CONCEVOIR UN PRODUIT DE NUTRITION SPORTIVE

jlb DÉVELOPPEMENT

Sommaire

1. COMPRENDRE LE MARCHÉ DE LA NUTRITION SPORTIVE 03

Un marché musclé 03

Les attentes et besoins des consommateurs 04

UNE PRATIQUE SPORTIVE EN PROGRESSION
LES TYPOLOGIES DE CONSOMMATEURS
DE NOUVELLES ATTENTES

L'offre produits 05

Comment garder une longueur d'avance ? 05

2. DÉFINIR UN CONCEPT FORT 06

Définir sa cible avec précision 06

CIBLE CONSOMMATEURS
MARCHÉ CIBLE

Choisir un positionnement différenciant 07

LES PROMESSES
LE CHOIX DES INGRÉDIENTS
LES CARACTÉRISTIQUES
LE PRIX CIBLE

Choisir le bon format 09

LA BONNE GALÉNIQUE
LE PACKAGING (INNOVANT !)

3. VOTRE PRODUIT DE NUTRITION SPORTIVE DE A À Z 11

1

COMPRENDRE LE MARCHÉ DE LA NUTRITION SPORTIVE

Un marché musclé

Le marché de la nutrition sportive continue sa croissance insolente depuis quelques années.
On compte pas loin de 20 000 références en Europe selon Xerfi.

En France, le marché s'élèvera à **182 millions d'euros en 2022**, avec une **croissance annuelle de 8 %.**

Le potentiel de croissance reste encore important et les opportunités nombreuses, poussées par de nombreux leviers.

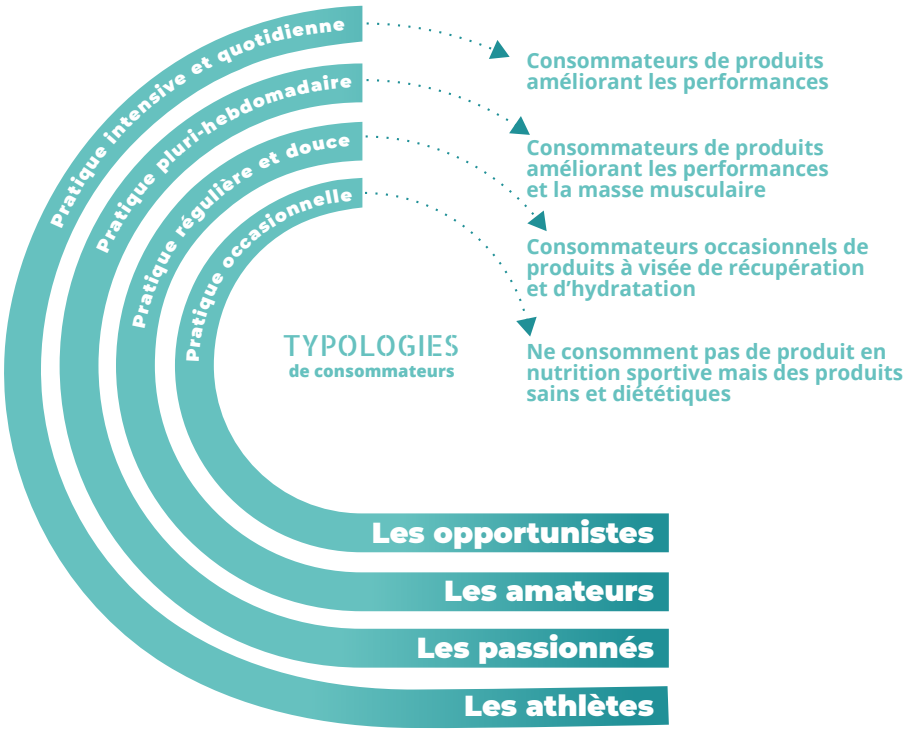
Les politiques de prévention-santé encouragent la pratique sportive (campagne manger-bouger, PNNS, Stratégie nationale Sport-Santé).

De nouvelles catégories de pratiquants et de consommateurs se mettent au sport et arrivent à la nutrition sportive.Ces derniers augmentent le potentiel de marché avec le développement de nouvelles offres positionnées sur le végétal et le naturel.

Attentes et besoins des consommateurs

UNE PRATIQUE SPORTIVE EN PROGRESSION

En 2019, 42% des Français déclarent pratiquer une activité sportive chaque semaine, selon une enquête Odoxa.
La pratique du fitness et du running, accessibles à tous, s'est fortement développée. Elle continuera probablement de croître davantage avec la crise sanitaire et la fermeture des clubs de sports, phénomène qui a fait de nouveaux adeptes de ces pratiques.



