



## SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS Rapport d'analyse mondiale

### Série sur la Santé et le Mieux-Etre

## Chlorelle

Dans les aliments emballés, les  
boissons et les produits pour animaux  
de compagnie

Aout 2016

### SOMMAIRE

À l'échelle mondiale, 353 produits renfermant de la chlorelle ont été mis en marché entre février 2013 et avril 2016 : 181 dans la catégorie des aliments, 91 dans la catégorie des boissons et 81 dans la catégorie des produits pour animaux de compagnie.

La chlorelle a une teneur élevée en protéines et autres éléments nutritifs essentiels, comme des antioxydants, de la chlorophylle, des vitamines, des minéraux et des fibres.

Avec 73 produits, le Japon a mis en marché le plus grand nombre de nouveaux produits alimentaires contenant de la chlorelle au cours de la période à l'étude (de février 2013 à avril 2016). Il a également mis en marché le plus grand nombre de produits pour animaux de compagnie contenant de la chlorelle (77).

Avec 57 produits, les États-Unis ont mis en marché le plus grand nombre de nouveaux produits dans la catégorie des boissons de février 2013 à avril 2016.

Alors que les allégations les plus fréquemment formulées pour les produits contenant de la chlorelle dans les catégories des aliments et des boissons sont de l'ordre de « naturel » (c.-à-d. sans OGM, biologique, sans additifs, etc.) et de « convient à » (c.-à-d. teneur faible/nulle/réduite en allergènes, sans gluten, sans ingrédient animal, etc.), les allégations les plus fréquemment utilisées pour les produits pour animaux de compagnie concernaient la santé du système digestif et des voies urinaires, la peau/le pelage et le système immunitaire.

La plupart des nouveaux produits dans les catégories des aliments et des boissons ont été mis en marché par différentes entreprises, ce qui est révélateur d'une fragmentation des fournisseurs. Dans l'ensemble, Nisshin Pet Food (Japon) a été l'entreprise qui a mis en marché le plus grand nombre de produits contenant de la chlorelle, soit 73 nouveaux produits de février 2013 à avril 2016.



### TABLE DES MATIÈRES

Sommaire .....	1
Nouveaux produits renfermant de la chlorelle .....	2
Principales entreprises .....	3
Allégations santé .....	5
Exemples de nouveaux produits ....	6
Taille du marché .....	8
Conclusion .....	8
Pour plus d'informations .....	9
Ressources .....	9



Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.



## NOUVEAUX PRODUITS RENFERMANT DE LA CHLORELLE

De février 2013 à avril 2016, 353 nouveaux produits contenant de la chlorelle ont été mis en marché à l'échelle mondiale. Le Japon a mis en marché le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 151 au total. La plupart de ces produits appartenaient à l'une des sous-catégories suivantes : aliments pour animaux de compagnie, produits de boulangerie-pâtisserie et desserts/crème glacée.

Les États-Unis, dont la majorité des nouveaux produits faisaient partie des sous-catégories des jus, d'autres boissons et des collations, ont mis en marché la deuxième plus importante quantité de nouveaux produits contenant de la chlorelle. La Corée du Sud a mis en marché 58 produits contenant de la chlorelle, la plupart dans les sous-catégories des sauces et assaisonnements, des produits de boulangerie-pâtisserie et des aliments pour nourrissons. Au total, le Canada a mis en marché 13 nouveaux produits contenant de la chlorelle, la majorité étant des boissons et des collations. L'Allemagne se classe au cinquième rang quant aux lancements de produits, avec 7 produits mis en marché, à savoir 3 boissons au jus, 1 boisson gazeuse, 1 boisson chaude, 1 confiserie chocolatée et 1 collation.

### Nouveaux produits contenant de la chlorelle par catégorie, dans les cinq principaux marchés, de février 2013 à avril 2016

Pays	Catégorie de produit	Nombre de produits
<b>Total des produits</b>		<b>353</b>
Japon - 151	Aliments pour animaux de compagnie	77
	Aliments	73
	Boissons	1
États-Unis - 76	Boissons	57
	Aliments	19
Corée du Sud - 58	Aliments	54
	Aliments pour animaux de compagnie	3
	Boissons	1
Canada – 13	Boissons	8
	Aliments	5
Allemagne – 7	Boissons	5
	Aliments	2
Autres pays - 48	Aliments	28
	Boissons	19
	Aliments pour animaux de compagnie	1

Source : Mintel, 2016.

