

Alimentation spécialisée : qui sont les consommateurs ?

La Nutrition Experte Santé et Bien-être dévoile le profil-type des consommateurs d'aliments minceur, pour sportifs et sans gluten



Les entreprises de la Nutrition Experte Santé et Bien-être, dit Nutex (ex-Secteur Diététique) avec le soutien de France Agrimer, **dévoile les résultats de son étude quantitative et qualitative : « Alimentation spécialisée : qui sont les consommateurs ? »**. Elle vise à mieux connaître le profil des consommateurs des trois catégories de produits réunies au sein du Secteur – alimentation sportive, minceur et/ou sans sucre et sans gluten – afin d’explorer et mieux appréhender les motivations et la consommation de ces familles de produits.

Alors que les Français sont de plus en plus attentifs aux effets de leur alimentation sur leur santé, les besoins nutritionnels spécifiques sont mieux reconnus et pris en compte.

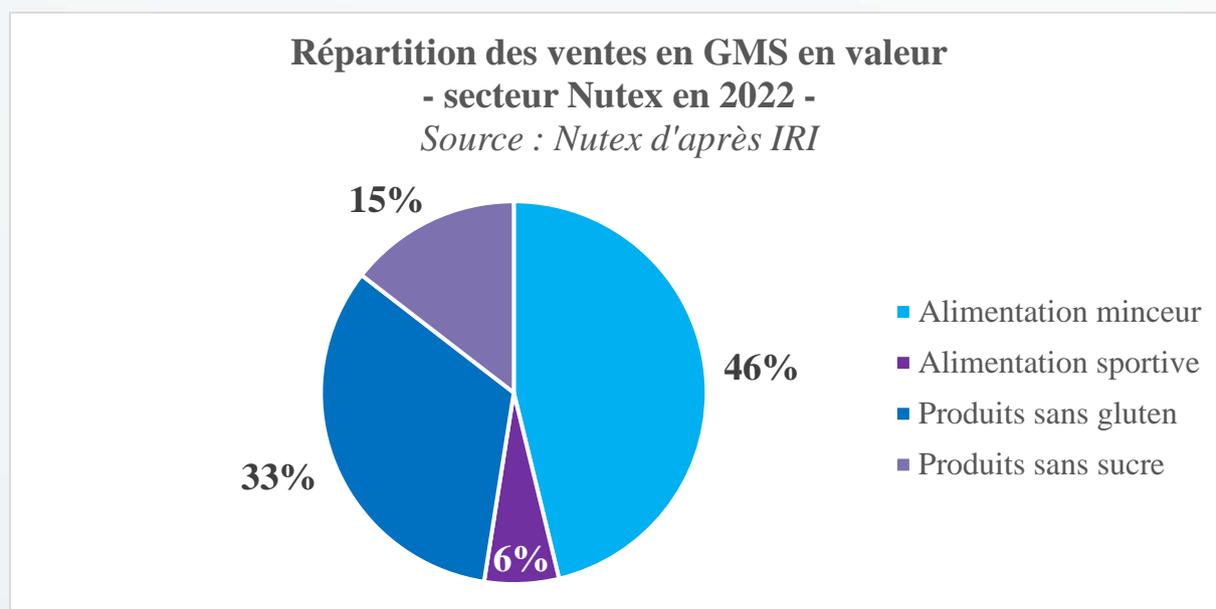
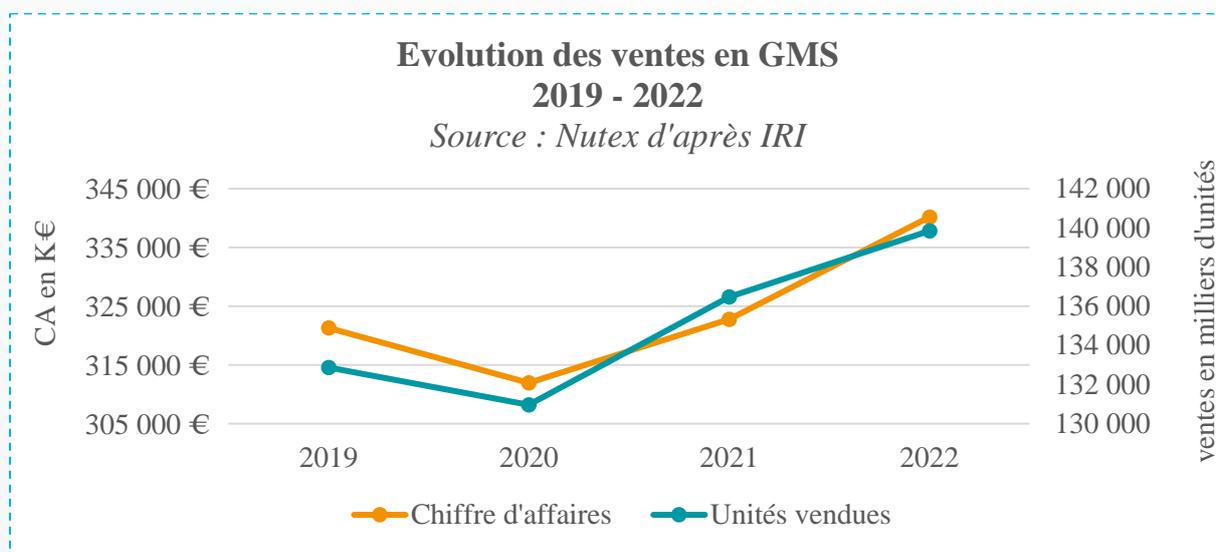
Parmi ces offres, on distingue plus particulièrement :