LES TYPOLOGIES DE CONSOMMATEURS

L'évolution des pratiques sportives est bien en route. Elle dessine progressivement différentes typologies de pratiquants, et donc de consommateurs de produits de nutrition sportive

DE NOUVELLES ATTENTES

Le marché de la nutrition sportive a vu ces dernières années l'évolution consommateurs avec de nouvelles attentes.

- **clean label :** des formules simples et propres, souhait de mieux comprendre l'étiquetage
- **naturalité :** sélection de produits plus naturels notamment au niveau des colorants et des arômes, intérêt pour les ingrédients d'origine végétale
- **qualité :** sensibilité aux labels et aux certifications quantité et anti-dopage

L'offre produits

Le panorama de l'offre produits s'est considérablement enrichi ces 20 dernières années.
On retrouve cependant les critères de segmentation suivants qui permettent de nombreuses combinaisons produits.

L'OBJECTIF DU PRATIQUANT

- Développement de la masse musculaire
- Augmentation des réserves énergétiques
- Hydratation
- Endurance
- Performance
- Récupération

L'ACTIVITÉ PHYSIQUE

- Endurance
- Force
- Vitesse

LE MOMENT DE CONSOMMATION

- Avant l'effort
- Pendant l'effort
- Après l'effort
- Tous les jours

LE FORMAT

- Repas lyophilisés
- Gâteaux énergétiques
- Maltodextrine
- Compléments alimentaires
- Barres et gâteaux énergétiques
- Gels énergétiques
- Boissons et poudres isotoniques
- Pâtes de fruits
- Barres protéinées
- Protéines en poudre

Comment garder une longueur d'avance ?

Il faut savoir que la durée de vie d'un produit de nutrition sportive est très courte, d'environ 2 ans. C'est pourquoi il est impératif de regarder vers l'avant et d'anticiper l'innovation de façon permanente. Afin de réaliser les meilleures combinaisons produits en fonction des attentes des consommateurs et des avancées scientifiques, il convient de réaliser une veille de marché régulière avec :

- **un benchmark concurrentiel :** des produits finis aux USA et UK pour disposer d'une projection à court terme de l'évolution à venir en EU-FR
- **un suivi des avancées scientifiques et des études publiées**
- **une veille des nouveaux ingrédients**
- **une veille réglementaire.** En effet, la réglementation évolue ! Depuis 2016, les produits de nutrition sportive dépendent de la législation alimentaire européenne "Food Law règlement 178/2002", au même titre que les autres aliments.

DÉFINIR UN CONCEPT FORT

La recette du succès pour un produit de nutrition sportive est de rester dans les starting blocks quelque temps pour réfléchir à un concept fort avant de foncer tête baissée. Comprendre sa cible pour concevoir un produit pertinent et efficace, voilà les indispensables pour votre projet. Suivez le guide étape par étape !

Définir sa cible avec précision

CIBLE CONSOMMATEURS

Afin de développer un produit qui réponde parfaitement aux attentes de votre **cible utilisateur**, il convient de la définir selon des critères précis : genre, pratique, objectifs, motivations, usage recherché.

MARCHÉ CIBLE

Ensuite, il faut établir précisément le **marché cible** où sera commercialisé votre produit : France, EU, USA... Cette localisation géographique va impacter la formulation au vu des allégations recherchées. En effet, les doses minimales ne sont pas les mêmes en fonction des marchés.

2

Choisir un positionnement différenciant

LES PROMESSES

Le produit doit répondre aux attentes du cœur de cible. Même si cela est évident pour vous, **précisez les bénéfices que le consommateur aura en consommant régulièrement votre produit.**
Vous pouvez vous appuyer sur les **allégations nutritionnelles et de santé** listées dans le règlement (CE) n°1924/2006. Cependant, il faut savoir qu'il existe peu d'allégations spécifiques aux produits de nutrition sportive.

Par ailleurs, le consommateur est aussi sensible aux **promesses non-nutritionnelles** qui témoignent de la qualité ou du positionnement premium d'un produit de nutrition sportive.

La certification biologique, AB ou Ecocert, ainsi que le Made in France, séduisent les jeunes sportifs, très conscients de l'impact de leur consommation sur la planète.

