



# Les multiples facettes de l'alimentation fonctionnelle





# Quel contexte pour la food fonctionnelle ?





# Aux origines

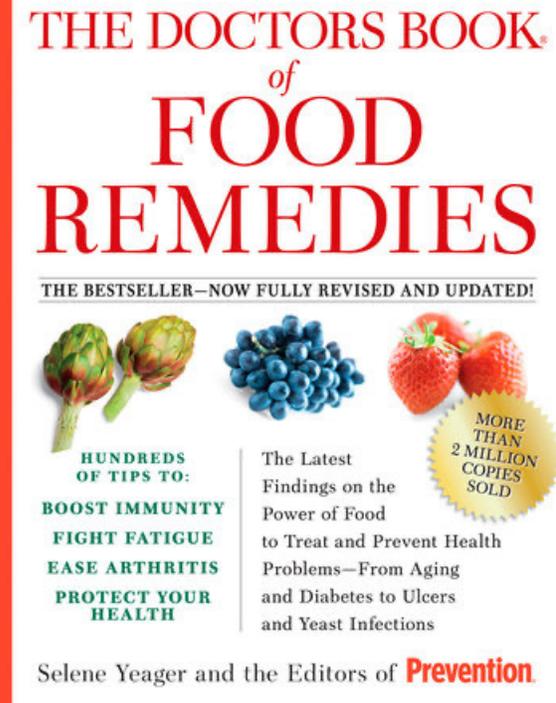
L'expression « Food fonctionnelle » vient de ce qu'on appelle « les aliments fonctionnels » et des alicaments, néologisme issu de la contraction d'aliments et médicaments.

En d'autres termes, il s'agit de produits alimentaires qui ne satisfont plus seulement la satiété mais qui apportent un bienfait supplémentaire pour la santé ou le bien-être.



# Un discours porté par des allégations scientifiques

A l'origine, les discours associés à l'alimentation fonctionnelle étaient très scientifiques ou médicaux, avec des recettes souvent complexes.



# Des bénéfices centrés sur la santé physique

Le focus était porté sur la santé physique, avec la réponse à des besoins tels que la performance...



push up, pull up,  
drink up.  
100% dv vitamin c  
in every bottle.

dv = daily value  
0-130 calories per 591 mL serving



# **D** Le plaisir parfois relayé au second plan

In fine, la fonctionnalité prenait souvent le pas sur le plaisir et la gourmandise, avec des ingrédients, des recettes ou des food form qui répondaient d'abord à des bénéfices santé.



# Feed.

= Un repas complet  
Fabriqué en France  
Sans lactose  
Sans gluten  
Vegan





# Un marché en pleine mutation



Aujourd'hui, la food fonctionnelle n'est plus tout à fait la même qu'à ses débuts. Elle se démocratise progressivement, passant d'une cible de consommateurs très niche à une cible plus large, pouvant intéresser tout consommateur désireux de reprendre le pouvoir sur son alimentation de manière plus holistique.

Une mutation qui s'est accélérée avec la crise sanitaire du Covid-19.

# De nouvelles habitudes alimentaires

Si elle se démocratise, c'est en partie parce qu'elle fait parfaitement écho aux nouvelles habitudes alimentaires des consommateurs qui ne sont plus seulement à la recherche de régimes marqués par l'absence de sucre ou de calories mais qui vont vraiment rechercher la présence de bénéfices positifs spécifiques, à l'instar des adultes américains qui sont environ 66% à rechercher des produits qui soient « sources de vitamines et de minéraux ».

→ La food fonctionnelle s'inscrit donc parfaitement dans cette quête du bien manger qui s'est renforcée avec la pandémie, avec cette attention toute particulière portée à la santé...

# 2/3

Des adultes américains sont à la recherche de produits qui promettent être « source de vitamines et de minéraux. »

# Un nouveau mot d'ordre : Immunité

... avec notamment un gros sujet autour de l'immunité, avec 60% des consos mondiaux qui achètent des produits alimentaires soutenant leur système immunitaire.

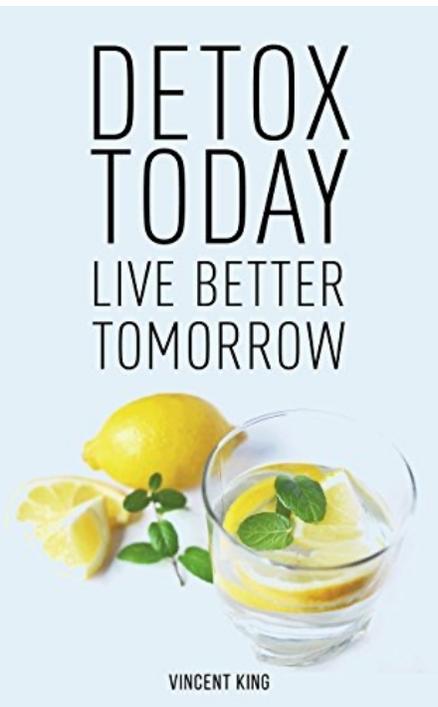
Source : Innova's Consumer Survey (2020)



# ↳ Des usages ancrés dans le quotidien

La pandémie a également favorisé une approche préventive (plutôt que seulement curative) de la food fonctionnelle, avec des usages de plus en plus quotidiens comme en témoigne ce chiffre : 1 conso sur 3 au niveau mondial consomme des produits fonctionnels quotidiennement suite au Covid.

Source : Hartman Group (2020)