- **Des aliments minceur** pour les personnes souhaitant perdre ou contrôler leur poids en toute sécurité (substituts de repas, substituts de la ration journalière totale, en-cas...)
- **Des aliments pour sportifs** spécialement formulés pour répondre aux besoins spécifiques avant, pendant et après un effort musculaire intense (barres, boissons énergétiques, poudre protéinée...)
- **Des aliments sans gluten conçus** pour les personnes intolérantes au gluten (maladie cœliaque), pour qui la consommation de produits spécifiquement formulés sans gluten est indispensable (farine, pain, biscuits & gâteaux, pâtes sans gluten...)

Au cours des trois dernières années, la consommation des produits d'alimentation spécialisée a particulièrement progressé. En 2019, avant la crise sanitaire et les

changements de consommation qu'elle a provoquée, le chiffre d'affaires des ventes des 3 familles de produits en GMS était de 321 millions d'euros pour 132 868 milliers d'unités vendues.

Aujourd'hui, sur ce même circuit, le bilan de l'année 2022 affiche un **chiffre d'affaires de plus de 340 millions d'euros**, soit une **hausse de +5,4 % par rapport à 2021** et +6 % par rapport à 2019. Les ventes du secteur ont vite repris après la crise sanitaire, notamment grâce à la réouverture des salles de sport, la généralisation de la vaccination et la prise de conscience des Français concernant leur bien-être. Ces phénomènes ont permis de dépasser le niveau des ventes d'avant crise.



Quels sont les enseignements principaux de cette étude ? Les points saillants à relever ?

- **42 % des Français sont consommateurs d'alimentation spécialisée.**

La crise sanitaire a en effet renforcé les pratiques en matière d'alimentation santé/ bien-être : on observe que les Français veulent prendre soin d'eux, sont en quête de bien-être à travers leur alimentation avec la volonté de mieux manger pour se maintenir en forme. Ils semblent aussi plus attirés par une consommation locale et responsable.

La consommation de cette famille de produits est principalement associée à un objectif bien-être et santé et à une recherche de répondre à des besoins spécifiques.

- **Des catégories de produits connus par les Français**

82 % des Français connaissent « de nom », « assez » et « bien » **les aliments pour sportifs**, de même pour **83 %** d'entre eux **concernant les aliments minceur** et **79 % pour les aliments sans gluten**. Une notoriété assez comparable entre les 3 familles de produits.

23 % des Français ont consommé sur les 12 derniers mois des aliments pour sportifs, **22 % des produits minceur** et **27 % des produits sans gluten**.

- **Des consommateurs avec un profil spécifique**

Les consommateurs d'alimentation spécialisée sont globalement plutôt jeunes et urbains. Le profil type du consommateur est :

- Plus jeune que la moyenne : 68 % ont moins de 50 ans
- Plus nombreux parmi les actifs : 74 %
- Plus nombreux parmi les foyers avec enfant(s) : 60 %
- Plus urbains : ils résident dans une agglomération ayant plus de 100 000 habitants à 54%
- **Mais une parité constatée entre les hommes et les femmes.**

Il s'agit de profils de consommateurs **à la recherche d'information et présentant une forte appétence à la nouveauté** : ils consultent les réseaux sociaux et les blogs pour s'informer en vue d'améliorer leur alimentation et peuvent être présentés comme des consommateurs « experts ». Ils aiment aussi tester les nouveaux produits alimentaires (31 % vs 21 %).