D'autres promesses attirent certains segments de consommateurs tels que **le vegan ou sans gluten.**

Les certifications qualité et anti-dopage comme la norme française AFNOR NF V 94-001 et depuis février la NF EN 17444 au niveau européen, relatives aux compléments alimentaires et produits de nutrition sportive, ainsi que le **label SPORT Protect ou Informed Sport**, sont des must-have pour votre produit. Ces marques de qualité ne sont pas obligatoires, mais elles représentent un vrai plus pour les marques qui les apposent sur leur packaging. Par ailleurs, l'Agence Mondiale Antidopage (WADA) propose un Code mondial antidopage qui harmonise les règles, les règlements et les politiques antidopage dans le monde entier. Elle établit également une liste des substances et méthodes interdites aux athlètes en compétition et hors compétition, qui est mise à jour chaque année. Ces documents permettent de poser les bonnes pratiques de développement et de fabrication visant à prévenir la présence de substances interdites dans les denrées alimentaires destinées aux sportifs et les compléments alimentaires.

LE CHOIX DES INGRÉDIENTS

Les promesses d'un produit de nutrition sportive reposent sur le **choix des ingrédients,** ainsi que sur les études et allégations associées.
Pour les projets de nutrition sportive que nous traitons chez JLB DÉVELOPPEMENT, deux cas de figure se présentent :

- **Soit le client vient avec sa base de formule**
- **Soit JLB DÉVELOPPEMENT conseille le client sur la conception de sa formule**

Les composants incontournables de la majorité des formules : les glucides, les protéines et BCAA, les vitamines et minéraux, les extraits de plantes et les substances à but nutritionnel ou physiologique.

PROTÉINES ET BCAA
Lait (whey et caséine)
oeufs / soja pois/
chanvre / BCAA

VITAMINES
B1 / B2 / B3 / B6
B8 / B12 / C

MINÉRAUX
Magnésium
Manganèse
Calcium
Potassium
Phosphore
Fer / Iode

SUBSTANCES À BUT NUTRITIONNE OU PHYSIOLOGIQUE
Pré-biotique
Probiotique
Omega 3

PLANTES
Tribulus terrestris
Cassis / Ginseng
Eucalyptus
Muscadier / Réglisse
Rhodiola rosea
Harpagophytum
Spiruline / Acérola

Dans tous les cas, nous orientons nos clients **selon le cadre réglementaire souhaité vers des ingrédients de qualité, d'origine naturelle et scientifiquement objectivés.** En effet, il est conseillé de s'appuyer sur des preuves scientifiques, sur des études sur les ingrédients, voire sur des retours d'usage et d'utilisation. Par exemple, pour notre projet de produit sportif destiné à des professionnels, l'objectif était d'optimiser l'hydratation minérale et de réduire le temps de fatigue des athlètes de haut niveau. Nous avons donc travaillé sur des formes de minéraux spécifiques pour obtenir un produit basifiant pour l'organisme.

Nos clients recherchent du clean label, des formules efficaces avec **des ingrédients innovants.** Dans sa démarche d'innovation continue, JLB DÉVELOPPEMENT a lancé des "concepts produits clé-en-main" avec des fournisseurs d'ingrédients partenaires. L'idée est de mettre en valeur au sein de produits éco-conçus, des ingrédients premium, sourcés sur la base d'études scientifiques ou de preuves d'efficacité.

Par exemple, nous avons développé un shot de récupération sportive à base d'ubiquinol de Kaneka. Ce concept sportif a séduit notre client NONINU qui a lancé Ubiquinol Recovery Shot sous sa marque. Nous allons poursuivre ces initiatives de nos concepts produits clé-en-main, car elles témoignent de notre capacité d'innovation.

LES CARACTÉRISTIQUES

Ensuite, explicitez les caractéristiques attendues par la cible :

- Usage
- Ergonomie
- Organoleptique : attention, aujourd'hui on ne fait plus de concession sur le goût pour la performance. Choisissez avec soin votre signature aromatique… et naturelle bien sûr !

LE PRIX CIBLE

Selon le budget que la cible est prête à mettre et selon le positionnement de la marque, la promesse du produit doit aller toucher la corde sensible du consommateur.
Chez Décathlon, la construction des gammes et du prix se fait sur la promesse :

Choisir le bon format

LA BONNE GALÉNIQUE

JLB DEVELOPPEMENT partage ses critères avec vous pour choisir une bonne galénique.

LES CRITÈRES À PRENDRE EN COMPTE

LE MODE D'UTILISATION
à boire / à manger / le moment
> **LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION**
> **LA COHÉRENCE DE LA GAMME**
> **LES ATTENTES CONSOMMATEURS**

LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS GALÉNIQUES / FORMATS

	FOOD	POUDRES	LIQUIDE
GALÉNIQUE ET FORMAT	• Biscuits • Pancakes	• Doypack • Pots • Gélules	• Stick • Ampoules • Bouteilles Stick • Shots • Gourdes
TYPE DE PRODUITS	• Ready to eat • Préparation à réaliser soi-même		• Ready-to-drink

> ***Tout ce processus de concept produit affiné dans le détail, depuis la promesse pour une cible consommateur, jusqu'aux ingrédients, au prix cible et enfin au format, amène à la création du cahier des charges... avec les musts et wishes. En effet, il faudra peut-être faire des choix et des concessions.***

LE PACKAGING (INNOVANT !)

