

# Enquête sur les aliments fonctionnels et les nutraceutiques – Résumé



Agriculture et  
Agroalimentaire Canada

Agriculture and  
Agri-Food Canada

Canada

## **Enquête sur les aliments fonctionnels et les nutraceutiques – Résumé**

May 2006

Recherche stratégique  
Équipe des politiques et de la planification  
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Préparé par Eileen Krakar et Shuhua Gao, Section de analyse du circuit agroalimentaire et de la gestion intégrée des risques.

Tout point de vue exprimé, qu'il soit énoncé clairement, sous-entendu ou interprété à partir du contenu de la présente publication, ne reflète pas nécessairement l'opinion d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

AAC ne contrôle pas l'accessibilité des sites Internet mentionnés dans le présent rapport. C'est pourquoi il ne peut être tenu responsable des hyperliens défectueux ou sans suite. Les liens vers les sites Web sont fournis aux utilisateurs uniquement pour des raisons de commodité. AAC ne cautionne pas ces sites et n'est responsable ni de l'exactitude ni de l'actualité ni de la fiabilité du contenu. Les utilisateurs doivent savoir que les informations accessibles sur les sites qui ne relèvent pas du gouvernement du Canada ne sont pas assujetties à la *Loi sur les langues officielles*.

Cette publication contient les plus récentes données disponibles au mois de mai 2004.

Vous pouvez obtenir une version électronique des publications de la Direction de la recherche et de l'analyse sur Internet, à l'adresse suivante : [http://www.agr.gc.ca/pol/index\\_f.php](http://www.agr.gc.ca/pol/index_f.php)

Publication #10080B  
ISBN #0-662-70720-6  
Catalogue # A38-4/5-2005F-PDF  
Projet 05-019-r

Also available in English under the title:  
*Summary of the Functional Foods and Nutraceuticals Survey*

# Avant-propos

Le présent rapport donne un aperçu de l'Enquête sur les aliments fonctionnels et les nutraceutiques (AFN) menée par Statistique Canada pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. L'enquête a pour but d'établir de nouvelles données statistiques sur le secteur des aliments fonctionnels et des nutraceutiques et un profil des entreprises qui réalisent au Canada des activités reliées aux aliments fonctionnels et/ou aux nutraceutiques. Les ministères et les organismes gouvernementaux pourront utiliser les données découlant de l'enquête pour contribuer à l'élaboration de politiques, et le milieu universitaire, pour des recherches. Les entreprises et les associations commerciales pourront également utiliser les données pour analyser l'économie, les marchés ou le rendement d'une industrie.

Ce rapport a été conçu comme un document de référence polyvalent qui :

- présente l'industrie des AFN et établit des indicateurs et des mesures de base;
- renferme des hyperliens vers des tableaux et des figures qui permettront aux intervenants et aux chercheurs de les télécharger pour en faire une analyse plus poussée.

Le rapport s'intéresse d'abord à la structure du secteur canadien des AFN; il examine l'emploi et le capital, les relations d'affaires et les droits de propriété intellectuelle et se termine avec les répercussions de la réglementation sur le secteur canadien des AFN. Des graphiques, des schémas et des tableaux accompagnés d'explications succinctes résumant l'information et fournissent des indicateurs de base sur la structure et le rendement.

Le rapport révèle que le secteur canadien des AFN est surtout composé de petites entreprises sous contrôle canadien qui se consacrent en plus grand nombre à des activités liées aux nutraceutiques plutôt qu'aux aliments fonctionnels. Près de 90 % des entreprises interrogées participaient à des partenariats ou étaient à la recherche de partenaires. Le secret industriel semble la méthode utilisée le plus fréquemment pour protéger la propriété intellectuelle. En général, la plupart des entreprises avaient le sentiment que la possibilité d'utiliser des allégations relatives à la santé sur leurs produits AFN aurait un effet positif sur les ventes au pays et à l'étranger.



# Enquête sur les aliments fonctionnels et les nutraceutiques – description

- **Objet**

Fournir les toutes premières données sur les entreprises du secteur canadien des aliments fonctionnels et des nutraceutiques (AFN).

- **Personnes interrogées**

Cadres supérieurs d'entreprises qui participent à des activités dans le domaine des AFN.

- **Taille de l'échantillon**

Environ 600 entreprises de toutes les régions du Canada.

- **Nombre total de personnes interrogées**

276, soit un taux de réponse global de 48 %.

- **Nombre de personnes interrogées considérées comme des participants au secteur des AFN**

147, soit 53 % du nombre total de personnes interrogées.

- **Période de la collecte des données**

Printemps 2003.

# Définition des aliments fonctionnels et des nutraceutiques

**Les aliments fonctionnels** sont des aliments ordinaires ou d'apparence semblable qui présentent des avantages physiologiques dépassant leurs fonctions nutritionnelles de base ou qui réduisent les risques de maladies chroniques.

On peut mettre au point des aliments fonctionnels en ajoutant des ingrédients actifs à des produits alimentaires de base (comme des muffins renfermant du bêta-glucane, des aliments auxquels on a ajouté des fibres solubles, etc.) ou en utilisant des techniques de production spéciales, comme la sélection des végétaux, la modification génétique et des diètes alimentaires spécialisées (comme les tomates renfermant un niveau élevé de lycopène, des œufs oméga-3, etc.)

**Les nutraceutiques** sont des produits purifiés issus d'aliments habituellement vendus sous forme médicinale, comme les poudres, les comprimés ou les capsules, qui montrent des bienfaits physiologiques ou assurent une protection contre les maladies chroniques.

Les nutraceutiques peuvent être issus de végétaux (comme les antioxydants, l'échinacée, le fenugrec, etc.), d'animaux et de microorganismes (comme le velours de bois de wapiti, les acides gras essentiels, les enzymes, etc.) et de sources marines (comme la glucosamine, le chitosane, les huiles de poisson, etc.).

# Qui fait partie du secteur canadien des AFN?

## **Les entreprises engagées dans les domaines suivants :**

Recherche et développement scientifiques (R-D)

Développement des produits/accroissement de la gamme de produits

Fabrication d'ingrédients

Fabrication de produits de consommation

Vente en gros

Services technologiques





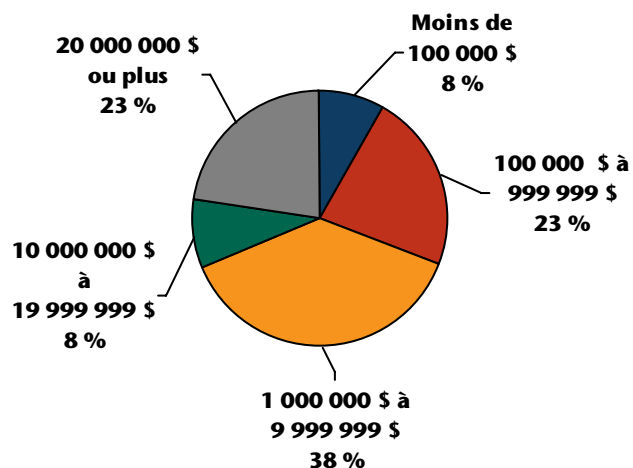


# **Structure du secteur canadien des AFN**

# Le secteur est composé en grande partie de petites entreprises, mais il compte quelques grands intervenants au plan des recettes et de la taille de l'effectif

- On note une variation importante des recettes totales des entreprises du secteur canadien des AFN.
- Trente pour cent des entreprises ont déclaré des recettes totales de toutes sources dépassant 10 millions de dollars en 2002, tandis que 40 % ont déclaré des recettes variant entre 1 et 10 millions de dollars; les autres (30 %) affichent des recettes de moins de 1 million de dollars.

