

NUTRITION POINTUE

L'alimentation devient nutrition. Les aliments deviennent nutriments. Pendant ce temps-là, les mangeurs sont désorientés, perdus et restent sur leur faim de savoirs...

Ouvrez l'oeil...

Les Nutritionnistes sont souvent désespérés. Non que leurs patients ne suivent leurs prescriptions, mais parce qu'ils suivent les diktats et injonctions émises par les uns (star du showbiz), les autres (Ex-médecin en recherche lucrative immédiate), le voisin, la cousine, la presse locale...

Nous restons toujours étonnés, voir stupéfaits, du manque d'intérêt porté sur la nutrition jusqu'à une époque récente, alors que finalement, les patients mangent depuis quand même pas mal de temps (!), et que tous - mangeurs et soignants - savent l'impact de l'alimentation sur la santé, le bien-être, l'épanouissement individuel.

Alors que des médecins antiques célèbres avaient déjà compris les bienfaits de la diète, il a fallu attendre le XX^e siècle pour que celle-ci apparaisse dans le débat politique et dans des actions d'envergure pour la population française et en termes de santé publique. Le PNNS (Programme National Nutrition Santé) est récent.

Très récemment (< 20 ans), la nutrition a fait son apparition dans les cursus universitaire de médecine générale - 15 heures d'enseignement sur la nutrition durant leurs 7 années d'études - alors que les pharmaciens ne l'abordent pas, de même que les sages-femmes ou les dentistes.

Les chefs et cuisiniers ont une initiation très succincte à la nutrition, mais elle existe. Vos enfants, vos grands-parents institutionnalisés sont laissés au compte d'une surveillance épisodique, et souvent très éloignée des menus, par une diététicienne chargée de contrôler l'équilibre de leur repas, mais jamais ou très rarement de leur mise en œuvre.

Combien de fois a-t-on vu des chefs à l'hôpital ajouter dans la soupe sans sel du sel de céleri, de la moutarde, du nuoc mam ou autre condiments du genre, « pour lui donner plus de saveur », tu m'étonnes ! Et pourquoi la santé de nos séniors périclité-t-elle dans les premiers mois d'hospitalisation en services de séjours longs, ce qui plombe radicalement leur espérance de vie ?

Bref : nous pouvons déplorer le manque d'espace laissé à cette science si puissante dans ses effets directs sur la santé, mais aussi, comme un co-facteur de pathologies chroniques.

Oui, la nutrition est au cœur de nos vies, de notre santé, de notre équilibre et de notre noyau familial et social. Oui, la Nutrition aurait dû pouvoir bénéficier d'un ministère à elle seule. Oui, nous devons tous être militants pour avoir plus de soins dédiés à ce sujet si important.

Facile à dire. Comment peut-on transmettre des éléments de nutrition pratiques, concrets, éprouvés, faciles à expliquer à des personnes dont le niveau de connaissance est hétérogène ?

Inutile de proposer un cours de nutrition ou de diététique comme à l'école, mais d'aborder les trois grands domaines qui posent le plus de soucis aujourd'hui aux mangeurs que nous sommes tous : la physiologie et l'intime ; l'éthique, la toxicologie et les craintes liées aux risques nutritionnels ; le marketing des produits alimentaires qui sont vendus autour de nous.

Autant de sujets qui sont d'une actualité souvent brûlante car ils reviennent très souvent dans la bouche des patients, et sur la Une des magazines.

Pour aider patients et soignants, cet ouvrage pratique propose dans un langage clair les réponses aux questions récurrentes entendues en consultation :

- quels sont les repères fiables et faciles à comprendre pour cela, comment fonctionne notre corps, pourquoi certains aliments nous conviennent, d'autres pas, quel rôle jouent les sens, les ressentis, l'intuition et l'instinct dans l'alimentation.

L'objectif est de redonner confiance aux mangeurs, lui inculquer un esprit critique vis-à-vis des promesses marketing, médiatiques, afin de garder toujours son bon sens.

- quels sont les bons gestes, les bons comportements alimentaires : comment reconnaître la « vraie » faim et la « vraie » satiété, quels signaux peuvent accroître la première et masquer la seconde, comment repérer un déséquilibre et comment le corriger.