VERS PLUS  
**DE PERSONNALISATION**



VERS PLUS  
**DE NATURALITÉ**



VERS UNE DIMENSION  
**PLUS HOLISTIQUE**



VERS PLUS  
**DE PLAISIR**



**Quelles évolutions  
pour la food  
fonctionnelle ?**



# Vers plus de personnalisation

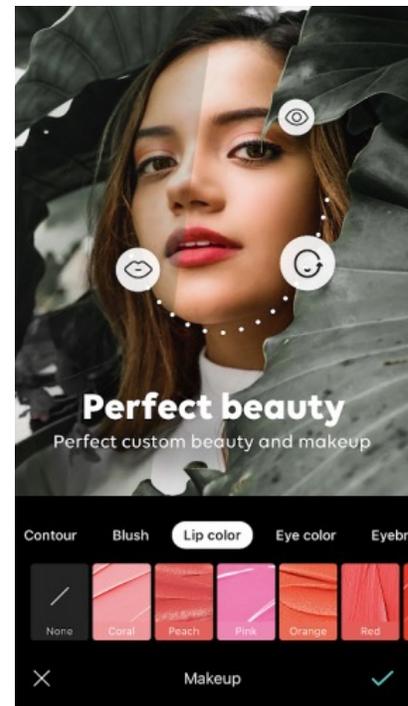
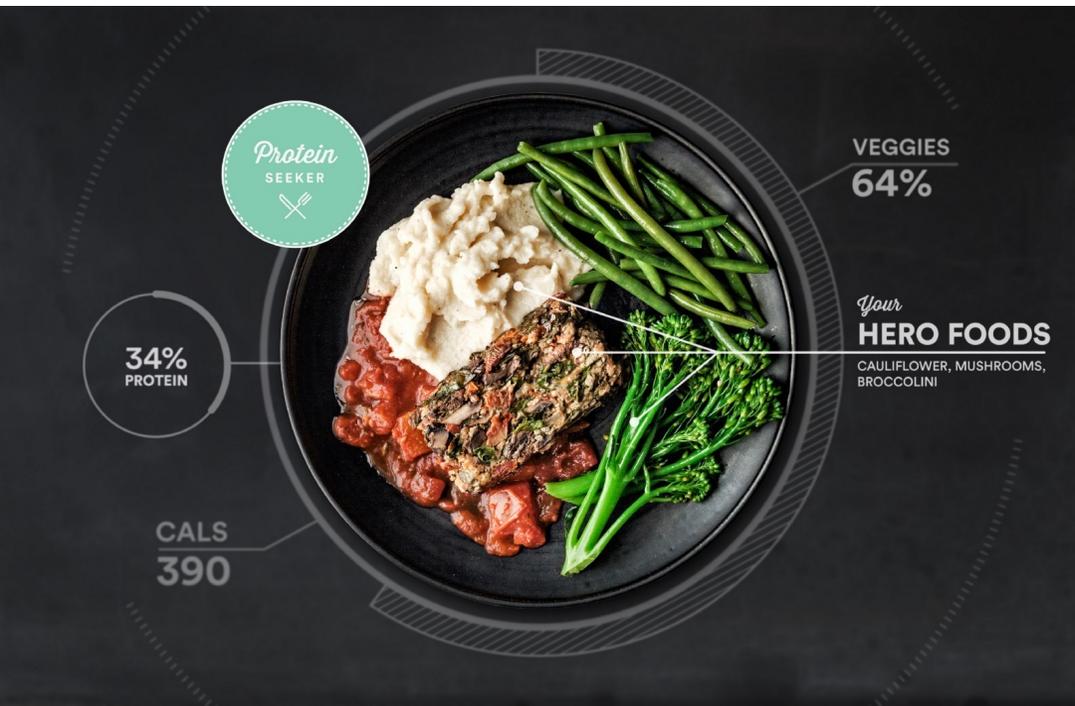


# Des offres spécifiques pour des individus uniques

# 63%

des consommateurs placent la personnalisation d'un service et d'un produit comme un standard

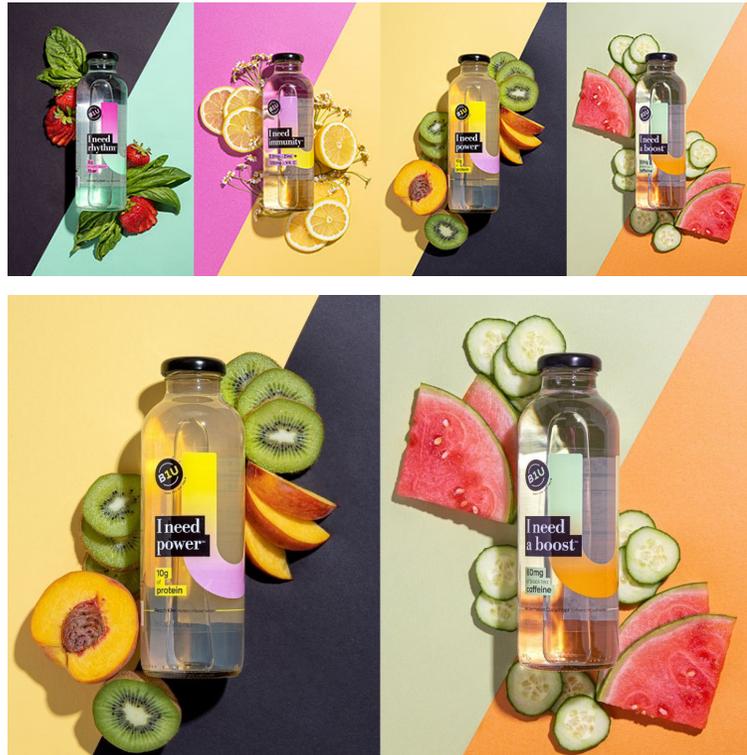
Source : YouGov et Adobe (2020)





# 1. ULTRA-SEGMENTER SON OFFRE PAR BESOIN

## DES EAUX PENSÉES POUR VOUS



Ocean Spray a lancé la marque B1U, des eaux infusées fonctionnelles aux wordings intéressants puisqu'ils se mettent dans la peau du consommateur pour énoncer ses différents besoins.

## DES GUMMIES POUR TOUS LES BESOINS

Améliorez <b>LA QUALITÉ DE VOTRE SOMMEIL</b>	Renforcez <b>VOS CHEVEUX, ONGLES ET PEAU</b>
Renforcez <b>DE L'ÉNERGIE ET DU TONUS</b>	Renforcez <b>VOTRE STRESS ET ANXIÉTÉ</b>
Améliorez naturellement <b>VOTRE BRONZAGE NATURELLEMENT</b>	Améliorez <b>LES TROUBLES DIGESTIFS</b>
Complétez <b>VOTRE RÉGIME VÉGÉTARIEN</b>	Renforcez <b>VOS DÉFENSES IMMUNITAIRES</b>
Atténuez <b>LES INCONFORTS DE LA MÉNOPAUSE</b>	Renforcez <b>LES BESOINS DE VOS ENFANTS</b>

Avec ses gummies, Les Miraculeux offre de nombreuses réponses à des besoins très divers : retrouver du tonus, réduire son anxiété, lutter contre les troubles digestifs, compléter un régime végétarien, prolonger son bronzage, etc.