L'emballage est certes le contenant du produit, mais c'est aussi un outil marketing puissant, qui permet la différenciation en linéaire, ainsi qu'un vecteur de communication pour expliquer le produit et ses promesses.

Pour cette étape, il peut être intéressant de travailler avec une agence marketing spécialiste de la nutrition sportive comme PepsWork.

Par ailleurs, le développement de PLV intelligentes est aussi à étudier. Il s'agit de supports prêts à vendre, sur lesquels la box palette est seulement à défilmer après la sortie sur palette. Pour nous, c'est un métier d'avenir !

Autre piste d'innovation en packaging : **l'ultra personnalisation**. On peut penser par exemple faire du picking en fonction de la commande et du profil user.

VOTRE PRODUIT DE NUTRITION SPORTIVE DE A À Z

JLB DEVELOPPEMENT accompagne les marques de nutrition sportive dans la conception de leurs produits depuis plus de 20 ans. Nous vous ouvrons les portes de nos usines et vous invitons dans un processus complet de création produits, qui sait, bientôt le vôtre ?

1 Développement de la formule théorique

Réalisation du cahier des charges de développement des produits, une étape sur mesure réalisée ensemble, qui inclut une garantie de confidentialité, et spécificité.

Fichier de formulation rédigé par les ingénieurs produit et construit à partir des fiches techniques des matières premières, ou des tables de compositions pour construire les valeurs nutritionnelles du produit fini.

Ensuite une formule paillasse permet de réaliser des **tests de faisabilité**. On ajuste ici les quantités d'ingrédients jusqu'à la formule finale. C'est sur cette dernière que l'on définit les **allégations possibles du produit fini.**

Enfin arrive la transposition industrielle avec la possibilité en accord avec le client de réaliser une fabrication en lot pilote représentatif d'une production. Pour nos mélanges de poudre, il faut prévoir un minimum de 300 kg pour ce passage en lot industriel. Ce pilote peut être utilisé pour

- du **sampling**
- des **tests d'usage** auprès de sportifs pour des tests en conditions réelles.
  On attend alors leur retour pour lancer la production
- un **suivi du vieillissement** du produit

2 Fabrication industrielle du produit

Plusieurs étapes sont nécessaires à la conception du produit :

- Référencement des matières premières avec les bulletins d'analyse
- Création sur un ERP de la fiche recette qui précise le process
- Contrôles de conduite du process

3 Contrôles qualité

Différents contrôles et analyse sont réalisés pendant et après la fabrication :

- Contrôles de production
- Contrôle bactériologique
- Contrôles physicochimiques
- Contrôles organoleptiques
- Prestation analytique externalisée

La finalité de ces opérations et de garantir la conformité du produit au cahier des charges.

4 Conditionnement

Le produit fabriqué, les étapes de conditionnement finalisent la mise en packaging :

- Réception du produit semi fini brut non conditionné (vrac industriel)
- Conception graphique, validation du BAT par le client et tirage des étuis externalisé
- Passage du produit semi-fini en ligne de conditionnement
- Produit fini tel que proposé au consommateur
- Palettisation, identification avec codes EAN ou autres

jlb DÉVELOPPEMENT

DANS LES STARTING-BLOCKS POUR VOTRE PROCHAIN PRODUIT DE NUTRITION SPORTIVE ?

Nous espérons que ce Livre Blanc vous sera utile pour **structurer votre projet** de nutrition sportive. Nous l'avons en tous cas conçu pour vous donner une longueur d'avance sur vos prochains succès !

Il y a 20 ans, intégrer le développement de la formule produits dans la conception était très innovant. Aujourd'hui, la prestation de services va bien plus loin avec la composante achat, la formulation, la fabrication, la livraison... et même la distribution !

C'est pourquoi, d'après nous, **la notion de full service** peut encore s'élargir et nous y travaillons pour toujours garder une longueur d'avance sur le marché du façonnage en nutrition sportive.

JLB DEVELOPPEMENT s'inscrit aujourd'hui dans une dynamique innovante de **co-développement** et de partenariat avec les marques et les laboratoires.

Et si nous parlions ensemble de **vos projets de nutrition sportive ?**

www.jlbdeveloppement.com