

Opportunités sur le marché de la nutrition sportive

Sophie de Reynal
Béatrice de Reynal & Nathan Favereau-Forestier

Juin 2016

Introduction

Le Sport et l'activité physique sont maintenant au cœur de l'attention des consommateurs : recommandés par les praticiens comme par le Ministère de la Santé (Programme Nutrition Santé, Mangez-Bougez ...), méthodes reconnues et gratuites pour maintenir son poids de forme, ils sont passés de « discipline scolaire obligatoire et douloureuse » à « occupation quotidienne » au même titre que les soins corporels cosmétiques ou nutritionnels.

Certains sports sont devenus élitistes, starisés, auréolés de pouvoir de puissance et de séduction... La Nutrition sportive est donc devenue en quelques années seulement, une catégorie de produits à part entière, un marché en lui-même, parmi les plus dynamiques. Elle justifie des marques, des enseignes, un business en pleine croissance, grignotant même des parts d'estomac aux aliments conventionnels.

Pour le Nutritionniste, il faudra distinguer l'activité physique du sport, et parmi les disciplines, celles qui relèvent de l'endurance ou de l'effort intense de courte durée. Chaque spécialité aura parfois ses produits adaptés. Et puisqu'il nous faudra, demain, manger « fonctionnel », ces produits ne sont-ils pas les prémices de l'alimentation personnalisée de demain ?

Nous le croyons.

Sommaire

Introduction	2
Sommaire.....	3
Physiologie du sportif	4
Réglementation	11
Allégations autorisées	11
Marché	12
Sports drinks.....	14
Protéines et construction musculaire	15
Le marché des produits hors protéines	17
Consommateurs	19
Innovations.....	26
Solutions.....	30
Avant effort.....	30
Amélioration des performances	30
Récupération.....	32
Immunité	33
Entretien des muscles	34
Entretien des articulations.....	34
Autres	35
Ingrédients avec allégations	37
<i>Minéraux</i>	37
<i>Protéines animales</i>	39
<i>Protéines Végétales</i>	40
<i>Vitamines</i>	40
Conclusion	42



Innovation alimentaire & Communication

NutriMarketing est une agence résolument pas comme les autres. A l'affût des tendances, des émergences et des signaux faibles, nous avons une vision prospective du présent immédiat et du futur à court et long termes.

Notre éthique ? Faire de la Nutrition durable, gourmande, désirable.
La prise en compte des signaux faibles nous permet de mieux orienter nos actions en faveur d'avenirs éthiques et choisis.

Notre but ? Créer de l'enthousiasme et faire du sens

Comment ? Grâce à notre grande curiosité et notre expertise en innovation et nutrition

Pour plus d'information, contactez NutriMarketing

Sophie de Reynal
☎ 01 47 63 06 37
✉ sophie@nutrimarketing.fr

Nathan Favereau-Forestier
☎ 01 47 63 06 37
✉ nathan@nutrimarketing.fr