## LES MULTIPLES BIENFAITS DE LA SUPERFOOD

<b>Pouvoir antioxydant</b> Agiel Super aliment pur	<b>Éliminez les toxines de votre organisme</b> Detoximix MIX fonctionnel
<b>Améliore la santé intestinale</b> FIBRAMIX MIX fonctionnel	<b>Pouvoir antioxydant</b> Pépites de cacao Super aliment pur
<b>Édulcorant à faible indice glycémique</b> Sirop de coco	<b>Croissance musculaire</b> Protéomix MIX fonctionnel
<b>Améliorez votre digestion</b> Digestimix	<b>Améliorez votre sommeil</b> Sommeilmix
<b>Améliorez votre énergie</b> Énergimix	<b>Améliorez votre stress et votre anxiété</b> Stressmix
<b>Améliorez votre bronzage naturel</b> Bronzagemix	<b>Améliorez votre santé digestive</b> Digestimix
<b>Améliorez votre régime végétarien</b> Végétariemix	<b>Améliorez vos défenses immunitaires</b> Immunitmix
<b>Améliorez les inconvénients de la ménopause</b> Ménopausmix	<b>Améliorez les besoins de vos enfants</b> Enfantmix

« Découvrez quel est le produit Shine idéal pour vous » promet Shine Superfood sur son site. En effet, la marque offre une large gamme de bénéfiques fonctionnels pour répondre à tout type de besoins physiques.

## **D** 2. TOUCHER DES CIBLES AUX ATTENTES SPÉCIFIQUES

### SOULAGER LES FEMMES MÉNOPAUSÉES



### PARTENAIRE DES FEMMES ENCEINTES



### DES SURGELÉS PROTÉINÉS POUR HOMME



De nombreuses marques de thé ciblent les femmes ménopausées et offrent des infusions qui maintiennent l'harmonie et l'équilibre hormonal. Chez Les Miraculeux, même les Gummies s'y mettent.

La marque Healthy Mama accompagne les femmes tout au long de leur grossesse, ciblant leurs besoins spécifiques à chaque étape.

Le magazine américain Men's Health vient de lancer sa gamme de produits surgelés équilibrés et riches en protéines, dédiées aux hommes soucieux de faire attention à leur alimentation.



### 3. DONNER LA POSSIBILITÉ AU CONSOMMATEUR D'ADAPTER L'OFFRE À SA CONVENANCE

#### DES BOISSONS AUX MULTIPLES COMBINAISONS



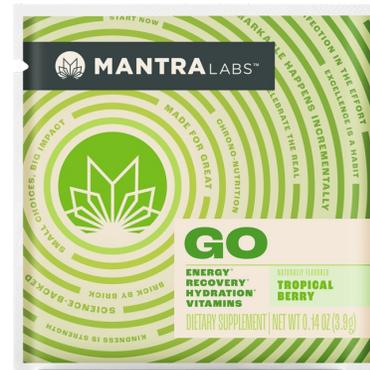
En Chine, Nestlé a lancé nesQino, une machine où l'utilisateur peut choisir sa base parmi 3 possibilités : smoothie, milk-shake ou shake d'avoine et ajouter ensuite une des 7 recettes proposées (à base de superaliments), aux différentes promesses : vitalité, concentration, santé digestive ou encore detox... ce qui lui fait 21 possibilités de recettes.

#### DES BIENFAITS SUR DEMANDE



Grâce au procédé sur demande de son bouchon, les bouteilles d'eau Karma Water se transforment en boissons bienfaitantes en libérant des vitamines, nutriments et probiotiques.

#### LA CROISSANCE DES POUDRES FONCTIONNELLES

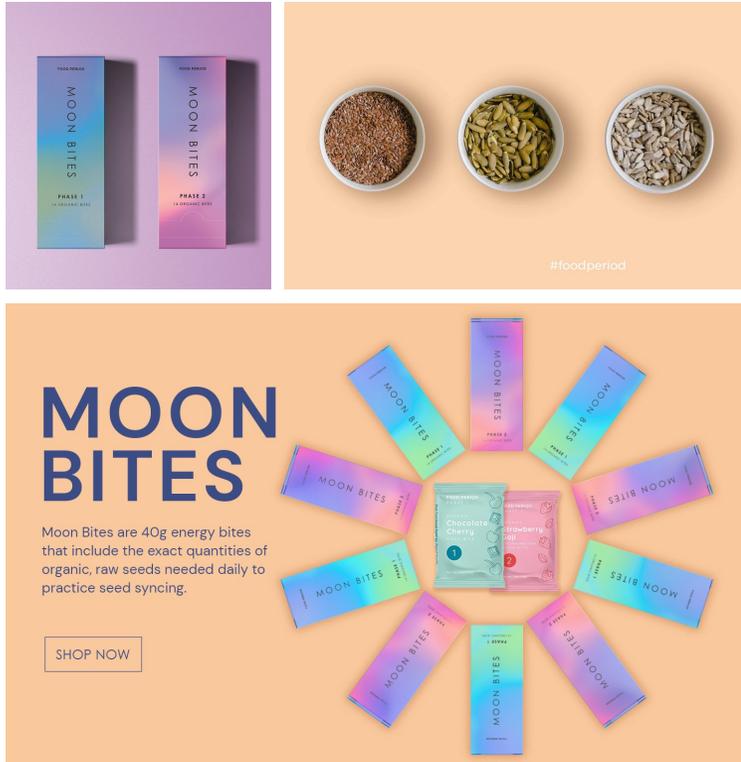


Ces deux dernières années, le marché des poudres fonctionnelles a connu une forte croissance, avec des consommateurs désireux d'adapter leurs boissons à leurs besoins et leurs envies.



## 4. S'APPUYER SUR LE « CYCLE » DES CONSOMMATEURS

### LE CYCLE HORMONAL



Food Period a lancé « Moon Bites », des compléments alimentaires basés sur le « **seed syncing** », un protocole qui implique de consommer une certaine combinaison de graines à différentes étapes du cycle hormonal.

### LA CHRONODÉTOX



Basée sur le concept innovant de chronodétox - qui allie chronobiologie et détoxification, pour purifier naturellement le corps en profondeur, en se basant sur le fait que chaque organe du corps humain a son cycle propre et devrait, pour une efficacité optimale, être détoxifié suivant un rythme bien précis -, la cure de jus Detoxoxo offre 5 jus extra-frais à consommer dans la journée pour un corps détendu et sain toute l'année.

### LA NUTRITION CIRCADIENNE



La marque Goodness Co. propose une collation innovante basée sur le cycle circadien naturel du corps. Les bars sont pleines de compléments sains et d'aliments nutritifs dont le corps a besoin pour accomplir sa routine quotidienne. Du réveil au coucher, chaque barre a une fonction différente et doit être consommée comme un rituel - à intervalles de 3-4 heures.