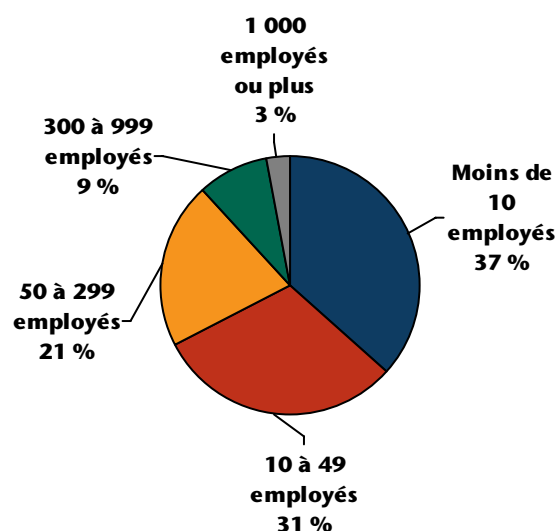
**Graphique 1**  
Répartition des entreprises d'AFN selon les recettes totales de toutes sources, 2002



- Les deux tiers des entreprises ont une main-d'œuvre totale de moins de 50 employés.

Cependant, quelques grands intervenants avec 4 entreprises (3 %) ont déclaré un effectif total de plus de 1000 employés.

**Graphique 2**  
Répartition des entreprises d'AFN selon le nombre total d'employés, 2002<sup>1</sup>



Note : 1) Comprend les employés permanents, saisonniers, occasionnels et contractuels.

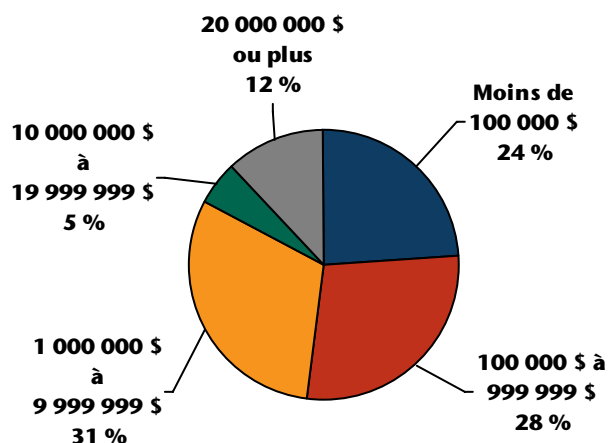
# Les activités liées aux AFN représentent une grande partie des recettes totales et de la main-d'œuvre de certaines entreprises

- **Vingt-six entreprises (17 %) ont déclaré des recettes de plus de 10 millions de dollars reliées à la vente d'AFN en 2002.**

Ainsi, plus de la moitié des entreprises ayant un revenu total de plus de 10 millions de dollars tirent une part importante de leurs recettes de la vente d'aliments fonctionnels et de nutraceutiques.

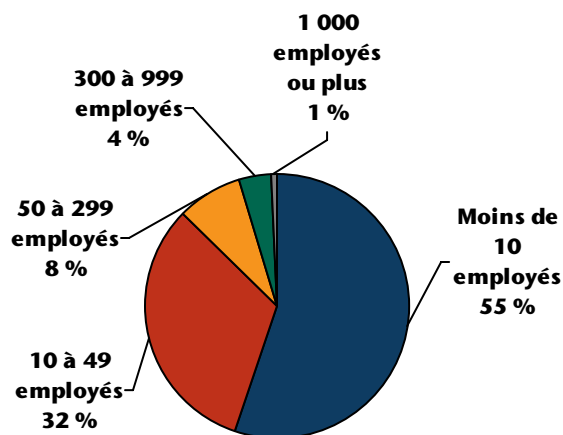
Toutefois, un grand nombre d'entreprises (24 %) tirent des recettes de moins de 100 000 \$ des activités liées aux AFN.

**Graphique 3**  
Répartition des entreprises d'AFN selon les recettes tirées de la vente d'AFN (2002)



- **Bien que quelques entreprises (5 %) comptent plus de 300 employés travaillant directement dans le domaine des aliments fonctionnels et des nutraceutiques, la plupart des entreprises (55 %) ont moins de 10 employés qui travaillent dans ce secteur.**

**Graphique 4**  
Répartition des entreprises d'AFN par nombre d'employés accomplissant des tâches liées aux AFN, 2002<sup>1</sup>



Note : 1) Comprend les employés permanents, saisonniers, occasionnels et contractuels.

# La majeure partie des entreprises sont des sociétés canadiennes privées qui ne font pas de R-D

- **Quatre-vingt-cinq pour cent des entreprises du secteur canadien des AFN sont sous contrôle canadien, tandis que le reste (15 %) appartient à des intérêts étrangers.**

Environ 75 % des entreprises sont des sociétés privées et 10 % sont des sociétés cotées en bourse.

Onze pour cent des entreprises font partie de multinationales.

- **Les entreprises individuelles prennent part à de multiples activités de la chaîne de valeur, notamment la R-D scientifiques, le développement des produits, la fabrication des ingrédients, la fabrication des produits, la vente en gros, la vente au détail et la prestation de services.**

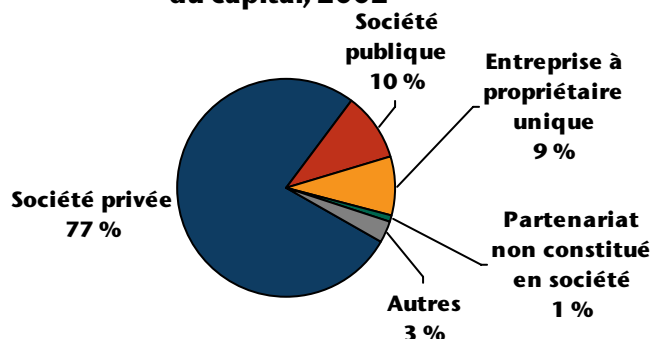
Trente-six pour cent des entreprises font de la R-D dans le domaine des nutraceutiques et 34 % dans le domaine des aliments fonctionnels.

- **En 2002, seules 5 entreprises (3 %) ont consacré plus de 1 million de dollars de leur budget de R-D à des activités liées aux AFN.**

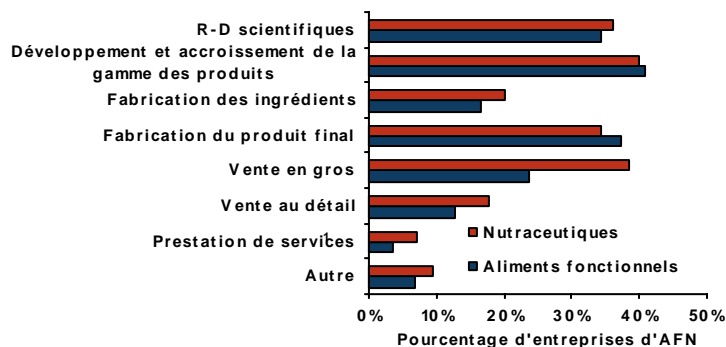
Le pourcentage relativement important d'entreprises qui ne font pas de R-D lié aux AFN explique en partie le fait que 64 % des entreprises ont dépensé moins de 100 000 \$ en R-D dans le domaine des AFN.

Une analyse plus poussée permettrait de déterminer si les entreprises qui ne font pas de R-D sont surtout des grossistes.