Comment déjouer les pièges du marketing nutritionnel : discerner les fausses promesses sur les emballages, détecter le sucre ou les graisses cachées, ne pas être dupe des allégations et promesses nutritionnelles qui sont souvent exagérées, faire le tri entre les allégés et produits de régime intéressants et ceux qui sont des leurres...

Mais aussi, comprendre pourquoi une liste d'ingrédients ne dit pas toujours « tout » sans être hors la loi, pourquoi il y a tant de sucre dans les croquettes de petit-déjeuner, pourquoi les régimes font tous grossir et pourquoi la moitié des « nutritionnistes » n'ont aucun diplôme.

Tout est dit, sans pincette, et sans crainte de représailles. Le conseil principal est dans le titre : ouvrez l'oeil avant d'ouvrir la bouche.

BÉATRICE DE REYNAL
Ouvrez l'œil
avant d'ouvrir la bouche
Conseils d'une nutritionniste
en guerre contre le marketing alimentaire



CONSULTATION NUTRITION

VITAFOOD : le salon de la Nutrition complémentaire

Un salon dédié à la nutrition, aux nutriments, aux actifs et aux compléments alimentaires : voici résumé VITAFOOD qui a opéré sa 20^e édition début mai à Genève.

Nul doute : le secteur se porte très bien, est très dynamique, novateur, et a réuni un très grand nombre d'acteurs européens. Selon Future Market Insights, le marché mondial du CPAL a fin 2015 est estimé à 123 milliards de \$:

- Marché Nord Américain : n°1 à 38 milliards de \$ avec une croissance de 5,2 %
- Marché mondial des CPAL en 2025 : 252 milliards de \$ avec une croissance annuelle de 7,4 %

Selon Synadiet (Syndicat National des Compléments Alimentaires), le marché des compléments alimentaires, toujours en progression, s'élève en 2015 à 1,54 milliard d'euros de chiffre d'affaires, avec une croissance de + 3,9 % par rapport à 2014. En France, la pharmacie est le 1^{er} circuit de distribution des compléments alimentaires avec une hausse annuelle de + 6 %.

L'occasion de présenter les grandes tendances révélées par les marchés et l'acuité de professionnels, chasseurs de tendances et créateurs de valeurs nutritionnels et de bénéfices nouveaux.

A travers des Visites Experts Innovation, **VITAFOOD** et **NutriMarketing** évoquaient les principales tendances de ce marché si particulier. La beauté, la santé, le sport et la performance intellectuelle comme physique, sont majeures.

Les protéines sont sur le devant de la scène, encore et toujours, et l'ère des protéines alternatives résolument présente. La suprématie végétale fait un gros chiffre d'affaires et les intervenants sont nombreux.

Les thèmes sont approfondis par certains intervenants, comme l'immunité et la performance immunitaire et allergique. Selon Frost & Sullivan, le marché des produits ciblant le système immunitaire approcherait les 12 milliards \$ avec une croissance annuelle de 5 à 7 %.



PharmaLinea - Your ImmuniQ Syrup

sirop pour enfant à base de lactoferrine, vitamines et zinc permettant de réduire les infections et de renforcer le système immunitaire.

Les Seniors sont aussi l'objet de nombreux développements, avec des formulations protéinées, riche en calcium, vitamine D...

Rapport d'étonnement Vitafoods 2016 - sophie@nutrimarketing.fr



Uptimoi

Des coups de pouce nutritionnels pour les Quadras

Conçue par des Quadras pour les Quadras : « Nous ne sommes ni vieux, ni malades. Nous avons parfois besoin d'un petit coup de pouce et nous voulons des produits efficaces, pratiques et sympas, adaptés à notre mode de vie ». La gamme UPTIMOÏ est riche en humour et en nutriments et propose aux actifs dynamiques, des compléments alimentaires pour compenser les petits aléas de la vie moderne qu'ils connaissent et OPTIMISER leur forme et leur dynamisme. Les formules sont élaborées avec des nutriments clés, dont



© Camille Lafon / studio-camille.fr

l'alimentation moderne déstructurée est souvent déficiente. Des formulations claires, basées sur l'association de plantes et d'actifs reconnus, pour une action synergique dont les promesses sont soutenues par des allégations de santé et la prescription clairement autorisée.