# 5. OFFRIR DU SUR-MESURE SELON L'UNICITÉ DE CHACUN

## DES COMPLÉMENTS ULTRA PERSONNALISÉS



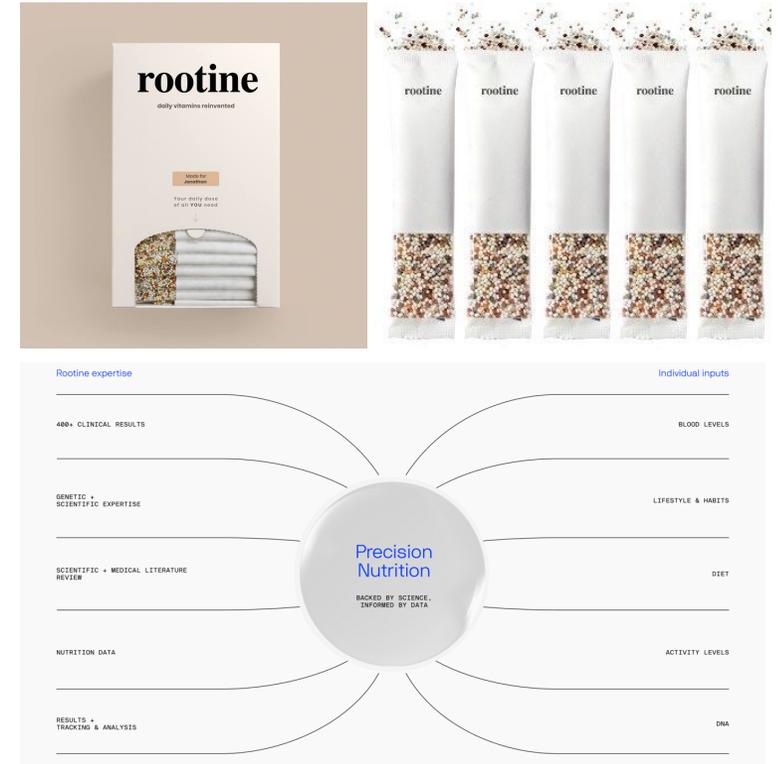
Cuure permet de recevoir chaque mois un traitement personnalisé à base de compléments alimentaires, recommandé par des experts et un algorithme en fonction des besoins et des objectifs santé de chacun.

## UN MENU SELON SON ADN



Habit envoie à ses clients un kit d'analyse pour prélever des échantillons biologiques : sang, ADN... Ces données permettent d'évaluer les carences et les besoins naturels de chacun et d'établir un plan d'action nutritionnel ultra-personnalisé.

## LA NUTRITION DE HAUTE PRÉCISION



Rootine explore la nutriginétique pour offrir des cures de vitamines ultra personnalisées. Etude de l'ADN, du type sanguin, mais aussi croisé à des données lifestyle : âge, poids, régime alimentaire, pratiques sportives, vie de famille, etc.



**Vers plus de naturalité**



# Des consommateurs qui croient aux bienfaits de la nature **84%**

des Français préfèrent choisir un produit ayant le plus d'ingrédients naturels.

Source : Kantar (2019)

"Eternal awesomeness! Who wouldn't want that? Darin shows you exactly what to do, step by step, so that you can live big, laugh more, and maximize your potential."  
—Tony Horton, creator of P90X

## SUPERLIFE



CO-HOST OF  
**DOWN TO EARTH**  
WITH ZAC EFRON

THE 5 SIMPLE FIXES THAT WILL  
MAKE YOU **HEALTHY, FIT, AND**  
**ETERNALLY AWESOME**

### DARIN OLIEN

SUPERFOOD HUNTER AND CREATOR OF SHAKEOLOGY

CERTIFIÉE BIO  
DEPUIS 1986

## SANOFLORE

LABORATOIRE BIO



Aqua magnifica  
Eau de soin botanique  
anti-imperfections  
sans alcool • sans parfum  
Aqua magnifica  
botanical liquid care  
parfume de fresh skin

Aqua magnifica  
Eau de soin botanique  
anti-imperfections.  
**CERTIFIÉE BIO**

COSMETIQUE  
**BIO**  
CHARTRE COSMÉO



Super Nature  
CATHERINE KLUGER

### GRANOLA

## Chocolat noir & Pépites

✓ Petit-déjeuner ✓ Encas ✓ Dessert

Avec du fromage blanc, des fruits frais, une compote ou tout ce qu'il vous plaît

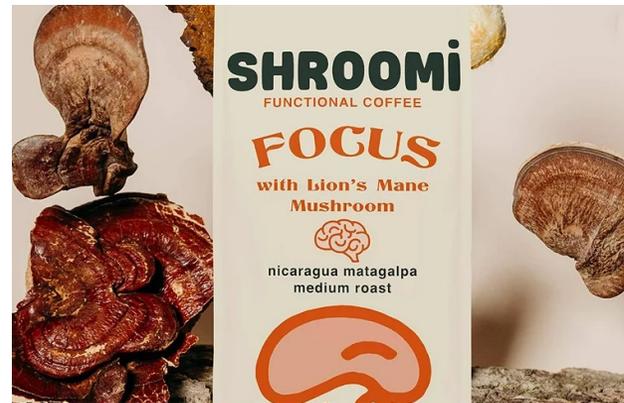
# **D** 1. EXPÉRIMENTER DE NOUVEAUX SUPER INGRÉDIENTS

## LES BIENFAITS DU BAOBAB



La marque Balenti a créé une gamme de pâtes à tartiner qui tirent leur richesse des propriétés exceptionnelles du baobab. Ce superaliment est une source inégalée de vitamine C, contribuant ainsi à renforcer le système immunitaire. Riche en fibres, il favorise également une digestion saine et stimule le microbiote intestinal.

## LES SUPER CHAMPIGNONS



Shroomi a lancé une série de cafés destinés à améliorer les performances mentales. Il s'agit de cafés biologiques et issus du commerce équitable qui contiennent 16 000 mg de poudre de crinière de lion, de reishi et de champignons chaga par sac de 12 oz. Il est prouvé que ces champignons améliorent les fonctions cérébrales, la concentration et l'immunité.

## DES ALGUES QUI PÉTILLEN



Les algues dépassent la cosmétique et les compléments alimentaires pour s'installer dans nos boissons. Ici de la spiruline en version pétillante chez Ful et PurEarth.

