

N° 83  
SEPTEMBRE/  
OCTOBRE  
2009

bimestriel  
32 €  
15<sup>e</sup> année

Macadamia : sous le soleil  
d'Australie

p. 6

Intrants technologiques :  
nouvelle réglementation

p. 12

Les soupes boivent la tasse

p. 41

Bio et développement durable

p. 48

DOSSIER

## PRESTATAIRES DE SERVICES/ SOUS-TRAITANTS

- Actualités p. 58
- Séchage à façon p. 62
- Développement et fabrication  
de compléments alimentaires... p. 64
- ... et produits diététiques p. 66
- Guide p. 68

# ARÔMES **additifs** INGREDIENTS

PARTENAIRE DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE



Alimentaire,  
Pharmaceutique,  
Cosmétique

Positionner  
Rechercher  
Concrétiser  
Valoriser

Maîtrisez votre environnement  
scientifique et réglementaire  
pour saisir les meilleures  
opportunités de marché

Nous vous accompagnons dans :

- Le choix de positionnement stratégique
- Les missions de recherche et développement
- La réalisation de vos projets : de l'idée à la mise sur le marché
- La valorisation de vos produits

PHARMANAGER  
development



PHARMANAGER  
group

Vos contacts : > Jean-Louis Berta / Médecin expert > Jean-Christophe Mano / Gérant > Alain Groubert / Pharmacien  
• Tél. : + 33 [0]2 41 20 18 00 • fax : +33 [0]2 41 20 09 55 • email : [contact@pharmanager-development.com](mailto:contact@pharmanager-development.com)

## Conseil et innovation en nutrition santé

● **Nutratch Conseils**, créée il y a deux ans par trois associés, est un cabinet spécialisé dans le conseil et l'innovation dans le secteur nutrition-santé. « Notre objectif était d'accompagner les clients dans leur développement produits, en utilisant les complémentarités de chacun en terme de compétences, explique Rodolphe Merlet, ingénieur consultant Santé & Nutrition. Nous touchons aussi bien des fabricants de compléments alimentaires ou produits diététiques, des façonneurs, des entreprises agro-alimentaires, que des fournisseurs d'ingrédients. Nous sommes en mesure de coordonner et gérer des projets de R&D ou tout simplement d'apporter un



Rodolphe Merlet

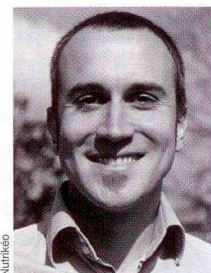
éclairage sur leur projet (état de l'art scientifique et technologique, audits...). Nous avons également de plus en plus de demandes sur les aspects réglementaires, notamment dans le secteur des compléments alimentaires, mais notre offre reste clairement orientée vers la gestion de l'innovation. » Nutratch Conseils, qui emploie aujourd'hui 6 personnes, travaille pour l'heure essentiellement avec des clients français mais possède également des contacts avec des sociétés de grand export souhaitant pénétrer le marché européen. « Nous avons aussi toujours eu l'ambition de proposer un accompagnement très systémique, et d'intégrer la globalité des projets. Nous avons notamment mis en place au cours du premier exercice un projet autour de la filière du pruneau sur la région Aquitaine. L'idée était d'accompagner la filière un peu en difficulté face à la concurrence étrangère, en valorisant les fruits de bouche et en développant un ingrédient libre en actifs, avec étude des bénéfices à la fois réglementaires, notamment dans le secteur des compléments alimentaires, mais notre offre reste clairement orientée vers la gestion de l'innovation. » Nutratch Conseils, qui emploie aujourd'hui 6 personnes, travaille pour l'heure essentiellement avec des clients français mais possède également des contacts avec des sociétés de grand export souhaitant pénétrer le marché européen. « Nous avons aussi toujours eu l'ambition de proposer un accompagnement très systémique, et d'intégrer la globalité des projets. Nous avons notamment mis en place au cours du premier exercice un projet autour de la filière du pruneau sur la région Aquitaine. L'idée était d'accompagner la filière un peu en difficulté face à la concurrence étrangère, en valorisant les fruits de bouche et en développant un ingrédient libre en actifs, avec étude des bénéfices à la fois