**Graphique 5**  
Répartition des entreprises d'AFN selon la structure du capital, 2002

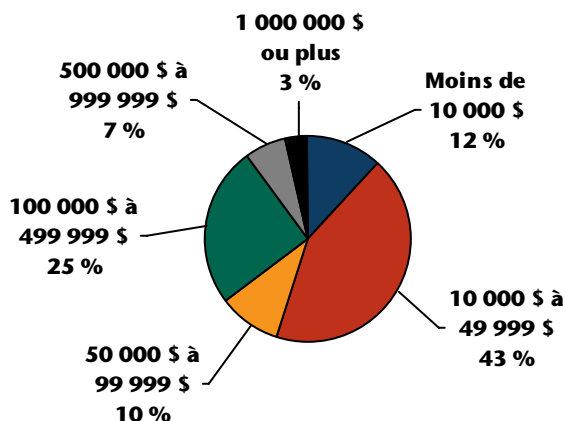


**Graphique 6**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN par activité de la chaîne de valeur, 2002



Note : 1) La prestation de services comprend la fourniture d'équipement et de logiciels et les essais cliniques.

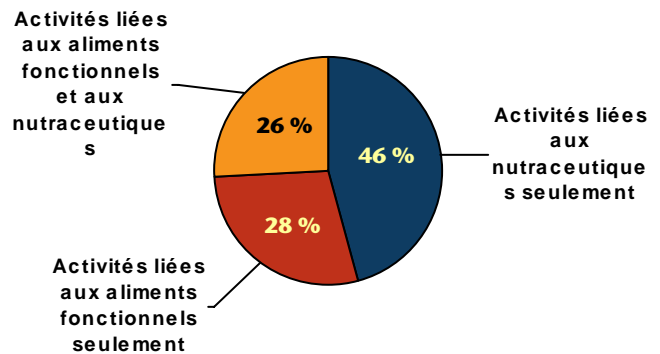
**Graphique 7**  
Répartition des entreprises d'AFN selon les dépenses de R-D scientifiques liées aux AFN, 2002



# Les nutraceutiques d'origine végétale sont les types de produit les plus communs

- Les entreprises sont plus nombreuses à travailler avec les nutraceutiques plutôt qu'avec les aliments fonctionnels.

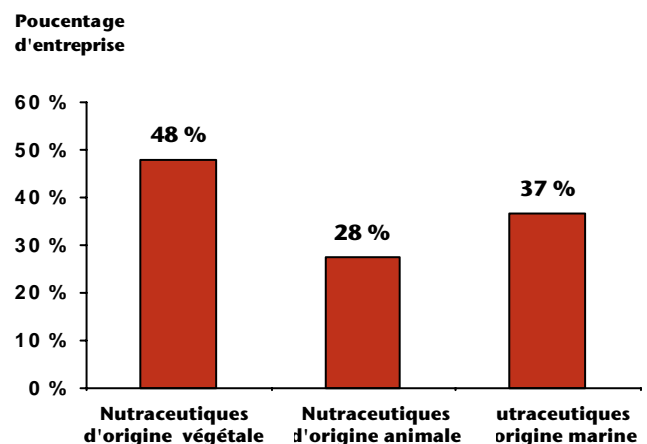
**Graphique 8**  
Répartition des entreprises d'AFN par type d'activité, 2002



- Les nutraceutiques d'origine végétale sont les types de nutraceutiques que les entreprises utilisent le plus.

Les nutraceutiques d'origine végétale sont des produits purifiés issus de végétaux, comme le bêta-glucane d'avoine et les antioxydants de bleuets, ainsi que les produits moulus à partir de matériel végétal séché, comme l'échinacée et le ginseng.

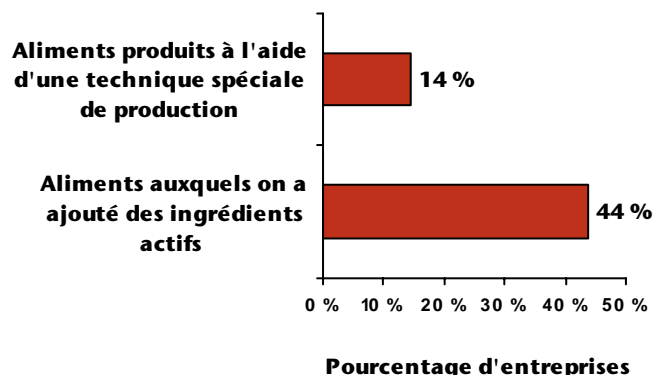
**Graphique 9**  
Répartition des entreprises d'AFN selon le type de nutraceutique, 2002



- Le type d'aliments fonctionnels le plus utilisé par les entreprises sont des produits alimentaires de base auxquels on a ajouté des ingrédients actifs, comme des fibres solubles et du bêta-glucane.

Un nombre restreint d'entreprises (21) s'intéressent aux aliments fonctionnels élaborés à l'aide de techniques spéciales de production.

**Graphique 10**  
Répartition des entreprises d'AFN par type d'aliments fonctionnels, 2002

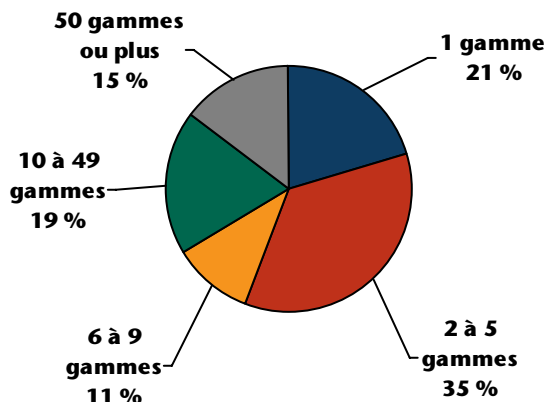


# La plupart des entreprises n'ont qu'une gamme limitée de produits

- Bien que certaines entreprises offrent plus de 50 gammes de produits d'AFN, les deux tiers d'entre elles offrent moins de 10 gammes de produits.

Une recherche plus poussée permettrait de déterminer si les grossistes représentent une grande partie des entreprises qui offrent plus de 50 gammes de produits.

**Graphique 11**  
Répartition des entreprises d'AFN par nombre de gammes de produits offertes, 2002

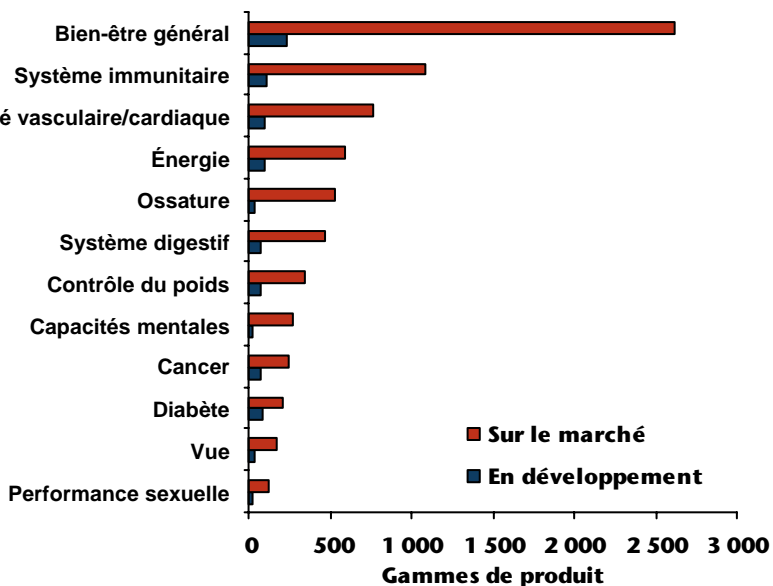


- Les gammes de produits que les entreprises offrent sur le marché mettent l'accent, pour la plupart, sur le « bien-être général ».

Le système immunitaire vient au deuxième rang des aspects santé visés par les aliments fonctionnels et les nutraceutiques, suivi par les maladies cardiaques et l'énergie.

Les gammes de produits en développement ont une répartition similaire aux produits actuellement offerts sur le marché en ce qui concerne les aspects santé ciblés.