Au total, 328 nouveaux aliments emballés, boissons et aliments pour animaux de compagnie ont été lancés au cours des 3 dernières années. Le marché des produits contenant de la chlorelle a pris de l'expansion pour atteindre 128 produits en 2015. Bien qu'il y ait eu une baisse du nombre de lancements de produits, qui est passé de 73 en 2013 à 41 en 2015, le Japon a mis en marché le plus grand nombre de produits, soit 145 produits au total de janvier 2013 à décembre 2015. Les États-Unis étaient au deuxième rang avec 70 nouveaux produits lancés au cours de cette période de 3 ans.



**Nouveaux aliments emballés, boissons et produits pour animaux de compagnie contenant de la chlorelle dans les cinq principaux marchés, de janvier 2013 à décembre 2015**

<b>Pays</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Total</b>
Japon	31	73	41	145
États-Unis	28	13	29	70
Corée du Sud	13	17	22	52
Canada	1	1	10	12
Allemagne	2	1	4	7
Autres pays	12	8	22	42
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>113</b>	<b>128</b>	<b>328</b>

Source : Mintel, 2016.

De février 2013 à avril 2016, les quatre principales sous-catégories étaient les aliments pour animaux de compagnie, les produits de boulangerie-pâtisserie, les boissons au jus et les collations.

- Parmi les aliments pour animaux de compagnie, 69 produits étaient des aliments secs pour chiens, 5 produits étaient des aliments secs pour chats, 4 produits étaient des collations et gâteries pour chats et 2 produits étaient des collations et gâteries pour chiens.
- Dans la sous-catégorie des produits de boulangerie-pâtisserie, 32 produits étaient des gâteaux/pâtisseries/produits sucrés, 24 produits des biscuits sucrés, 2 étaient des pains/produits de pain et 1 produit était des biscuits salés/craquelins.
- Dans la sous-catégorie des boissons au jus, 36 étaient des jus, 11 étaient des nectars et 6 étaient des boissons plates aux fruits/aromatisées.
- Dans la sous-catégorie des collations, 23 étaient des barres collation/céréalières/énergétiques, 5 étaient des collations à base de maïs, 1 était une collation aux fruits, 1 était des noix, 1 était une collation à base de pommes de terre, 1 était une collation à base de riz et 1 était une collation à base de céréales.



## Nouveaux aliments emballés, boissons et produits pour animaux de compagnie contenant de la chlorelle dans le monde par sous-catégories, de février 2013 à avril 2016

Sous-catégorie de produit	Nombre de produits
Aliments pour animaux de compagnie	80
Produits de boulangerie-pâtisserie	59
Boissons au jus	53
Collations	33
Autres boissons	31
Desserts et crème glacée	26
Sauces et assaisonnements	16
Repas et éléments principaux du repas	12
Aliments pour bébés	11
Produits laitiers	8
Plats d'accompagnement	5
Confiseries chocolatées	3
Soupes	3
Boissons énergisantes et boissons pour sportifs	3
Boissons gazeuses	2
Fruits et légumes	2
Boissons chaudes	1
PAB	1
Sucreries et gomme à mâcher	1
Tartinades sucrées	1

Source : Mintel, 2016.

## PRINCIPALES ENTREPRISES

Nisshin Pet Food a lancé le plus grand nombre de nouveaux produits contenant de la chlorelle, soit 73 nouveaux produits.

Tohato a lancé 21 nouveaux produits alimentaires contenant de la chlorelle au cours de la période à l'étude, desquels 16 étaient des biscuits sucrés, 4 étaient des collations à base de maïs et 1 était une collation aux pommes de terre.

L'entreprise américaine Suja Life a lancé 6 nouveaux jus contenant de la chlorelle, 3 nectars et 2 boissons plates aux fruits/aromatisées.

L'entreprise Emart de Corée du Sud a lancé 6 sauces et assaisonnements, 2 biscuits sucrés, 1 gâteau/pâtisserie et 1 mets préparé contenant de la chlorelle.

L'entreprise canadienne InovoBiologic, qui s'est concentrée sur les boissons substitués de repas, a lancé 3 nouveaux produits contenant de la chlorelle entre février 2013 et avril 2016.