- **Un profil-type différent pour chaque catégorie de produits mais aussi une forte mixité de consommation observée entre les 3 catégories de produits**

- **Qui sont les consommateurs de produits sportifs ?**

- ✓ Des profils davantage masculins
- ✓ 35-49 ans
- ✓ Sportifs très actifs
- ✓ A la recherche de performances sportives



Les consommateurs d'alimentation sportive privilégient les barres protéinées /énergétiques (74 %) suivi par les boissons isotoniques (56 %).

Ils sont à la recherche d'un bénéfice de performance : pour leur apporter de l'énergie, récupérer efficacement et favoriser la prise de muscle. Ils souhaitent des produits pragmatiques et fonctionnels.

Les sportifs sont les consommateurs les plus susceptibles de consommer les produits des 3 catégories réunies au sein de l'univers Nutex : ils sont bien sûr la cible principale de l'alimentation sportive, mais ils font en général attention à leur ligne, ce qui peut les pousser à acheter des produits

minceur, et leur besoin de bien-être peut les pousser à tester et adopter des produits sans gluten.

Pour rappel, **14,4 millions de licences sportives et ATP** ont été délivrées en France en 2021 par les fédérations agréées (INJEP).

- **Qui sont les consommateurs de produits minceur et/ou sans sucre ?**

- ✓ Profils féminins
- ✓ 50 ans et +
- ✓ Meilleure maîtrise de leur poids

Parmi l'alimentation minceur et/ou sans sucre, les encas et desserts sont privilégiés par les consommateurs (86 %). Parmi les encas, les biscuits et barres sont utilisés pour les goûters – au lieu de prendre une pâtisserie – et éventuellement au petit-déjeuner pour commencer la journée plus légèrement.

Les consommateurs de produits minceur sont dans un objectif de perte et/ou contrôle du poids, d'un certain équilibre et recherchent un plaisir déculpabilisé.



Pour rappel, **en France, près de la moitié des adultes (49 %) sont en surpoids ou obèses** d'après le PNNS 2019-2023.

- **Qui sont les consommateurs de sans-gluten ?**
- ✓ Jeunes et familles
- ✓ Urbains
- ✓ Mangent équilibré pour limiter les troubles digestifs
- ✓ Attentifs à la composition des produits
- ✓ Achat de bio plus systématique

Pour les produits sans-gluten, on note une forte appétence parmi les consommateurs pour les biscuits & gâteaux (52 %), pâtes (48 %), produits de panification (37 %) et produits apéritifs (37 %).

Les consommateurs de produits sans gluten sont à la recherche de bien-être pour limiter leurs troubles digestifs.

Ils font aussi souvent le choix des produits bio, et se tournent parfois vers des produits d'alimentation minceur.

Pour rappel, la maladie cœliaque touche en France **près de 500 000 personnes**, dont **seulement 10 à 20 %** seraient aujourd'hui **diagnostiqués** selon l'Association Française des Intolérants Au Gluten (AFDIAG).



Méthodologie de l'étude « Alimentation spécialisée et fonctionnelle : qui sont les consommateurs ? » menée par Nutex avec le soutien de FranceAgriMer

Catégories d'alimentation étudiées :

- Sportive
- Diététique minceur et/ou sans sucre
- Sans gluten

Un échantillon national représentatif : 2507 Français âgés de 18 ans et +, constitué s'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, région, taille d'agglomération, foyer avec/sans enfant)

Terrain réalisé entre le 28 avril et le 17 mai 2022

Une nouvelle identité pour le Secteur : nouvelle dénomination, nouveau logo et manifeste

La « Nutrition Experte Santé et Bien-être » (NUTEX)

Bien se nourrir a longtemps été une question de goût, de variété et d'apports en énergie. Les attentes restent fortes en termes de saveurs, car bien manger, c'est d'abord se faire plaisir. Mais l'alimentation est désormais reconnue par tous comme **un facteur clé pour une vie en bonne santé physique et mentale**.

Certaines personnes peuvent avoir des **besoins spécifiques** qui les obligent à des choix alimentaires très précis pour éviter les risques d'allergies alimentaires ou d'intolérance au gluten par exemple ou encore pour répondre à des problématiques de surpoids voire d'obésité. D'autres peuvent rechercher des **apports nutritionnels adaptés** à une activité sportive. D'autres enfin n'ont pas de besoins particuliers, mais veulent **des propositions qui aillent bien au-delà des produits courants** et qui répondent à leurs attentes pour **une nutrition au service de leur santé et leur bien-être**.

Nous, **entreprises expertes en nutrition** regroupées au sein de **NUTEX**, nous engageons à répondre à la hauteur de ces attentes et à accompagner nos consommateurs dans le choix d'une **alimentation qui contribue durablement à leur santé et leur bien-être**.