**Graphique 12**  
Nombre de gammes de produits par problème de santé ou aspect santé ciblé, 2002

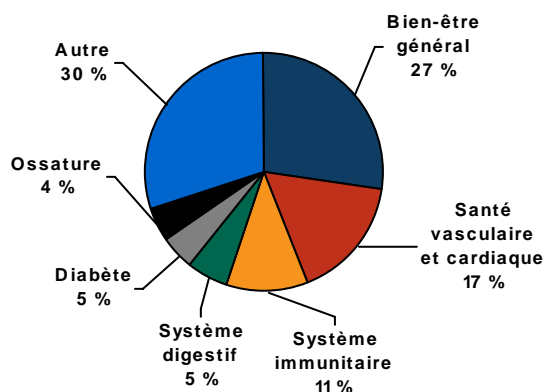


Note : Les entreprises pouvaient attribuer à un même produit des bienfaits pour de multiples problèmes de santé et de multiples aspects santé. De plus, de nombreuses gammes de produits peuvent avoir été comptées deux fois par les fabricants et les grossistes.

# Les produits favorisant le « bien-être général » sont ceux qui génèrent le plus de recettes pour la plupart des entreprises

- Les produits qui génèrent le plus de recettes pour les entreprises sont ceux qui mettent l'accent sur le bien-être général; viennent ensuite ceux qui visent la santé cardiaque et le système immunitaire.

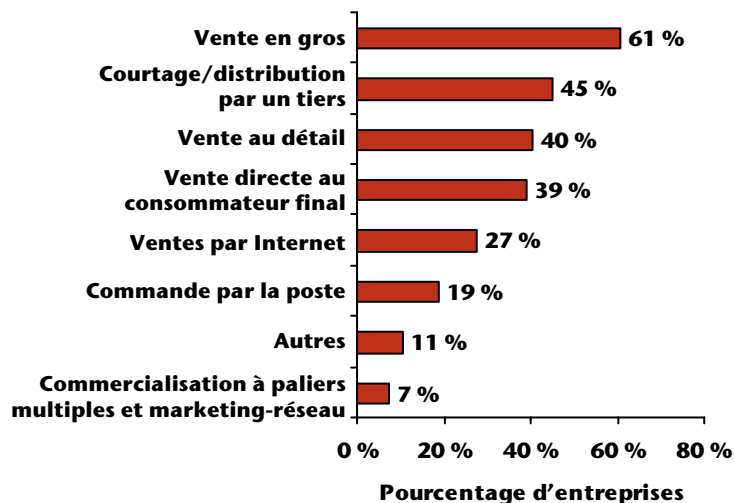
**Graphique 13**  
Répartition des entreprises d'AFN par secteur de produits qui génère le plus de recettes, 2002



- La vente en gros est le circuit de distribution le plus utilisé par les entreprises, suivie par la distribution par un tiers, comme un courtier.

Environ un quart des entreprises utilisent la vente par Internet et un cinquième les commandes par la poste.

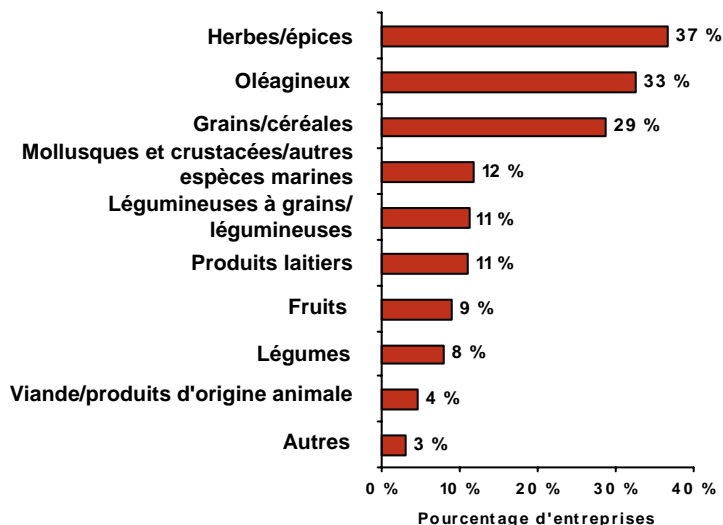
**Graphique 14**  
Répartition des entreprises d'AFN selon les circuits de distribution pour la vente, 2002



# Les ingrédients utilisés le plus souvent dans la composition des AFN sont des herbes et des épices

- Environ un tiers des entreprises qui produisent des AFN utilisent des herbes, des oléagineux et des grains cultivés au Canada dans la composition de leurs produits.

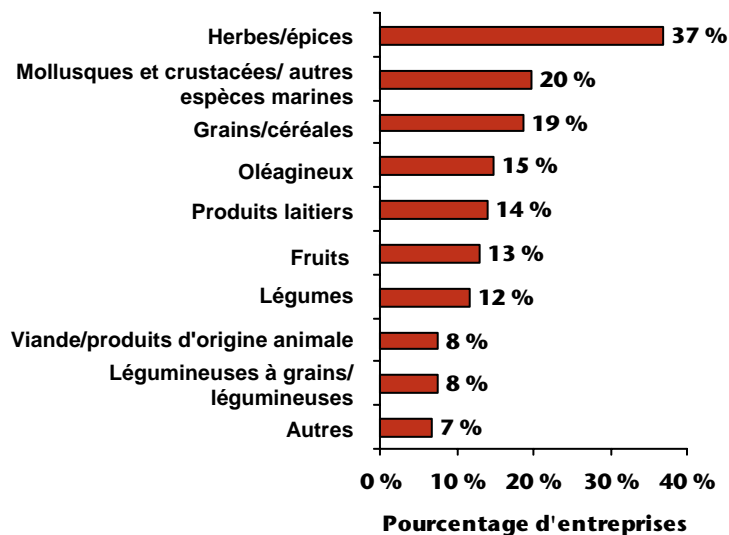
**Graphique 15**  
Pourcentage des entreprises d'AFN par ingrédients d'origine canadienne, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui utilisent des ingrédients d'origine dans la composition des AFN. On ne connaît pas le nombre d'entreprises qui utilisent des ingrédients d'origine dans la composition des AFN.

- De nombreuses entreprises importent leurs ingrédients pour fabriquer des AFN.

**Graphique 16**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN par ingrédients d'origine étrangère, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui utilisent des ingrédients d'origine dans la composition des AFN. On ne connaît pas le nombre d'entreprises qui utilisent des ingrédients d'origine dans la composition des AFN.



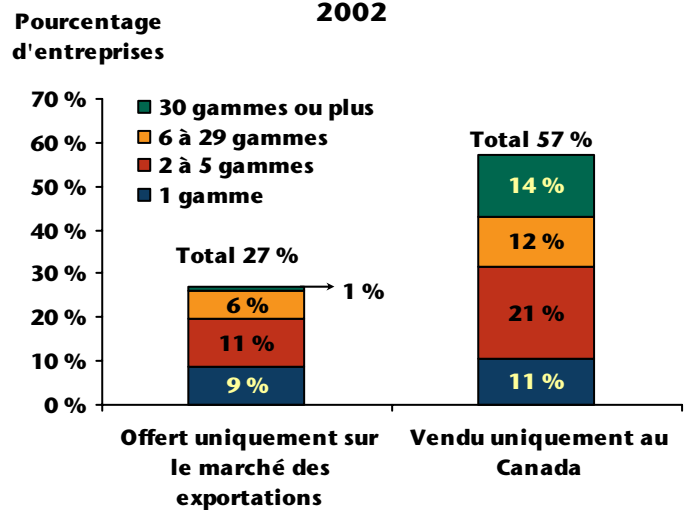
# Les entreprises commencent à peine à exploiter les marchés d'exportation

- **Près de 60 % des entreprises exportent des produits AFN, mais la plupart d'entre elles concentrent leurs activités sur le marché intérieur.**

Certaines entreprises offrent plus de 30 gammes de produits uniquement sur le marché intérieur. Les grossistes représentent peut-être la majorité de ces entreprises, mais des recherches plus poussées seront nécessaires pour le savoir.