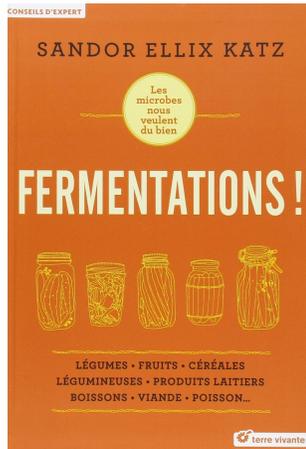
## L'HUILE DE GRAINES DE THÉ



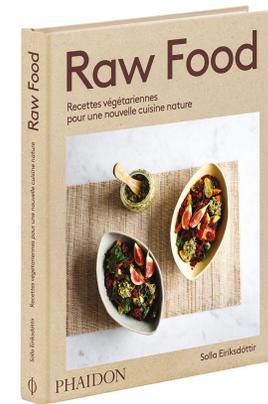
L'huile de graines de thé – riche en antioxydants, omega-3, minéraux et vitamines – fait son apparition dans les rayons américains.

# D 2. CAPITALISER SUR DES PROCESSUS NATURELLEMENT BIENFAISANTS

## LE BOOM DE LA FERMENTATION



## LE CRU SE DÉMOCRATISE



## LE COLD-PRESSED SE RÉINVENTE



Les probiotiques continuent leur ascension et valorisent les bienfaits naturels de la fermentation. Ainsi, Activia ne parle plus de Bifidus actif, mais des ferments du yaourt, les probiotiques.



La tendance de la « Raw Food » - l'alimentation crue ou cuite à moins de 42° - touche de nombreuses catégories qui avancent alors conserver toutes les qualités nutritionnelles.



Maintenant largement reconnue pour sa conservation des nutriments, le processus de « pressage à froid » s'ouvre à de nouvelles catégories, même en Hygiène et Beauté.



### 3. RÉHABILITER LES PRODUITS TRADITIONNELS

#### LE SKYR, LA NOUVELLE STAR



Le Skyr, ce yaourt islandais, est en ce moment très tendance, au point que toutes les enseignes lui font une place dans les rayons et que les géants de l'agro-alimentaire, comme Danone, Les 2 Vaches ou Siggis, le produisent.

#### LES VERTUS DU VINAIGRE DE CIDRE



Le vinaigre de cidre est depuis longtemps réputé pour ses vertus médicinales. Chez Vermont Village, on le retrouve en bouteille ou sous forme de shot à boire le matin.

#### LE RETOUR DU BOUILLON D'OS



Le « Bone Broth » - bouillon d'os riche en calcium, vitamines et antioxydants – fait son grand retour. Ici la marque BRU le décline selon le bénéfice voulu.

#### UN NOUVEAU REMÈDE : LE KVASS



Le Kvass est en train de rattraper le kombucha comme nouvelle boisson à la mode. Originnaire d'Ukraine, cette boisson fermentée à base de pain de seigle est riche en probiotiques.



## 4. RENOUER AVEC UNE ESSENTIALITÉ REVENDIQUÉE

### JUSTE UN INGRÉDIENT



Moco élabore des recettes à partir de super ingrédients frais et bio, pour obtenir des jus fonctionnels. Comme l'indique le nom des recettes, un seul ingrédient suffit à apporter de nombreux bénéfices pour la santé.

### UN FRUIT PAR PRODUIT

**SOLELY CLEAN  
FRUIT JERKY**



La marque américaine de snacks healthy Solely propose une large gamme de produits à base de fruits avec toujours la même ligne de conduite : sans sucre ajouté, sans conservateurs, sans sulfites et toujours un fruit complet par portion.

### JUSTE UN BÉNÉFICE

**ENHANCED  
SNACK BARS**

Made with superfoods, adaptogens and nootropics for daily wellness.

[Shop All Bars](#)



Pour lutter contre la désinformation et les affirmations parfois non fondées du secteur, la marque de barres énergétiques SMPL revêt une identité qui se suffit à elle-même : une couleur, un bénéfice, un ingrédient.



## 5. PUISER SON INSPIRATION DES MÉDECINES TRADITIONNELLES

### LA MÉDECINE AYURVÉDIQUE SÉDUIT LES OCCIDENTAUX



La marque de desserts végétaux YA innove avec une nouvelle référence dont la recette s'inspire des principes de l'alimentation ayurvédique, médecine traditionnelle indienne.



Aux US, mêmes les produits gourmands se mettent aux recettes ayurvédiques. Ici deux marques de cookies fonctionnels qui valorisent les vertus de la médecine indienne.

### LA MÉDECINE TRADITIONNELLE CHINOISE SE RAPPROCHE DE LA FOOD



Maison Loung incorpore dans ces compléments alimentaires des champignons fonctionnels, super aliments ou super herbes inspirées des rituels de la médecine chinoise et de l'ayurveda.



@StudioCerise



La médecine chinoise prête au Pu-Erh (thé fermenté) depuis des millénaires des vertus digestives et dépuratives. On le retrouve dans des Kombucha ou chez la marque de cosmétique Cha Ling (LVMH).



**Vers une dimension plus  
holistique**

# Des consommateurs qui recherchent un bien-être global

De plus en plus, le bien-être se pense de façon holistique. Il ne concerne plus exclusivement la santé physique, mais s'ouvre à de nouvelles dimensions : digestion, sommeil, stress, santé mentale... autant de points de vigilance qui allient corps et esprit.





# 1. JOUER SUR L'ÉTAT D'ESPRIT OU LES HUMEURS

## DE LA BONNE HUMEUR ENCAPSULÉE



### Recess Mood

a sparkling water infused with magnesium and adaptogens to calm the mind and lift the mood

Recess est une marque de boissons et de poudres pour calmer l'esprit et améliorer l'humeur.

## DE LA CONFIANCE EN SOI À BOIRE



Confidence est une boisson qui combine 6 ingrédients fonctionnels pour donner confiance en soi.

## DES PLATS SELON L'HUMEUR



### NOTRE DIAGNOSTIC : RESTAURER VOTRE HUMEUR

#### The bright side of the mood

Dans l'ancienne médecine, les humeurs occupaient une place fondamentale. Elles étaient supposées exister dans le corps humain et être des fluides coulant dans nos veines. De leur équilibre dépendait le bien-être mental, conditionnant nos comportements.

Chez The Cure Restaurant, nous partageons toujours cette idée, et estimons que le corps et l'esprit sont liés.

Les humeurs guident ce que l'on mange, et ce que l'on mange guide nos humeurs.

C'est autour de cette philosophie que s'est construit The Cure. Nous avons fait appel à une nutritionniste et un chef culinaire issu des plus grandes maisons pour atteindre notre objectif : restaurer votre humeur par une association d'aliments et de nutriments savamment étudiée.