réglementaires, notamment dans le secteur des compléments alimentaires, mais notre offre reste clairement orientée vers la gestion de l'innovation. » Nutratch Conseils, qui emploie aujourd'hui 6 personnes, travaille pour l'heure essentiellement avec des clients français mais possède également des contacts avec des sociétés de grand export souhaitant pénétrer le marché européen. « Nous avons aussi toujours eu l'ambition de proposer un accompagnement très systémique, et d'intégrer la globalité des projets. Nous avons notamment mis en place au cours du premier exercice un projet autour de la filière du pruneau sur la région Aquitaine. L'idée était d'accompagner la filière un peu en difficulté face à la concurrence étrangère, en valorisant les fruits de bouche et en développant un ingrédient libre en actifs, avec étude des bénéfices à la fois

## Nutrikéo : une vision transversale

● Nutrikéo Consulting est une toute jeune société créée début 2009, spécialisée dans le développement de nouveaux concepts et de stratégies de communication en nutrition-santé. « Avec une formation d'ingénieur Agro spécialisé en nutrition et dix ans d'expérience en marketing et innovation en nutrition santé (Bongrain, Juva Santé, Physcience, Pfizer, Johnson&Johnson...), j'ai décidé de me lancer sur un créneau marketing et stratégie d'innovation qui semblait inexploité, avec une vision transversale sur les compléments alimentaires, les aliments santé et les ingrédients nutritionnels », explique Grégory Dubourg, directeur général. Nutrikéo intervient en amont (stratégie et concept) et en aval (distribution et communication) des projets, en s'appuyant si nécessaire sur un réseau de partenaires performants : experts scientifiques et réglementaires, leaders d'opinion, agences de création graphique et de RP... « Nous ne souffrons pas du contexte économique ni de l'effet "nouveau Règlement" car nous nous positionnons très en amont. Nos clients sont dans des réflexions à long terme, avec des lancements prévus à l'horizon 2010 ou 2011. La nouvelle réglementation renforce justement le besoin d'affiner sa stratégie en amont, avec un bon positionnement produit. » L'activité est répartie en quatre pôles :

- innovation : les missions touchent à la stratégie et au développement de concepts produits. Notre outil de veille NutrikéObs® suit les tendances en termes d'ingrédients et de produits finis. « L'idée est de faire une synthèse de ces observations et d'avoir un regard critique. Il existe aujourd'hui un problème de positionnement de marque, allant à l'encontre du développement de gammes pérennes » ;
- branding : création de marque dédiée à la nutrition santé (produit fini ou ingrédient). « Le branding d'ingrédients remporte de plus en plus de succès », souligne-t-il ;
- distribution : accompagnement des laboratoires de compléments alimentaires dans la diversification de leurs circuits de distribution ;
- et communication, avec tous les services classiques d'une agence et du conseil en matière de stratégie de communication. □



Grégory Dubourg

qui a été labellisé par le pôle de compétitivité Aquitaine Prod'Innov », souligne R. Merlet. Le projet, qui implique divers partenaires comme Maitre Prunille, France Prune, le Bureau national interprofessionnel du pruneau (BIP), Naturex, Polyphenols Biotech (analyse des polyphénols), l'université de Bordeaux II et l'Inra de Theix, a débuté en novembre 2008 et doit s'étendre sur quarante mois. Un budget de 3,3 millions d'euros (financés à 50 % par l'État et la Région) a été attribué. « Des études in vivo chez l'animal ainsi qu'une étude clinique de grande envergure sont prévues, le but étant d'établir les bénéfices de la consommation dans certaines maladies métaboliques. » Nutratch Conseils, agréé au Crédit Impôt Recherche, est également membre d'autres pôles de compétitivité comme Valonal, le PELFL ou Vegepolys. □

## Communication nutritionnelle

● **Nutritionnement** est une agence spécialisée dans la communication nutritionnelle, vouée à accompagner les industriels dans leurs réflexions et projets en nutrition-santé. Se situant à l'interface de cinq métiers : sciences, réglementation, R&D, marketing et communication, elle est en mesure d'intervenir sur la stratégie nutritionnelle d'innovation et de communication, les cahiers des charges et chartes nutrition et le marketing nutrition-santé. □