Selon la tendance observée, seules quelques gammes de produits sont réservées à l'exportation.

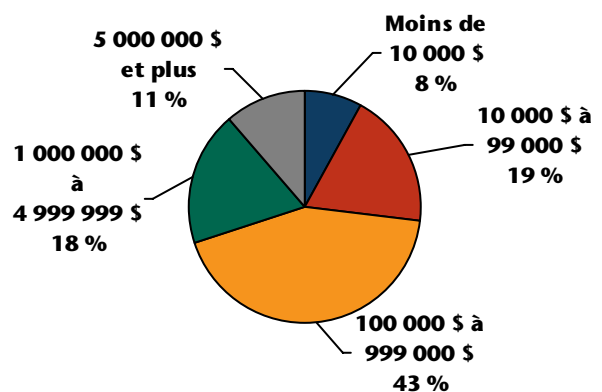
**Graphique 17**  
**Pourcentage d'entreprises d'AFN par nombre de gammes de produits AFN offertes uniquement sur le marché des exportations ou sur le marché intérieur, 2002**



- **La plupart des exportateurs (59 entreprises ou 70 %) ont tiré moins de 1 million de dollars des ventes d'AFN sur le marché des exportations en 2002.**

Quinze entreprises (18 %) ont fait un chiffre d'affaires se situant entre 1 et 5 millions de dollars. Seules 9 entreprises (11 %) ont tiré des recettes supérieures à 5 millions de dollars en exportant des AFN.

**Graphique 18**  
**Pourcentage d'exportateurs par ventes à l'exportation d'AFN, 2002**



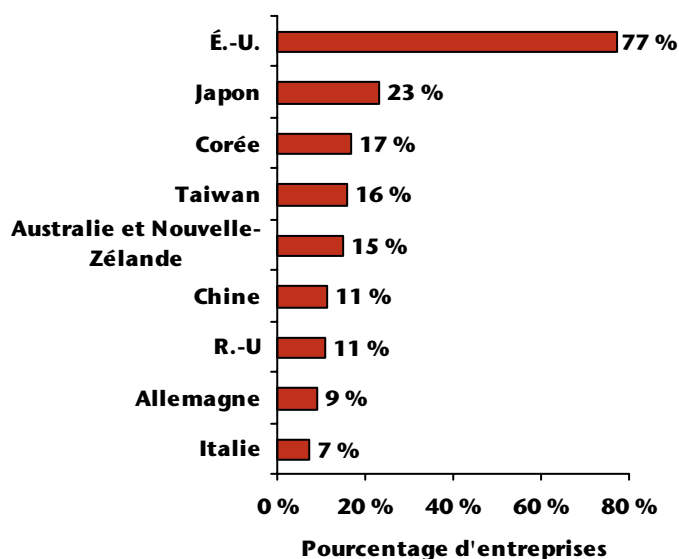
Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui exportent des produits AFN.

# La plupart des exportations visent le marché américain

- Plus de 75 % des exportateurs vendent leurs produits sur le marché américain et 25 % sur le marché japonais. Les principales destinations européennes sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie.

Près de 20 % des exportateurs étudient activement la possibilité d'exporter leurs produits vers la Chine au cours des deux prochaines années. Les autres destinations envisagées sont l'Océanie et d'autres pays asiatiques et européens.

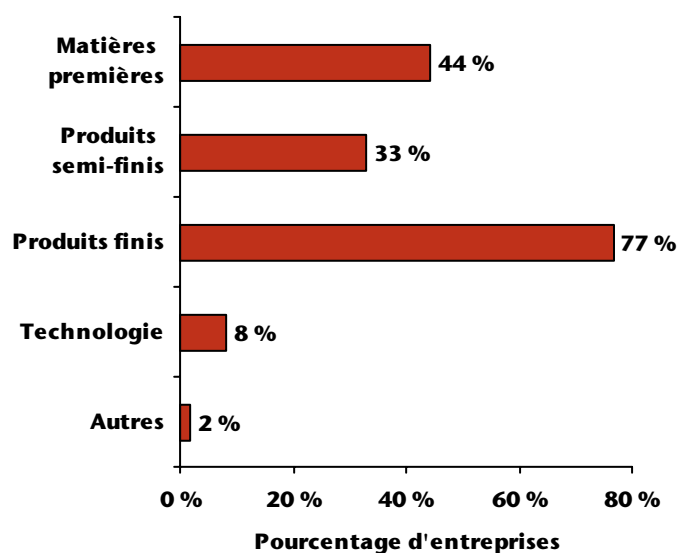
**Graphique 19**  
Pourcentage d'exportateurs par destination des exportations, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui exportent des produits AFN.

- Des produits sont exportés à chaque étape de la chaîne de production des AFN, à partir des matières premières jusqu'aux produits finis, en passant par la technologie.

**Graphique 20**  
Pourcentage des exportateurs par produit exporté, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui exportent des produits AFN.

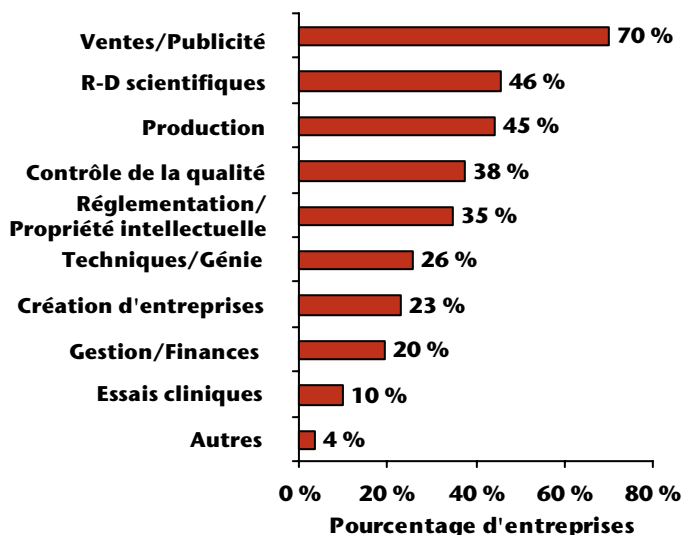
**Secteur canadien des AFN –  
Main-d'œuvre et capitaux**

# On manque d'employés dans les secteurs de la commercialisation, de la recherche et de la production

- Environ un quart des entreprises ont des postes vacants liés aux AFN. La majorité d'entre elles cherchent à combler des postes dans le secteur de la commercialisation (23 entreprises), de la recherche scientifique (15 entreprises) et de la production (15 entreprises).

Seules 4 % des entreprises ont embauché du personnel à l'étranger pour leurs activités liées aux AFN en 2002.

**Graphique 21**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN avec des postes vacants liés aux AFN par compétences requises, 2002

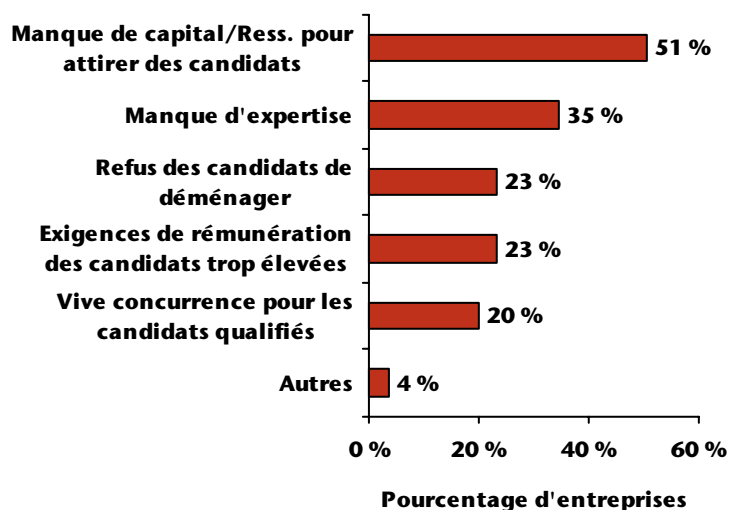


Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises ayant des postes vacants liés aux AFN.

