



**Ingrédients nutritionnels :
*réduire le coût de
l'allégation en sécurisant
par la preuve de concept***

Rodolphe FAIPOUX
Responsable Nutrition-Santé



Présentation de l'ADRIA Normandie



Qu'est ce que l'ADRIA Normandie ?

- Centre de conseil technique, interface entre recherche amont et industrie
- Labellisé ITAI et CRT
- 3 localisations :
 - Saint-Lô
 - Villers-Bocage
 - Caen
- 75 salariés et un CA 2009 de 5 millions €



ADRIA Normandie : 3 pôles

- **Laboratoires**
 - microbiologie
 - physico-chimie
- **Sécurité des aliments /Innovation procédés**
 - Management de la sécurité
 - Microbiologie
 - Biologie moléculaire
 - Virologie et dangers émergents
 - Innovation procédés
- **Groupe Innovation Produits**

Groupe innovation produit

NUTRITION SANTÉ

- Vous accompagner dans un contexte réglementaire en pleine mutation
- Mettre en valeur les atouts nutritionnels de vos produits
- Maîtriser leur qualité nutritionnelle
- Etayer les allégations santé de vos produits par des études pré-cliniques
- Monter vos protocoles d'études cliniques et de dossier d'allégation santé (EFSA)

développement durable

- Vous accompagner dans vos démarches de développement durable à travers des diagnostics SD 21 000, bilan carbone, éco-conception, diagnostic énergie
- Analyser et optimiser votre management environnemental
- Faire progresser votre management de la sécurité des hommes
- Vous donner des outils de veille réglementaire Environnement et Sécurité

composition aromatique et nutritionnelle

- Déterminer et optimiser la durée de vie aromatique de vos produits
- Identifier l'impact des procédés sur la qualité aromatique
- Accompagner vos reformulations nutritionnelles par la détermination de la composition fine des corps gras

conseil en innovation

- **INNOpass**
 - générer un portefeuille de concepts innovants
 - tester vos concepts en ateliers consommateurs enregistrés et filmés
 - passer du concept à l'industrialisation
- Développer le potentiel d'innovation de vos équipes par des ateliers créatifs
- Accompagner, sensibiliser et piloter vos équipes dans la gestion de projets innovants

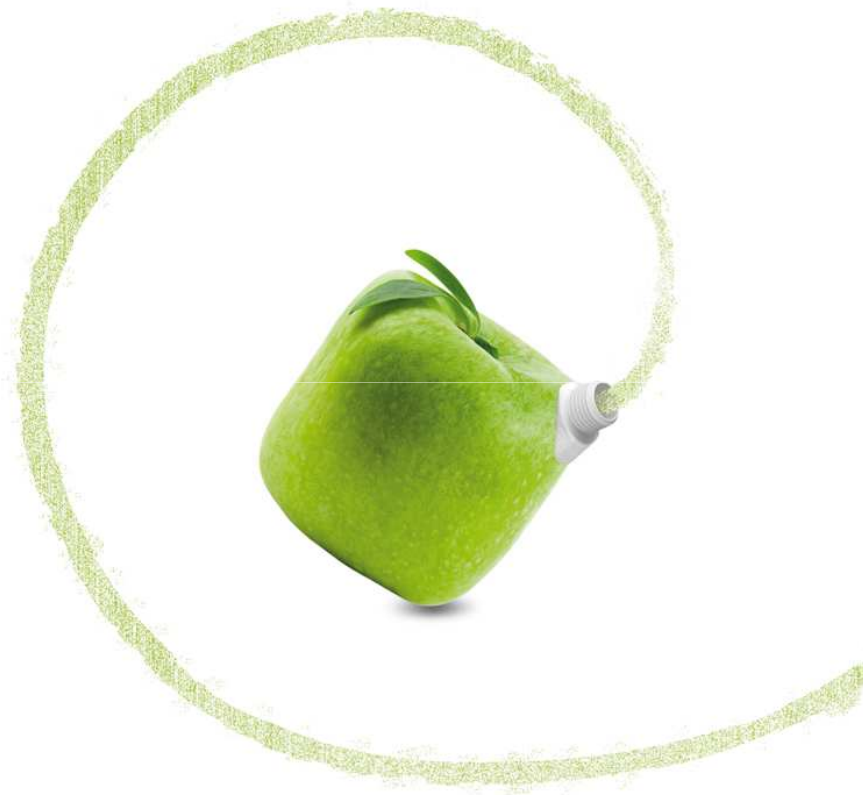
études consommateurs

- Positionner et améliorer vos produits :
 - en les confrontant à leur univers concurrentiel
 - en évaluant leurs taux de satisfaction et les intentions de consommation
- Contrôler et référencer des produits à marque distributeur
- Coordonner des études multi sites en France et en Europe

