moins saines » (gras, sucre, sel, glucides) a été réduite durant la production. N'ont été inclus dans cette catégorie que les aliments dont les éléments « moins sains » ont été retirés ou remplacés durant leur transformation. Cette caractéristique devrait être prise en compte dans le positionnement et la commercialisation de ces aliments. Les produits qui sont naturellement sans gras, sans sucre et sans glucides ne sont pas inclus.

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document 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 reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

**Produits destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires aux États-Unis : Produits sans lactose, sans gluten et aliments pour diabétiques**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2013).

ISSN 1920-6607

No AAC. **12090F**

**Références photographiques**

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies.

À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication, pour demander un exemplaire sur support de substitution, et pour toutes les autres demandes de renseignements concernant cette publication, veuillez communiquer :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, la Division de l'analyse globale  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4<sup>e</sup> étage

Ottawa (Ontario)

Canada K1A 0C5

Courriel : [infoservice@agr.gc.ca](mailto:infoservice@agr.gc.ca)

Also available in English under the title:

**Food Intolerance Products in the United States:  
Lactose-free, Gluten-free and Diabetic Food**

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le détenteur du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Lorsque la reproduction ou la redistribution inclut des données du présent document, elle doit en indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

*Canada* 