- L'obstacle le plus commun à l'embauche pour combler des postes liés aux AFN est le manque de ressources pour attirer des candidats compétents.

Un tiers des entreprises cherchant à doter des postes liés aux AFN (12 entreprises) ont trouvé que les candidats disponibles n'avaient pas l'expertise requise pour combler les besoins de l'entreprise.

**Graphique 22**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN ayant des postes vacants liés aux AFN par obstacle à l'embauche de candidats, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises ayant des postes vacants dans le secteur des AFN.

# Les entreprises cherchent du financement pour développer toutes les facettes de leurs activités liées aux AFN

- Quarante-six entreprises (32 %) ont tenté d'emprunter du capital pour des AFN en 2002.

Ces entreprises cherchaient à financer l'expansion de toutes les facettes de leurs activités, du laboratoire de R-D à la capacité de production, en passant par les ventes.

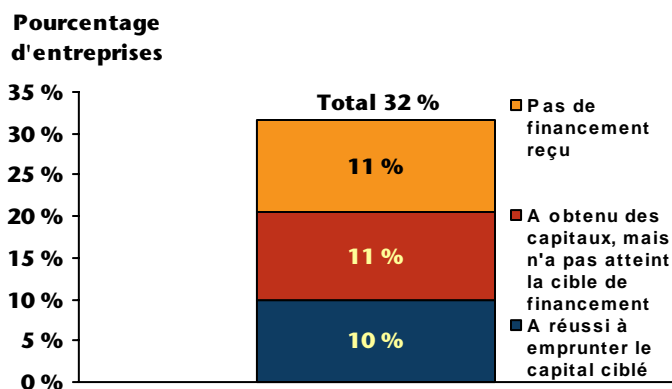
Seulement deux tiers des entreprises qui ont cherché à emprunter du capital ont réussi et moins de la moitié ont atteint le niveau de financement ciblé.

- Près de la moitié de ces entreprises ont tenté d'emprunter des capitaux pour les AFN auprès des sources traditionnelles, comme les banques et les placements initiaux.

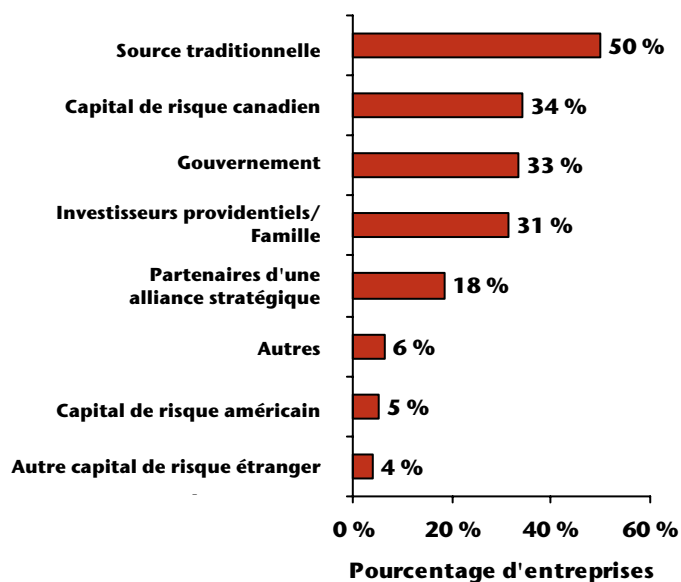
Les autres grandes sources de financement ont été les entreprises canadiennes de capital de risque, le gouvernement et les investisseurs providentiels (famille et amis). Seules quelques entreprises (3) ont utilisé du capital de risque américain et étranger.

La somme du capital emprunté par les entreprises varie. Sept entreprises ont été en mesure d'obtenir plus de 1 million de dollars. Treize autres ont obtenu entre 100 000 et 1 million de dollars et les 10 dernières ont obtenu moins de 100 000 \$.

**Graphique 23**  
Répartition des entreprises cherchant à emprunter du capital pour des AFN selon leur taux de réussite, 2002



**Graphique 24**  
Pourcentage des entreprises ayant emprunté du capital pour les AFN par source, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui ont emprunté du capital.

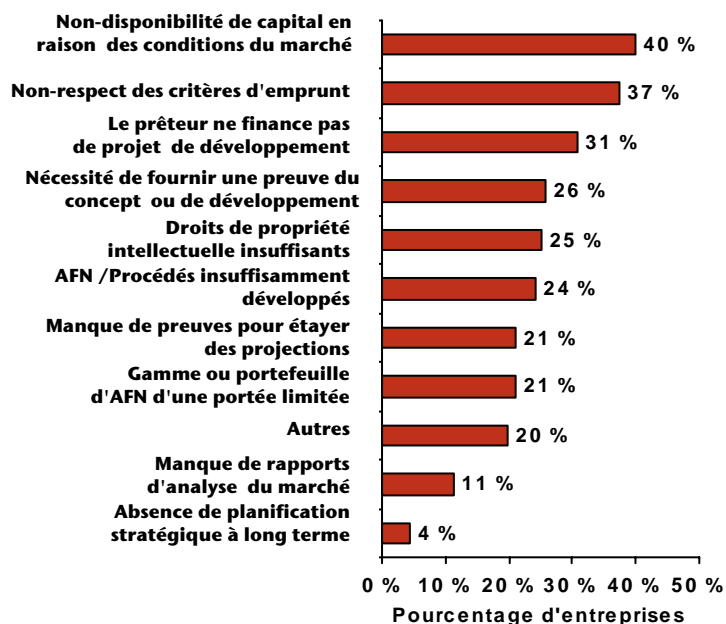
# Le financement est plus difficile à obtenir dans les premières étapes du développement d'un produit

- En 2002, les demandes d'emprunt de capital liées aux AFN de 75 entreprises (59 %) ont été rejetées.

De nombreuses raisons ont été données pour expliquer ces refus – la plus commune étant la non-disponibilité des capitaux en raison des conditions du marché et le non-respect des critères d'emprunt.

Un nombre important d'entreprises (14) ont toutefois été refusées parce qu'elles n'ont pas fourni suffisamment de preuves de concept et de développement d'un produit, ce qui suppose que le financement est peut-être plus difficile à obtenir lors des premières étapes de développement d'un produit AFN.

**Graphique 25**  
Pourcentage d'entreprises qui se sont vues refuser leur demande de capitaux, 2002



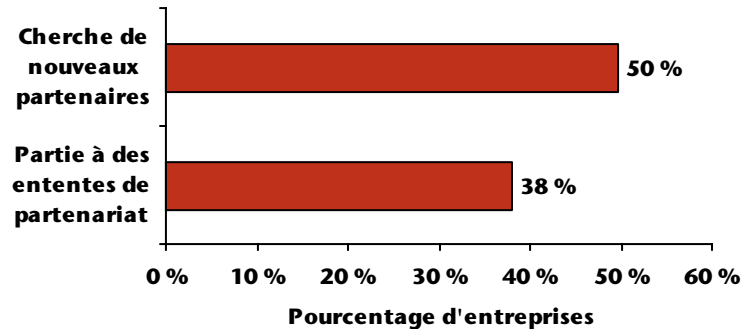
Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui se sont vues refuser une demande d'emprunt de capital.