« The Cure » est un « restaurant d'humeurs » parisien, qui prend en compte les humeurs de ses clients dans ses recettes afin de proposer des plats qui répondent à leur état d'esprit à un instant donné.

## **D** 2. AIDER À COMBATTRE LE STRESS ET/OU À TROUVER LE SOMMEIL

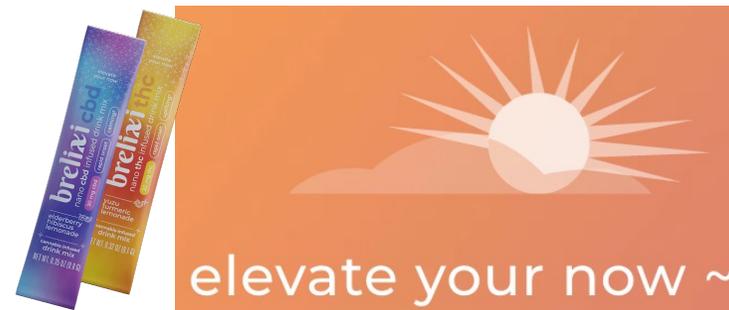
### DE LA MÉDITATION EN CANETTE



**drink your  
meditation**

La fondatrice de Moment a créé cette boisson pour faire bénéficier à tous des bienfaits de la méditation... sans les efforts !

### ÉLEVER SON CORPS ET SON ESPRIT



Brelxi est une marque de boisson fonctionnelle prête à mélanger, qui allie les avantages du nano THC ou CBD aux électrolytes, nootropiques, adaptogènes, antioxydants et vitamines. Son objectif est d'élever à la fois le corps et l'esprit tout en maintenant hydraté. Notamment, la référence limonade CBD à la sureau et à l'hibiscus agit pour le soutien au sommeil et le soulagement du stress.

### BOIRE POUR TOMBER DANS LES BRAS DE MORPHÉE



PepsiCo a lancé la marque « Driftwell », une boisson anti-stress et favorisant le sommeil, en utilisant un acide aminé, la L-théanine.

# D 3. SURFER SUR LES TENDANCES DE SPIRITUALITÉ ET D'ASTROLOGIE

## DES BOISSONS PLEINES DE SPIRITUALITÉ ET DE MAGIE



Le Magicien Bio est une gamme de « potions magiques » à base de plantes reconnues pour leurs bienfaits.

## DE LA BARBE À PAPA INSPIRÉE DES SIGNES ASTRO



Le fabricant de barbes à Papa Fluffe a lancé une collection inspirée par les signes astrologiques (limonade saveur citron pour les Taureaux, miel pour les Poissons, cannelle pour les Lions...).

## A CHAQUE SIGNE ASTRO SON THÉ



Quai Sud propose une gamme de thé aromatisés pour tous les signes astrologiques.

## DES RITUELS CHOCOLATÉS

Ritual Collection for Joy  
Ritual Collection for Self-Love  
Ritual Collection for Prosperity



Vosges a lancé « Rituel » (Prosperité, Protection, Paix...), convaincue que « les rituels sont le pont qui relie l'esprit, le corps et l'âme » et que lorsqu'on mange du chocolat dans une intention précise, le quotidien devient extraordinaire.



## 4. FAIRE SE RENCONTRER LA NOURRITURE... ET LA BEAUTÉ

### DES BONBONS POUR PRENDRE SOIN DE SA PEAU



Le géant japonais de la beauté, Amorepacific, a créé Cube Me, une marque qui commercialise des compléments de soins pour la peau (jeunesse, éclat...) à mâcher, semblables à des bonbons carrés.

### DE L'EAU QUI HYDRATE ET REPULPE LA PEAU



La marque néo-zélandaise Soochi a lancé des eaux infusées de collagène repulpant la peau et d'acide hyaluronique hydratant.

### DES JUS ANTI-ÂGE



Réel est une gamme de boissons contenant des vitamines, des minéraux ainsi que du collagène marin, "ingrédient" phare des crèmes et autres sérums anti-âge.

### DU CHOCOLAT POUR UNE PEAU ÉCLATANTE ET DES CHEVEUX SAINS



Freaky Health Chocolate est une marque de barres chocolatées bonnes pour le corps et l'esprit avec 4 références : Energy, Immunity, Mountain High et... Beauty, une barre qui donne une peau plus éclatante et des cheveux plus sains.



**Vers plus de plaisir**



# Des consommateurs qui veulent concilier bien-être et plaisir

Après avoir longtemps été dans un rapport un peu trop mécanique à l'alimentation, qui occultait finalement toute dimension de plaisir, les attentes se tournent vers des produits qui vont concilier bien-être et plaisir, ce dernier étant le driver clé de l'alimentation pour 58% des Français.

Source : IPSOS (2020)



# **D** 1. DÉVELOPPER UN DISCOURS AXÉ D'ABORD SUR LE PLAISIR

## DES BÉNÉFICES ÉMOTIONNELS



**fa-bu-bleu**

Regardez-ça. Mais re-gar-dez-moi ça. Une boisson bleue dans une bouteille. C'est bleu. C'est bon pour vous. C'est bon pour votre corps. C'est bleu. C'est délicieux. C'est beau. C'est bleu. Notre fa-bu-bleu est composé de goyave, de pomme, de citron vert, d'eau de coco et d'une pincée de spiruline (une pincée de quoi ? De spiruline, c'est une petite algue séchée qui donne au jus cette belle couleur : MERCI DAME NATURE). Ce jus contient aussi des vitamines pour vous donner un petit coup de wahou un petit coup de wahou, le même que vous avez eu lorsque vous avez vu cette bouteille. On

Pour sa dernière gamme de jus de fruit aux bénéfices fonctionnels, Innocent fait le choix de l'émotion en offrant des emballages colorés, des claims ludiques et joyeux : un positionnement qui tranche avec les codes classiques de la catégorie.

## DES BIENFAITS RICHES EN GOÛT



Activia dévoile sa nouvelle campagne où la marque rappelle la richesse en probiotique de ses produits, mais aussi la richesse en goût et l'importance de prendre le temps de savourer les bonnes choses.

## L'ÉPICERIE FINE FONCTIONNELLE



Dr Smood offre une large gamme de produits aux ingrédients choisis pour leurs bienfaits sur le corps et le mental. Mais au lieu de rentrer par la fonctionnalité, la marque choisit de créer un univers épicerie fine qui met à l'honneur la culinarité.