Pour cela, nous concevons nos produits avec des **ingrédients soigneusement sélectionnés**, gages de qualité gustative et de sécurité, et selon des **formulations issues de la recherche** nutritionnelle et de l'expertise de nos équipes R&D pour rendre nos produits attractifs. Nous les produisons avec **exigence** pour garantir **la plus haute qualité à nos consommateurs**.

Nos **engagements** vont également plus loin que la seule nutrition. Nous privilégions le plus possible des **approvisionnements durables** et portons une attention particulière **à l'origine des ingrédients**. Nos engagements en matière de **RSE** font de nos entreprises des contributeurs positifs à la société et à l'environnement, tandis que nos produits répondent aux **enjeux de santé publique** en matière d'alimentation.

Expertes, engagées, passionnées, transparentes et responsables, les entreprises de NUTEX contribuent ainsi à **la bonne santé des populations** et au **développement du secteur agroalimentaire**.

Des entreprises dans une démarche d'amélioration constante de la qualité des produits, d'accès à l'information et d'innovation

- **Des produits sûrs soumis à une exigence qualité forte**

Exemple 1 : Les produits pour sportifs (représentés par NUTEX) suivent la [norme européenne](#) anti-dopage (NF EN 17444) pour garantir au consommateur la non-présence de substance dopante ;

Exemple 2 : Les produits sans gluten (représentés par NUTEX) sont fabriqués dans des conditions de sécurité et de contrôle permettant d'assurer la mention « sans gluten ». Ces aliments sont facilement identifiables en rayon grâce au logo volontaire épi barré (contrat avec l'AFDIAG et soumis à des audits réguliers).

- **Des produits répondant à un besoin d'information du consommateur sur leur utilisation**

Exemple 1 : Les produits pour sportifs indiquent clairement aux consommateurs le moment de consommation (avant/pendant/après l'effort) et le sport visé (endurance, séance de musculation...);

Exemple 2 : Une communication éthique est mise en place sur la meilleure manière de consommer les aliments minceur avec des conseils diététiques pour favoriser une alimentation équilibrée et une activité physique suffisante (recettes, suivi par une diététicienne, etc...).

- **Des innovations pour un public exigeant et sensible aux nouveautés**

Au sein de ce secteur, la recherche est une étape particulièrement centrale pour le développement de nouveaux produits. Elle requiert un savoir-faire et une expertise spécifique. Ingrédients et recettes sont intrinsèquement liés aux besoins des consommateurs finaux. A ce titre, des chercheurs et des professionnels de santé interviennent souvent dans les process pour proposer des formules optimales qui répondent aux besoins journaliers des populations spécifiques.

- **Des produits qui tendent vers toujours plus de naturalité**

Exemple : Les entreprises sont à l'écoute des consommateurs et travaillent quotidiennement à l'amélioration de leurs recettes en réduisant par exemple, quand cela est possible, la liste des ingrédients.

- **Les consommateurs sont à la recherche d'un équilibre et d'un plaisir déculpabilisé.**

Minceur, gourmandise, diététique, réassurance, santé et facilité d'utilisation sont les maîtres mots lorsqu'ils évoquent ces catégories de produits.

A propos de :

NUTEX – La Nutrition Experte Santé et Bien-être réunit une vingtaine d'entreprises spécialisées dans la fabrication de produits répondant aux attentes de consommateurs ayant des besoins spécifiques : éviction du gluten, contrôle de leur poids ou activité physique intense. Elles s'engagent au quotidien à fournir aux Français une alimentation contribuant durablement à leur santé et leur bien-être. Pour cela, ces entreprises conçoivent avec exigence des produits aux ingrédients soigneusement sélectionnés, gages de qualité gustative et de sécurité, et des formulations issues de la recherche nutritionnelle et mettant en œuvre leur expertise en termes d'innovation et de sécurité alimentaire.

Plus d'informations sur www.nutex.fr

Nos membres :

- ABCD Nutrition
- Biscuits Bouvard
- Bjorg Bonnetterre et Compagnie
- Daniel Humblot Nutrition
- Diète Sport France
- Dr. Schär
- Ekibio
- Even Santé Industrie
- Herbalife Nutrition France
- JLB Développement
- Laboratoires Ineldea
- Laboratoires Juva Santé
- Laboratoire PYC
- Lactalis Nutrition Diététique
- Laiterie Saint-Denis-de-L'Hôtel
- Monbana
- Nature & Cie
- Naturenvie
- NL International France
- Nutribio
- Nutrisens
- Nutrition & Santé
- Pileje
- Pro Detic
- Protein System SA
- Unidiet

CONTACT PRESSE : Eléonore Pothelet - 06 82 97 14 30 / elpothelet@gmail.com