**Relations d'affaires et droits de  
propriété intellectuelle dans le  
secteur canadien des AFN**

# De nombreux partenariats réalisent des activités de R-D

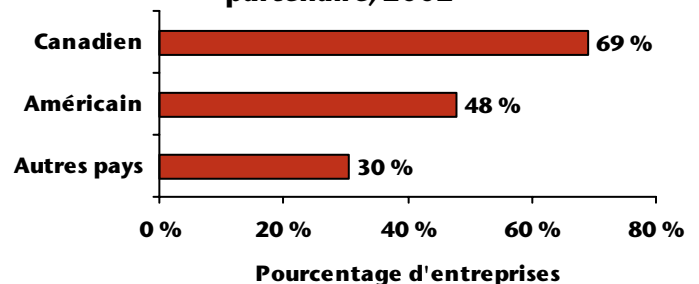
- Plus du tiers des entreprises sont parties à des ententes de partenariat avec d'autres entreprises ou organisations, et la moitié cherchent à conclure de nouvelles ententes de partenariat.

**Graphique 26**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN selon leur participation à des ententes de partenariat, 2002



- La plupart des ententes de partenariat (69 %) sont conclues avec d'autres entreprises ou organisations canadiennes.

**Graphique 27**  
Pourcentage d'entreprises liées par une entente de partenariat par type de partenaire, 2002

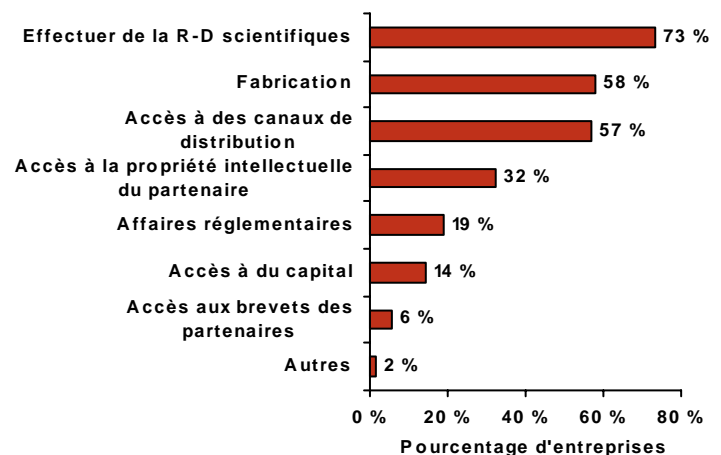


Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui ont conclu des ententes de partenariat.

- Soixante-treize pour cent des 56 entreprises liées par une entente de partenariat réalisent certaines de leurs activités de R-D scientifiques par le truchement de ces ententes.

Les entreprises se servent également des partenariats pour la fabrication des produits AFN (32 entreprises) et pour accéder à des canaux de distribution (32 entreprises).

**Graphique 28**  
Pourcentage des entreprises liées par des ententes de partenariat par objectif, 2002



Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises liées par des ententes de partenariat.

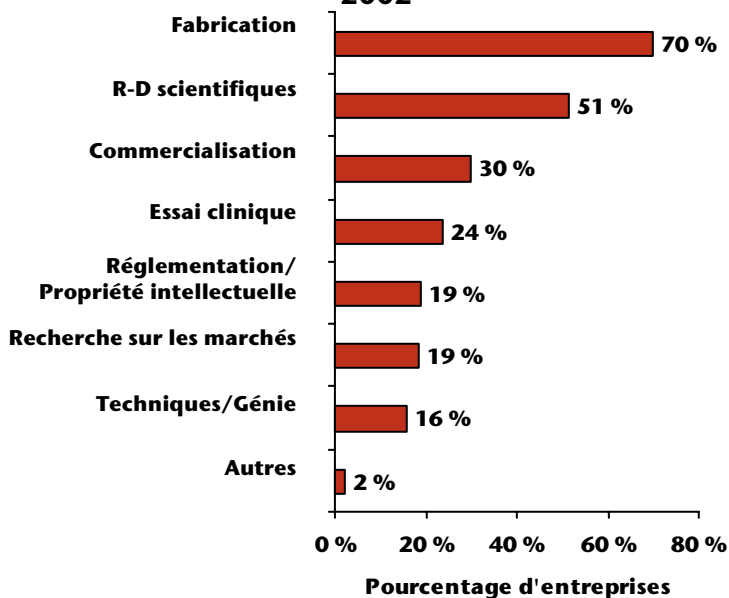


# La sous-traitance sert surtout à répondre aux exigences de production

- **Cinquante-sept entreprises (39 %) ont eu recours à la sous-traitance pour réaliser des activités liées aux AFN en 2002.**

La plupart des contrats étaient liés à la fabrication de produits (40 entreprises) et à la réalisation d'activités de R-D scientifiques (29 entreprises).

**Graphique 29**  
Pourcentage d'entreprises ayant eu recours à la sous-traitance pour réaliser des activités liées aux AFN par objet de contrat, 2002

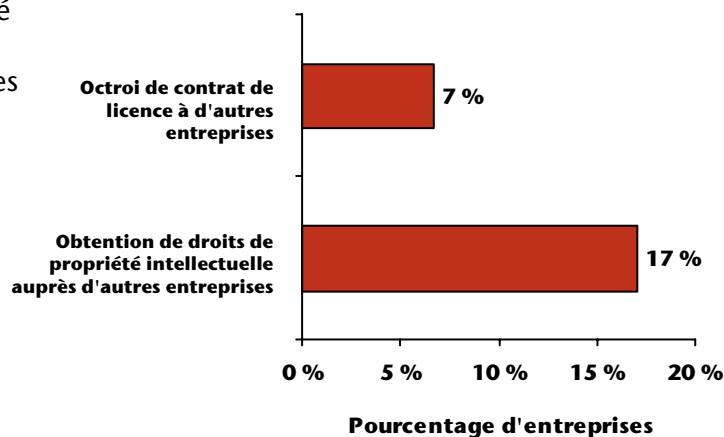


Note : Ces pourcentages s'appliquent uniquement au nombre total d'entreprises qui ont eu recours à la sous-traitance pour réaliser des activités liées aux AFN.

- **Les entreprises ont tendance à se réserver le contrôle exclusif des droits de propriété intellectuelle liés aux AFN.**

En 2002, seules 10 entreprises (7 %) ont octroyé des contrats de licence à d'autres entreprises et seulement 25 entreprises (17 %) ont obtenu des droits de propriété intellectuelle d'autres entreprises.

**Graphique 30**  
Pourcentage des entreprises d'AFN selon les droits de propriété intellectuelle échangés, 2002

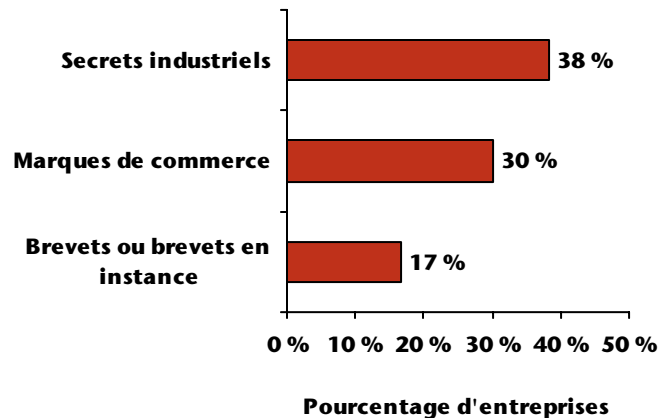


# Les entreprises ont tendance à avoir recours à des mécanismes moins officiels de protection des droits de propriété intellectuelle, comme les secrets industriels

- Les secrets industriels et les marques de commerce enregistrées sont les méthodes utilisées le plus fréquemment pour protéger les droits de propriété intellectuelle.

Seules 24 entreprises (17 %) utilisent des brevets.