## 2. IMAGINER DE NOUVEAUX FORMATS, PLUS PRATIQUES OU FUN

### DU MIEL EN COMPLÉMENT ALIMENTAIRE



Biosens, la marque de compléments alimentaires bio de Léa Nature, propose une gamme originale, alliant les bienfaits du miel à ceux des actifs naturels.

### DES DOSETTES ALIMENTAIRES



# HERMES PHARMA

Get the dose right®

Hermes Pharma souhaite faciliter la prise de suppléments pour les personnes qui ont du mal à avaler des pilules. Ses dosettes pour boissons chaudes s'adaptent à toute machine à café compatible avec Nespresso.

### DU FROMAGE BLANC EN BARRE



Spēka est un en-cas avec au centre du fromage blanc et un enrobage de chocolat ou de caramel, conçu pour rendre plus sain le grignotage... ou plus attractif le fromage blanc.

### DES CUBES DE FRUITS ET CHIA



Lors du Winter Fancy Food Show 2024, le fabricant Cibo Vita a présenté ses FruiChias, un en-cas riche en probiotiques et en fibres, composé de purée de fruits et de graines de chia. Ces cubes à grignoter sont disponibles dans des variétés telles que fraise, myrtille et framboise, chacune d'entre elles amplifiant le rôle des fruits comme source de fibres grâce à l'ajout de graines de chia aux multiples bienfaits.



### 3. RENDRE FONCTIONNELS DES PRODUITS PLAISIR

#### DU HARD SELTZER ANTIOXYDANT

ANOTHER  
HARD SELTZER?

YEAH, BUT WE'VE GOT  
ANTIOXYDANT  
VITAMIN C



Vizzy est le premier hard seltzer (boisson pétillante aromatisée légèrement alcoolisée) à intégrer de la vitamine C antioxydante grâce au superfruit Acerola.

#### DES BONBONS BIENFAISANTS



CANDY WITH  
A PURPOSE.

Candy Can pense que « la nourriture est un médicament » mais qu'elle ne devrait pas avoir le goût de la médecine. C'est pourquoi elle propose une gamme de délicieux bonbons aux bénéfices fonctionnels (brain focus, sommeil).

#### DES BABYBELS AUGMENTÉS



Aux Etats-Unis, Babybel a lancé sa première gamme de fromages fonctionnels avec Babybel Plus + enrichis en vitamines A et B12 (santé oculaire et métabolisme) ou en probiotiques LGG (immunité).

#### DES GLACES AUX PROBIOTIQUES



Lancée par Unilever aux US, Culture Republic est la première glace à base de probiotiques, riche en protéines et faibles en calories, mais aux saveurs ultra gourmandes.

# **D** 4. RAMENER DU PLAISIR SUR DES PRODUITS FONCTIONNELS

## DU SODA POUR L'ESTOMAC



Soov est une boisson apaisante pour l'estomac, composée de jus de gingembre et de citron, ainsi que d'autres ingrédients faciles à digérer comme la camomille, la menthe et l'ananas, dans un format eau tonic pétillante.

## DES THÉS QUI PÉTILLENT



TEAKOE s'engage à créer des habitudes saines tout en s'amusant grâce à des thés pétillants et savoureux qui ont chacun un bénéfice spécifique.

## DU CAFÉ GOURMAND EN BARRE



Eat Your Coffee aide les gens à faire le plein d'énergie grâce à des collations attrayantes, naturellement caféinées, à base de café bio et d'ingrédients gourmands comme le beurre de cacahuète.

## DES SUBSTITUTS SAVOUREUX



So tasty! est une gamme de substituts de repas et petits-déjeuners riches en goût et aux saveurs gourmandes et régressives (biscuit, vanille...).

**Et demain ?**



# ↳ La fonctionnalité s'ouvre à toujours plus de nouvelles catégories



Byredo a lancé Mixed Emotions, un parfum qui cherche à « refléter la nature tumultueuse de notre temps » et à lutter contre le côté anxiogène du Covid



IEVA a conçu le « Twin.C », un bijou connecté, équipé de 5 capteurs qui permettent de consulter en temps réel son exposition au stress environnemental, avec une vue détaillée, polluant par polluant, facteur par facteur environnemental, à la façon d'un bulletin météo.



Fleur Marché a imaginé des patches diffuseurs de CBD à coller sur la peau : Energy, Sex, Relief, Sleep



**Et pour  
votre marque,  
comment s'inscrire  
sur la fonctionnalité  
demain ?**

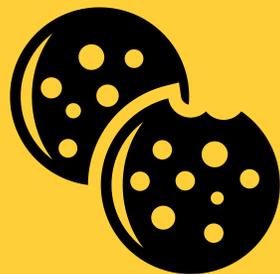




# **SUIVRE LE CONSOMMATEUR DANS SON QUOTIDIEN**

Premier enseignement : la food fonctionnelle n'est pas réservée qu'au petit-déjeuner. Elle peut adresser tous les moments de la journée : du miel au petit dej', une barre chocolatée au goûter, un hard seltzer pour l'apéro, un yaourt pour le dessert du dîner...

→ **Quelle zone du parcours consommateur (moment, occasion, usage...) n'est pas encore adressée sur votre marché ?**



## **EXPLORER DE NOUVELLES CATÉGORIES**

Deuxième enseignement : la food fonctionnelle ne se réduit pas aux gummies, boissons énergisantes ou yaourts !

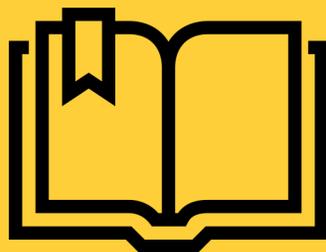
**→ Quels autres segments peuvent amener des façons nouvelles et innovantes de se faire du bien ?**



# **CIBLER DES CRITÈRES ATTITUDINAUX**

Troisième enseignement : le fonctionnel ne répond pas seulement à des critères sociodémographiques, mais à des attentes et comportements qui dépendent davantage d'un mode de vie.

**→ Comment être plus empathique en ciblant des profils précis qui partagent les mêmes motivations ?**



# DÉVELOPPER UN DISCOURS LIFESTYLE

Quatrième enseignement : la food fonctionnelle est en train de sortir d'une approche ancrée sur la santé purement physique pour développer une approche beaucoup plus holistique. Les discours doivent s'adapter et être orientés plus lifestyle.

**→ Comment sortir de l'offre produit et devenir une marque partenaire d'un quotidien plus en phase avec ces attentes consommateurs ?**



# RÉINJECTER DE L'ÉMOTIONNEL

Cinquième enseignement : l'alimentation fonctionnelle reste avant tout un plaisir, au service du Bon : bon en goût et bon pour soi.