L'entreprise Whollees d'Allemagne a lancé 2 nouvelles boissons au jus contenant de la chlorelle, les deux comportant des allégations de produits éthiques et biologiques.



**Nouveaux produits renfermant de la chlorelle, par grandes entreprises dans les cinq principaux marchés, de février 2013 à avril 2016**

<b>Pays</b>	<b>Entreprise</b>	<b>Nombre de produits</b>
Japon	Nisshin Pet Food	73
	Tohato	21
	Plecia	11
	Domremy	6
	Circle K Sunkus	4
États-Unis	Suja Life	11
	Sequel Naturals	6
	Orange Peel Enterprises	5
	Amazing Grass	4
	Garden of Life	4
Corée du Sud	Emart	10
	Daesang	7
	Dongwon Home Food	7
	Paris Croissant	5
	Namyang Dairy Products	4
Canada	InovoBiologic	3
	Quantum Nutrition	3
	Genuine Health	1
	Grimmway Farms	1
	Happy Planet Foods	1
Allemagne	Whollees	2
	Evasis Edibles	1
	Mamma Chia	1
	NORMA	1
	True Fruits	1

Source : Mintel, 2016.



## ALLÉGATIONS SANTÉ

Parmi les produits comprenant une allégation « sans OGM », 44 faisaient partie de la catégorie des boissons, 25 étaient des produits pour animaux de compagnie et 21 étaient des aliments. Les États-Unis ont lancé le plus grand nombre de produits portant l'allégation « sans OGM » (46), suivis du Japon (29).

La plupart des produits contenant de la chlorelle et comprenant une allégation de « teneur faible, nulle ou réduite en allergènes » étaient dans la catégorie des boissons (60), suivie de 28 produits dans la catégorie des aliments et de 2 produits pour animaux de compagnie.

La plupart des produits biologiques contenant de la chlorelle étaient dans les catégories des boissons (49) et des aliments (32), contre 2 dans la catégorie des produits pour animaux de compagnie. Les États-Unis ont lancé le plus grand nombre de produits biologiques contenant de la chlorelle au cours de la période à l'étude avec 56 produits.

### Nouveaux aliments emballés, boissons et produits pour animaux de compagnie renfermant de la chlorelle, selon les 20 principales allégations, de février 2013 à avril 2016

Allégations	Nombre de produits
Sans OGM	90
Teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	90
Biologique	83
Sans additifs ni agents de conservation	81
Sans gluten	77
Digestion et voies urinaires (aliments pour animaux de compagnie)	70
Peau et pelage (aliments pour animaux de compagnie)	70
Sans ingrédient animal	64
Végétalien	64
Système immunitaire (aliments pour animaux de compagnie)	62
Articulations, os et muscles (aliments pour animaux de compagnie)	61
Aliment fonctionnel	45
Casher	42
Teneur faible, nulle ou réduite en sucre	42
Animal âgé (aliments pour animaux de compagnie)	38
Dents et prévention du tartre (aliments pour animaux de compagnie)	35
Grains entiers	32
Autre aliment fonctionnel (aliments pour animaux de compagnie)	30
Antioxydant	24
Animal adulte (aliments pour animaux de compagnie)	24

Source : Mintel, 2016.



## EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

### Petits pains

**Entreprise** : Productos Dulcesol

**Marque** : Dulcesol Innova

**Catégorie** : produits de boulangerie

**Sous-catégorie** : pains/produits de pain

**Pays** : Espagne

**Type de lancement** : nouvelle variété/gamme élargie

**Prix en dollars américains** : 1,09

**Allégations** : riche en fibres ou fibres ajoutées, cardiovasculaire (aliment fonctionnel), santé des os, augmentation du poids et de la masse musculaire, teneur faible, nulle ou réduite en gras saturés, médias sociaux

**Description du produit** : Les Panecillos con Semillas de Chía, Chlorelle y Aceite de Oliva Virgen Extra (petits pains avec algues, graines de chia, chlorelle et huile d'olive extra-vierge) de Dulcesol Innova sont riches en fibres et faibles en gras saturés. Ils constituent une bonne source de protéines végétales, qui permettent d'augmenter la masse musculaire et aident à maintenir une bonne santé osseuse, et d'acides gras oméga-3. Le produit contient également de la chlorelle et des algues unicellulaires, lesquelles sont très riches en pigments naturels, dont la chlorophylle et le bêta-carotène. Ils contiennent les vitamines A, B2, B3, B5, B6, B12, C et E, et l'acide alpha linoléique qu'ils contiennent contribue à maintenir des concentrations normales de cholestérol sanguin. Le produit est vendu en paquet de 215 g.