évaluation sensorielle

- Accompagner vos lancements de produits avec des méthodologies sur mesure :
 - études consommateurs quanti et quali
 - cartographie des préférences
 - impact packaging
- Former vos équipes aux méthodologies de l'analyse sensorielle
- Etablir la carte d'identité sensorielle de produits (panels experts)
- Réaliser l'exploitation des données issues de vos panels internes





Contexte réglementaire



Qu'est ce qu'une allégation ?

Définition :

" Tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris **une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symbole**, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède **des caractéristiques particulières**. "



Les allégations nutritionnelles

- **Positive** : "Source de", "Riche en"
 - Ex : "riche en vitamine C" si $>30\%$ AJR/100g (=24 mg)
- **Réductive** : "Faible teneur en", "Pauvre en", "Très pauvre en", "Sans"
 - Sodium :
 - pauvre si $<0.12\text{g}/100\text{g}$
 - très pauvre si $<0.04\text{g}/100\text{g}$
 - sans si $<0.005\text{g}/100\text{g}$
 - Sucre :
 - faible teneur si $<5\text{g}/100\text{g}$ (solide)
 - sans si $<0.5\text{g}/100\text{g}$



Les allégations nutritionnelles

- **Positive** : "Source de", "Riche en"
- **Réductive** : "Faible teneur en", "Pauvre en", "Très pauvre en", "Sans"
- **Comparative** : "Enrichi en", "Réduit en", "Allégé/Light "
 - Réduit en : baisse minimum de 30% par rapport à un produit similaire



Quels leviers d'innovation sur l'axe nutritionnel ?



Innovover = se différencier

- Allégation santé
- Ingrédient(s) actifs dans un vecteur adapté



Quelques success stories

- Danone : Actimel, Activia
 - Succès commerciaux

- ProActiv et autres phytostérols
 - Succès scientifique et médical



Conséquences de la nouvelle réglementation européenne (1)

- Limitation de l'innovation malgré objectif initial
- Difficulté de sortir des allégations "génériques"
- Impact négatif du rendu public des avis EFSA
→ non présentation de dossier (ex : Danone)



Conséquences de la nouvelle réglementation européenne (2)

- Situation d'attente
- Démarche industrielle doit être plus scientifique
- Argument nutritionnel pas argument marketing comme les autres



**Les études de preuve
de concept :
*réduire le coût de sa
démarche scientifique***



Raison des avis négatifs donnés par l'EFSA

Apport insuffisant de preuves scientifiques

- Formulation de l'allégation trop "ambitieuse"
- Caractérisation insuffisante du "principe actif" ou des doses actives
- Mauvais choix de marqueur physiologique
- Etudes présentées ne concernent pas spécifiquement le produit
- Pas de mise en balance des aspects positifs et négatifs = démarche trop marketing



Qu'est ce qu'une étude de preuve de concept ?

Etude comportementale :

- interventionnelle
- sur des volontaires sains / cibles spécifiques
- cherchant à évaluer l'effet d'un aliment sur le comportement d'un individu (alimentaire, cognitif, etc...)
- portant sur l'effet et non sur le mécanisme de l'effet
- ne se déroule pas en milieu hospitalier



Objectif de la preuve de concept

- Prouver la réalité de l'effet de l'ingrédient actif
- Produit = interaction ingrédient-matrice
- Test sur population « saine »
- Dose effective de l'ingrédient actif
- Discrimination entre différents ingrédients (« screening »)



Intérêt de la démarche

- Coût p/r études cliniques hospitalières
- Sécurisation scientifique par l'effet observé du produit
- Optimisation de la dose active
- Meilleure élaboration d'une éventuelle étude clinique hospitalière ultérieure



Condition de l'étude

- Hors milieu hospitalier
- Mesure de marqueurs comportementaux
- Mesure non ponctuelle



Conclusions

- Tendence du contexte réglementaire = frein à l'innovation
- Attentes du consommateur toujours présentes
- Allégation santé = la plus discriminante
- Rationalisation nécessaire de la démarche scientifique = sécurisation des résultats

➔ PREUVE DE CONCEPT



Merci de votre attention !

Rodolphe FAIPOUX
rfaipoux@adriane.org