



Stratégies d'innovation en nutrition santé : Règlementation, Marché et Consommateurs



Jeudi 16 février 2012

Muséum des Sciences Naturelles d'Orléans



Nous avons le plaisir de vous annoncer qu'un Séminaire dédié à la «nutrition santé» aura lieu le **jeudi 16 février 2012** au **Muséum des Sciences Naturelles d'Orléans**

Ce séminaire est organisé par les étudiants de l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université d'Orléans dans le cadre de leur préparation au Master professionnel «Développement, Production, Management et Stratégies dans les bio-industries».

Ce séminaire se déroulera sur l'après-midi. Il s'articulera autour d'une conférence plénière et de deux tables rondes.



Programme du séminaire

13h30 : Accueil

14h00 : Conférence « Les allégations santé »

14h45 : Première table ronde « Nutrition et Prévention : les réponses santé/ bien-être des industriels »

15h45 : Pause

16h00 : Seconde table ronde « Manger sain pour vivre mieux : vers un marketing nutritionnel »

17h00 : Cocktail



DPMS Bio- Développement, Production, Management et Stratégies dans les Bio-industries
IAE Orléans - Université de Droit, d'Economie et de Gestion
Rue de Blois - BP6739 - 45067 ORLEANS
UFR Sciences, Département de Biologie,
Rue de Chartres - BP 6759 - 45067 ORLEANS cedex 2

Conférence : les Allégations Santé

Aujourd'hui dans notre société, les termes nutrition et santé sont étroitement associés dans l'esprit des consommateurs. De plus, les autorités de santé publique, ainsi que les professionnels de santé, s'accordent pour dire qu'une bonne santé passe avant tout par une bonne alimentation. On assiste donc à une prise de conscience massive de la part des consommateurs, qui de plus en plus, ont un comportement autonome pour préserver leur capital santé.

En 2006, devant l'essor des aliments fonctionnels et autres compléments alimentaires, Bruxelles a décidé de mettre en place une nouvelle réglementation (règlement 1924/2006). La Commission européenne a imposé de valider scientifiquement les allégations santé affichées sur les packagings des produits.

- **A partir de quand sont apparues les allégations santé ?
Et pour quelles raisons ?**
- **Dans une société où la réglementation est primordiale, quelles sont les législations officielles ?**
- **Comment les allégations santé à l'égard des produits alimentaires sont-elles réglementées ?**
- **Quelle est la procédure à suivre pour faire approuver une nouvelle allégation santé relative à des aliments ?**
- **Qui est responsable de s'assurer que les allégations santé concernant les aliments sont exactes ?**
- **Comment peut-on garantir que des allégations santé non approuvées ne sont pas affichées sur le marché ?**



Nutrition et prévention : les réponses santé et bien être des industriels

De nombreux industriels se positionnent actuellement sur le marché des produits étiquetés « santé » et en proposent de plus en plus aux consommateurs. En effet, que ce soit pour prévenir l'apparition du cancer, des maladies cardio-vasculaires, des allergies alimentaires ou encore l'obésité ou tout simplement pour procurer du bien-être, les aliments fonctionnels (ou alicaments) se multiplient sur le marché. On peut citer parmi eux les yaourts enrichis au bifidus actif, les acides gras omega 3 ou les jus de fruits multivitaminés. On peut distinguer les alicaments naturels qui sont naturellement riches en vitamines, anti-oxydants ou principes actifs et les alicaments industriels artificiellement enrichis en nutriments divers. Et si le secteur agroalimentaire se taille la part belle dans ce nouveau marché, il n'est cependant pas le seul domaine d'activité concerné.

En effet, de plus en plus de produits cosmétiques revendiquent également un effet bénéfique pour la santé. C'est le cas des « cosméceutiques » et de la « cosmétofood » qui promettent une peau plus jeune, moins ridée ou plus hydratée. L'industrie pharmaceutique n'est pas en reste et de plus en plus de laboratoires commercialisent aujourd'hui des compléments alimentaires agissant par exemple sur la silhouette, le tonus ou la détoxification de l'organisme.

Le consommateur fait donc face à une « jungle » de produits au milieu de laquelle il n'est pas évident de se retrouver. C'est pourquoi cette table ronde débattrait autour des questions suivantes :

- **Quelle est la différence entre alicaments, « cosméceutiques » et « cosmétofood » ?**
- **Quels sont les bienfaits apportés par ces produits ? Santé ou bien être ?**
- **Comment les industries pharmaceutiques, cosmétiques et agroalimentaires travaillent-ils avec les organismes de recherche ?**



Manger mieux pour vivre mieux : Marketing nutritionnel

Face au nouveau challenge international de la “révolution nutritionnelle”, le marketing des industriels se doit d’amener une dimension santé aux aliments de manière active et éthique, malgré le durcissement de la réglementation européenne.

La communication faite par les industriels de l’alimentaire concernant les vertus nutritionnelles des « aliments santé » a d’ores et déjà montré son efficacité. La société a ainsi évolué vers un mode de consommation plus sain.

Les actions marketing des industriels dans le domaine de l’alimentaire, des cosmétiques ou pharmaceutiques se multiplient afin d’élargir la cible des consommateurs, en poursuivant leur politique d’innovation.

Face à la pression concurrentielle, l’extension du nombre de promesses des « aliments santé » autant que leur développement sur de nouveaux segments de marché alimentaire sont aujourd’hui l’enjeu majeur pour se positionner sur le marché.

- **Comment intégrer les contraintes réglementaires dans la démarche marketing ?**
- **Comment les industriels se positionnent-ils sur ce marché face à une concurrence toujours plus forte ?**
- **Les labels permettent-ils une bonne identification des produits ?**
- **Comment le marketing peut-il aider à valoriser les efforts d’innovation des industriels en matière de santé ?**



Présentation du Master Développement, Production, Management et Stratégie dans les Bio-industries

Cette formation (Bac+5) s'adresse aux étudiants, qui après avoir acquis des compétences dans le domaine scientifique cherchent à compléter leur cursus initial par l'apprentissage des techniques de la gestion.

Le master DPMS-Bio répond aux besoins des entreprises recherchant des cadres ayant une double compétence, scientifique et de management, afin de comprendre rapidement des problématiques pluridisciplinaires et de mener à bien des projets.

Ainsi, les étudiants issus de cette formation pourront intégrer des postes en production, développement, qualité, marketing, management, réglementation.

Chaque année, les étudiants du Master organisent depuis plus de dix ans un séminaire qui réunit étudiants et professionnels autour d'une thématique, parmi lesquelles :

- « L'obésité, enjeu majeur de santé publique : Quelles réactions des entreprises ? »
(mars 2011)
- « Développement durable : réalité et enjeux économiques en Région Centre »
(mars 2010)



Promotion du Master 2 DPMS-Bio 2011/2012

DPMS Bio- Développement, Production, Management et Stratégies dans les Bio-industries
IAE Orléans - Université de Droit, d'Economie et de Gestion
Rue de Blois - BP6739 - 45067 ORLEANS
UFR Sciences, Département de Biologie,
Rue de Chartres - BP 6759 - 45067 ORLEANS cedex 2