Mise au point pour eux, par des scientifiques (nutritionniste, laboratoire fabricant certifié), la gamme UPTIMOÏ propose pour chacune des situations quotidiennes, des solutions pratiques et efficaces pour rétablir l'équilibre et retrouver toutes ses forces.

www.uptimoi.com

CONSULTATION NUTRITION



AQUANOVA a développé et breveté la technologie **NovaSol®**, une forme de biotransport de la CoQ10 utilisant une nanoencapsulation de 30 nm, sous forme micellaire. La taille du système moléculaire est 4 000 fois inférieure aux formes classiques du marché.

La technologie brevetée NovaSol permet d'offrir une CoQ10 micellaire amphiphile, à la fois hydrosoluble et liposoluble.

Les solutions NovaSOL® sont brevetées (brevet n° 1475083), fabriquées selon les normes ISO, et l'usine de production

est certifiée GMP.

Grâce à sa structure micellaire, NovaQ10® se dégrade automatiquement au niveau des microvillosités de l'intestin, libérant au plus près la molécule de coenzyme Q10 intacte.

Une étude clinique en double-aveugle, menée en 2005 démontre que la coenzyme Q10 naturelle hydrophile micellaire a une biodisponibilité 4 fois supérieure.

contact@novaq10.com

Les allégations nutritionnelles : que dit la loi, que dit le marché ?

Le règlement 1924/2006 sur les allégations nutritionnelles et de santé a déclenché une véritable révolution dans le monde agro-alimentaire européen.

Toutes les allégations qui étaient jusque-là tolérées, acceptées, autorisées se sont trouvées remises en cause, voire interdites.

Il ne reste que 230 allégations autorisées dans toute l'Europe.... Un vrai ménage. Dans le souci de protection du consommateur, on ne peut que s'en réjouir. Mais les professionnels rouspètent, prétextant que leurs innovations sont alors bâillonnées.

On a pu constater un grand coup de frein à l'innovation dans ce secteur : stop aux probiotiques avec des effets immunitaires, stop aux produits qui devaient faire mincir....

Nous¹ avons une lecture différente : ces nouveaux textes sont une opportunité extraordinaire de développement d'allégations étayées, sincères et loyales, ambitieuses et prometteuses, permettant justement d'éliminer les promesses légères ou mensongères qui minaient ce marché.

Depuis quelques temps, les industriels se sont remis en ordre de marche.

En effet, depuis la publication de la liste positive des 222 allégations autorisées au titre de l'article 13.1 (Mai 2012),

chacun s'est remis au travail pour exploiter les possibilités offertes par cette nouvelle réglementation.

Des opportunités il y en a, portées notamment par une forte attente des consommateurs qui sont 89 %² à penser que leur alimentation influe sur leur santé et qui sont à la recherche d'alternatives plus saines et nutritionnellement plus intéressantes.

Une étude vient d'être publiée par le Club PAI : elle présente la nouvelle réglementation, le statut nutritionnel de la population, avec les pléthores et les carences, mais aussi son niveau de connaissance et ce qu'elle espère trouver dans l'offre alimentaire à sa disposition. Ceci afin de déterminer les opportunités de développement de nouveaux produits.

Un panorama du marché portant allégations, illustré par les derniers produits lancés dans le monde, est proposé afin d'avoir une vision des possibles et des opportunités de développement.

Enfin, les allégations autorisées sont détaillées, et les solutions innovantes apportées par les ingrédients sont développées afin de finaliser les formulations.

Les Ingrédients d'Allégation, opportunités de la réglementation européenne - Editions Club PAI Avril 2016

¹NutriMarketing

²Source : enquête CCAF du Credoc

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrez l'oeil avant d'ouvrir la bouche - Béatrice de Reynal - Editions Robert Laffont

Rapport d'étonnement Vitafoods 2016 - NutriMarketing - nathan@nutrimarketing.fr

Les Ingrédients d'Allégation, opportunités de la réglementation européenne - Editions Club PAI Avril 2016 - clubpai@wanadoo.fr

DÉPARTEMENT NUTRITION • NUTRIMARKETING

Rédaction : Béatrice de Reynal • Conception graphique : Douchane Momcilovic • Mise en page : Alix de Reynal
contact@nutrimarketing.eu • www.nutrimarketing.eu • T : 01 47 63 06 37

Crédit photographique : Club PAI - Credoc - Innovadatabase - NovaQ10 - NutriMarketing - Uptimoi - DR

Média d'information pour les professionnels de santé - N°59 - Mai 2016 Tous droits réservés

NutriMarketing - RCS Paris 412 053 621