### Mélange à boisson fouettée nutritive Protein Superfood

**Entreprise** : Amazing Grass

**Marque** : AmaZing Grass

**Catégorie** : autres boissons

**Sous-catégorie** : substituts de repas et autres boissons

**Pays** : États-Unis

**Type de lancement** : nouveau produit

**Prix en dollars américains** : 34,99

**Allégations** : autre (aliment fonctionnel), casher, sans gluten, teneur faible, nulle ou réduite en sucre, biologique, digestif (fonctionnel), teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, végétalien, facile à utiliser, sans ingrédient animal, sans OGM, augmentation du poids et de la masse musculaire

**Description du produit** : Le mélange à boisson fouettée nutritive Protein Superfood combine des légumes-feuilles alcalinisants et frais de la ferme avec des fruits et des légumes riches en éléments nutritifs plus 20 g de protéines d'origine végétale. Cette boisson fouettée est censée favoriser le gain de masse musculaire maigre, satisfaire la faim, fournir une énergie nourrissante et favoriser la digestion. Elle convient aux végétaliens, a une saveur entièrement naturelle, contient sept légumes-feuilles alcalinisants et deux portions de fruits et légumes. Ce produit pratique se vend en paquet de 430 g.





### **Boisson au curcuma Mineral Greens**

**Entreprise** : Temple Turmeric

**Marque** : Temple Turmeric

**Catégorie** : boissons au jus

**Sous-catégorie** : boissons plates aux fruits/aromatisées

**Pays** : États-Unis

**Type de lancement** : relancement

**Prix en dollars américains** : 5,99

**Allégations** : casher, biologique, sans gluten, sans OGM, teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, éthique

**Description du produit** : La boisson au curcuma Mineral Greens offre un mélange de curcuma oana hawaïen avec des ingrédients adaptogènes pour une absorption maximale, contient 5 % de jus, de la spiruline, de la chlorelle, de l'herbe d'orge, du gingembre, de la cardamome, de la menthe verte, de la cannelle, du piment de Cayenne, du nectar de noix de coco, du citron et du sel de mer. La boisson biologique se vend dans une bouteille de 355 ml sans BPA. Le fabricant allègue se procurer son curcuma oana hawaïen exclusif de façon éthique dans de petites fermes familiales et offre une traçabilité à 100 % jusqu'aux sols volcaniques enrichis en éléments nutritifs d'où il provient.



### **Cubes de patates douces biologiques**

**Entreprise** : EreBon

**Marque** : Organic Pet Food Bio

**Catégorie** : aliments pour animaux de compagnie

**Sous-catégorie** : collations et gâteries pour chiens

**Pays** : Corée du Sud

**Type de lancement** : nouveau produit

**Prix en dollars américains** : 2,84

**Allégations** : riche en fibres ou fibres ajoutées, biologique, système immunitaire (aliment fonctionnel pour animaux de compagnie)

**Description du produit** : Les cubes de patates douces biologiques avec de la chlorelle d'Organic Pet Food Bio sont maintenant offerts. Ce produit est riche en fibres alimentaires et en vitamines, contient du bêta-carotène destiné à renforcer le système immunitaire de l'animal de compagnie et se vend en paquets de 60 g portant les logos « USDA Organic » et « Ecocert ».







## TAILLE DU MARCHÉ – ALIMENTS EMBALLÉS, BOISSONS ET PRODUITS FAVORISANT LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE DANS CERTAINES CATÉGORIES POUR QUELQUES PAYS

Des cinq marchés où il y a eu le plus grand nombre de lancements de nouveaux produits contenant de la chlorelle entre février 2013 et avril 2016, les États-Unis constituaient le plus gros marché de boissons gazeuses favorisant la santé et le bien-être (ne contenant pas nécessairement de la chlorelle) en 2015 et cette tendance devrait se maintenir jusqu'en 2020. Bien que la Corée du Sud ne soit pas le plus gros marché de boissons gazeuses favorisant la santé et le bien-être, c'est le marché qui a connu la plus forte croissance avec un taux de croissance annuel composé de 8,2 % de 2010 à 2015. Les États-Unis constituaient également le plus gros marché pour les produits de boulangerie-pâtisserie (ne contenant pas nécessairement de la chlorelle) en 2015 avec une valeur de 56,1 milliards de dollars américains.