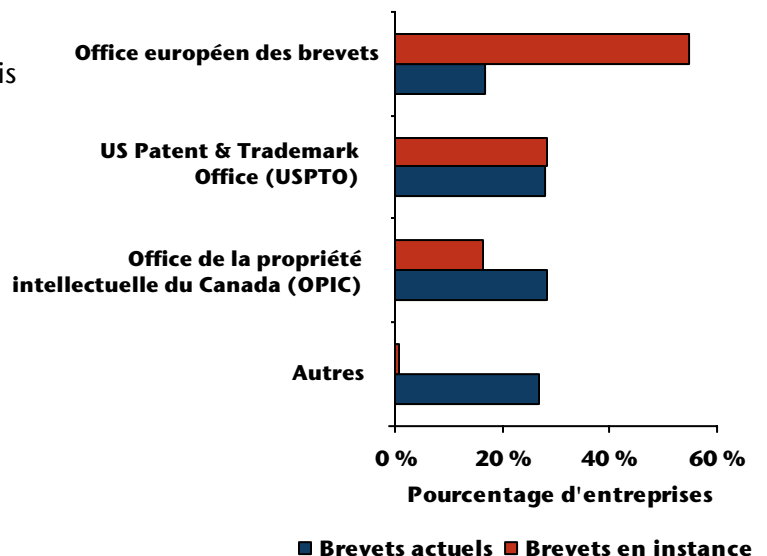
**Graphique 31**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN par méthode de protection des droits de propriété intellectuelle, 2002



- Plus de la moitié des brevets que les entreprises détiennent maintenant sont enregistrés auprès de l'Office européen des brevets.

Par ailleurs, les brevets en instance sont répartis plus ou moins également entre les offices de brevet du monde entier.

**Graphique 32**  
Pourcentage des brevets d'AFN par office de brevets, 2002



**Répercussions de la  
réglementation sur le secteur  
canadien des AFN**

# Les entreprises ont le sentiment que les allégations relatives à la santé pourraient faire augmenter leurs ventes

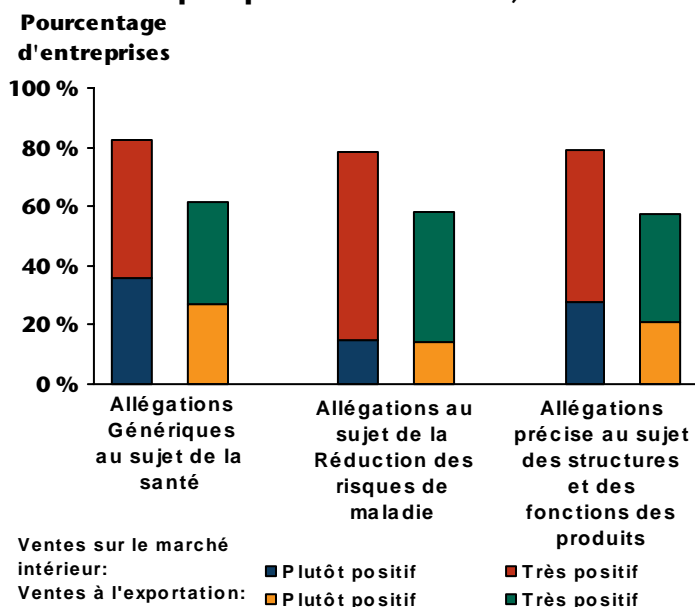
- **En général, la plupart des entreprises ont l'impression que la capacité d'utiliser des allégations relatives à la santé au sujet de leurs produits AFN pourrait avoir un effet positif sur les ventes sur le marché intérieur et étranger.**

Bien qu'il n'y ait pas de différence importante dans les réponses positives totales entre la capacité d'utiliser des allégations génériques au sujet de la santé, des allégations précises au sujet de produits réduisant les risques de maladie et des allégations précises au sujet des structures et des fonctions, les entreprises étaient fermement positives concernant les allégations au sujet des produits réduisant les risques de maladie.

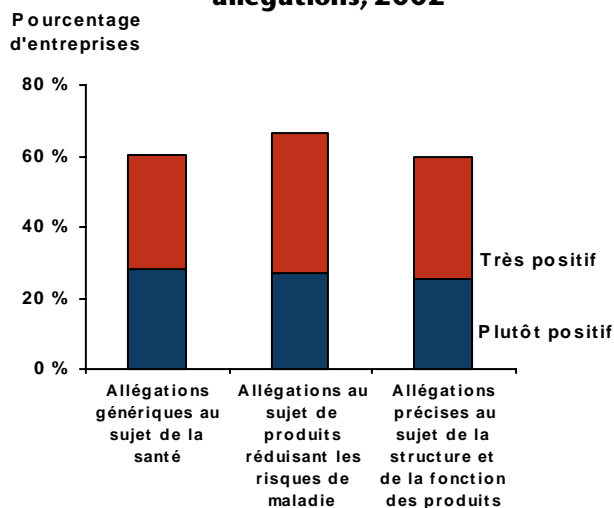
- **Plus de 60 % des entreprises ont l'impression que la capacité d'utiliser une allégation au sujet de la santé augmenterait leur volonté de mener des recherches pour appuyer ces allégations.**

Toutefois, les entreprises pensent que la capacité d'utiliser des allégations au sujet de produits réduisant les risques de maladie serait l'incitatif le plus puissant dans l'ensemble.

**Graphique 33**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN qui ont le sentiment que l'utilisation d'allégations au sujet de la santé aurait un impact positif sur les ventes, 2002



**Graphique 34**  
Pourcentage d'entreprises d'AFN ayant l'impression que l'utilisation d'allégations au sujet de la santé aurait un effet positif sur leur volonté de mener des recherches pour appuyer ces allégations, 2002



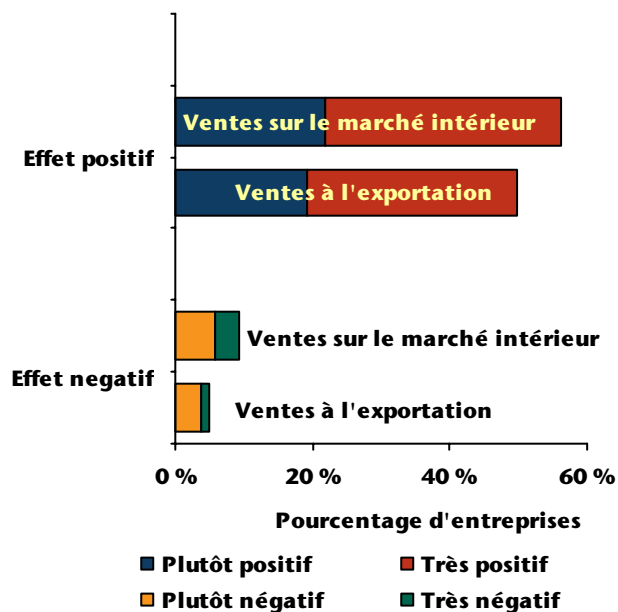
# Les entreprises sont partagées en ce qui concerne les répercussions de normes canadiennes appariées aux normes américaines

- Un peu plus de la moitié des entreprises pensent qu'une modification de la réglementation en matière de composition et d'étiquetage des produits pour l'apparier aux normes américaines aurait un effet positif sur leurs ventes sur les marchés intérieur et extérieur.

Environ 10 % des entreprises pensent qu'une modification nuirait à leurs ventes sur le marché intérieur et 5 % pensent qu'il en serait de même pour les ventes à l'exportation.

Les autres entreprises ne savaient pas quel serait l'effet sur leurs ventes sur le marché intérieur (21 entreprises) et sur les ventes à l'exportation (27 entreprises) ou considéraient qu'il n'y aurait aucun effet (25 entreprises).

**Graphique 35**  
 Pourcentage des entreprises d'AFN selon leur perception des répercussions d'une modification de la réglementation pour l'apparier aux normes américaines



Canada 