**Taille du marché, valeur des ventes au détail en millions de dollars américains  
Aliments emballés, boissons et produits favorisant la santé et le bien-être dans certaines catégories pour quelques pays**

Pays	Catégorie	2010	2015	2016	2020	2010-2015 *TCAC	2016-2020 *TCAC
Japon	Boissons gazeuses santé/bien-être	25 836,0	26 306,2	26 349,2	26 437,3	0,4	0,1
	Produits de boulangerie-pâtisserie	18 739,4	18 512,9	18 549,7	18 695,0	2,8	0,2
	Sauces, vinaigrettes et condiments	17 272,9	16 501,6	16 588,1	16 986,4	3,7	0,6
Corée du Sud	Boissons gazeuses santé/bien-être	1 595,6	2 371,6	2 497,2	2 718,2	8,2	2,1
	Produits de boulangerie-pâtisserie	1 505,3	1 765,8	1 747,3	1 707,3	3,2	-0,6
	Crème glacée et desserts congelés	1 941,6	1 754,6	1 711,2	1 533,3	-2,0	-2,7
Canada	Produits de boulangerie-pâtisserie	4 982,8	5 784,2	5 906,9	6 350,0	3,0	1,8
	Boissons gazeuses santé/bien-être	5 125,3	5 390,5	5 416,9	5 631,7	1,0	1,0
	Sauces, vinaigrettes et condiments	2 231,8	2 536,8	2 579,9	2 741,8	2,6	1,5
États-Unis	Produits de boulangerie-pâtisserie	49 799,5	56 051,0	56 575,0	58 675,2	2,4	0,9
	Boissons gazeuses santé/bien-être	49 584,7	55 201,4	55 991,2	60 875,7	2,2	2,1
	Biscuits et barres-collation	19 612,0	22 366,8	22 499,6	23 285,7	2,7	0,9
Allemagne	Produits de boulangerie-pâtisserie	15 258,8	16 460,9	16 545,3	16 696,1	1,5	0,2
	Boissons gazeuses santé/bien-être	8 233,3	9 221,6	9 279,2	9 447,0	2,3	0,4
	Sauces, vinaigrettes et condiments	3 586,1	3 945,0	3 967,2	4 022,7	1,9	0,3

Source : Euromonitor International, 2016.

\*TCAC : taux de croissance annuel composé

Remarque : Cette taille de marché ne comprend que certaines catégories de produits dans certains pays parmi les aliments emballés, les boissons et les produits favorisant la santé et le bien-être pour lesquels il y a eu un nombre important de lancements de nouveaux produits contenant de la chlorelle.

## CONCLUSION

Avec la tendance mondiale allant vers des produits alimentaires sains et pratiques, il y a une bonne occasion d'utiliser la chlorelle dans des produits présentant des allégations de santé « naturelles », telles que sans OGM, biologique et sans additifs.

Il y a également une possibilité d'utiliser la chlorelle dans les produits pour animaux de compagnie, en particulier au Japon où Nisshin Pet Food a lancé le plus grand nombre de nouveaux produits pour animaux de compagnie contenant de la chlorelle entre février 2013 et avril 2016, soit 73 nouveaux produits.



## POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Trouvez un délégué commercial**  
[www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp](http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp)

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché japonais et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- <http://ats-sea.agr.gc.ca/>

## RESSOURCES

Euromonitor International Database, 2016.

Mintel Global New Products Database, 2016.



## CHLORELLE DANS LES ALIMENTS, LES BOISSONS ET LES PRODUITS POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE EMBALLÉS

*Rapport d'analyse mondiale*

Préparé par : Julie Acheson, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,  
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

### Images

Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario) K1A 0C5  
Canada  
Courriel : [MAS-SAM@agr.gc.ca](mailto:MAS-SAM@agr.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y 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.

### RESTEZ BRANCHÉS