→ **Comment réinjecter de l'émotionnel et de la gourmandise, pour ne pas réduire l'alimentation à sa fonctionnalité ?**



# Pour aller + loin

Découvrez comment Logic Design a accompagné plusieurs de ses clients dans le lancement d'offres fonctionnelles



# Joker Shots

Création d'une inno. de rupture  
Lancement Oct. 2021

- Consumer research
- Key Visual
- Packaging design



**SHOTS**  
1 BOUTEILLE = 5 SHOTS



# Joker Les Bienfaits

Lancement + réno Septembre 2022

- o Création du concept (user-centric)
- o Rénovation de la gamme
- o Packaging



# Vittel+

Création d'une inno.  
Lancement Mai 2022

- o Packaging
- o Architecture d'offres
- o KV communication



AVERTISSEMENT: VITAMINES B1, B3, B6, B12, C, D, E, K, L, M, N, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z, AA, AB, AC, AD, AE, AF, AG, AH, AI, AJ, AK, AL, AM, AN, AO, AP, AQ, AR, AS, AT, AU, AV, AW, AX, AY, AZ, BA, BB, BC, BD, BE, BF, BG, BH, BI, BJ, BK, BL, BM, BN, BO, BP, BQ, BR, BS, BT, BU, BV, BW, BX, BY, BZ, CA, CB, CC, CD, CE, CF, CG, CH, CI, CJ, CK, CL, CM, CN, CO, CP, CQ, CR, CS, CT, CU, CV, CW, CX, CY, CZ, DA, DB, DC, DD, DE, DF, DG, DH, DI, DJ, DK, DL, DM, DN, DO, DP, DQ, DR, DS, DT, DU, DV, DW, DX, DY, DZ, EA, EB, EC, ED, EE, EF, EG, EH, EI, EJ, EK, EL, EM, EN, EO, EP, EQ, ER, ES, ET, EU, EV, EW, EX, EY, EZ, FA, FB, FC, FD, FE, FF, FG, FH, FI, FJ, FK, FL, FM, FN, FO, FP, FQ, FR, FS, FT, FU, FV, FW, FX, FY, FZ, GA, GB, GC, GD, GE, GF, GG, GH, GI, GJ, GK, GL, GM, GN, GO, GP, GQ, GR, GS, GT, GU, GV, GW, GX, GY, GZ, HA, HB, HC, HD, HE, HF, HG, HH, HI, HJ, HK, HL, HM, HN, HO, HP, HQ, HR, HS, HT, HU, HV, HW, HX, HY, HZ, IA, IB, IC, ID, IE, IF, IG, IH, II, IJ, IK, IL, IM, IN, IO, IP, IQ, IR, IS, IT, IU, IV, IW, IX, IY, IZ, JA, JB, JC, JD, JE, JF, JG, JH, JI, JJ, JK, JL, JM, JN, JO, JP, JQ, JR, JS, JT, JU, JV, JW, JX, JY, JZ, KA, KB, KC, KD, KE, KF, KG, KH, KI, KJ, KK, KL, KM, KN, KO, KP, KQ, KR, KS, KT, KU, KV, KW, KX, KY, KZ, LA, LB, LC, LD, LE, LF, LG, LH, LI, LJ, LK, LL, LM, LN, LO, LP, LQ, LR, LS, LT, LU, LV, LW, LX, LY, LZ, MA, MB, MC, MD, ME, MF, MG, MH, MI, MJ, MK, ML, MM, MN, MO, MP, MQ, MR, MS, MT, MU, MV, MW, MX, MY, MZ, NA, NB, NC, ND, NE, NF, NG, NH, NI, NJ, NK, NL, NM, NN, NO, NP, NQ, NR, NS, NT, NU, NV, NW, NX, NY, NZ, OA, OB, OC, OD, OE, OF, OG, OH, OI, OJ, OK, OL, OM, ON, OO, OP, OQ, OR, OS, OT, OU, OV, OW, OX, OY, OZ, PA, PB, PC, PD, PE, PF, PG, PH, PI, PJ, PK, PL, PM, PN, PO, PP, PQ, PR, PS, PT, PU, PV, PW, PX, PY, PZ, QA, QB, QC, QD, QE, QF, QG, QH, QI, QJ, QK, QL, QM, QN, QO, QP, QQ, QR, QS, QT, QU, QV, QW, QX, QY, QZ, RA, RB, RC, RD, RE, RF, RG, RH, RI, RJ, RK, RL, RM, RN, RO, RP, RQ, RR, RS, RT, RU, RV, RW, RX, RY, RZ, SA, SB, SC, SD, SE, SF, SG, SH, SI, SJ, SK, SL, SM, SN, SO, SP, SQ, SR, SS, ST, SU, SV, SW, SX, SY, SZ, TA, TB, TC, TD, TE, TF, TG, TH, TI, TJ, TK, TL, TM, TN, TO, TP, TQ, TR, TS, TT, TU, TV, TW, TX, TY, TZ, UA, UB, UC, UD, UE, UF, UG, UH, UI, UJ, UK, UL, UM, UN, UO, UP, UQ, UR, US, UT, UU, UV, UW, UX, UY, UZ, VA, VB, VC, VD, VE, VF, VG, VH, VI, VJ, VK, VL, VM, VN, VO, VP, VQ, VR, VS, VT, VU, VV, VW, VX, VY, VZ, WA, WB, WC, WD, WE, WF, WG, WH, WI, WJ, WK, WL, WM, WN, WO, WP, WQ, WR, WS, WT, WU, WV, WW, WX, WY, WZ, XA, XB, XC, XD, XE, XF, XG, XH, XI, XJ, XK, XL, XM, XN, XO, XP, XQ, XR, XS, XT, XU, XV, XW, XX, XY, XZ, YA, YB, YC, YD, YE, YF, YG, YH, YI, YJ, YK, YL, YM, YN, YO, YP, YQ, YR, YS, YT, YU, YV, YW, YX, YY, YZ, ZA, ZB, ZC, ZD, ZE, ZF, ZG, ZH, ZI, ZJ, ZK, ZL, ZM, ZN, ZO, ZP, ZQ, ZR, ZS, ZT, ZU, ZV, ZW, ZX, ZY, ZZ.



DE LA VITALITÉ\*\*  
ET BIEN + ENCORE!



# Nestlé LC1

## Meilleur relancement Lactalis-Nestlé 2021

- Plateforme de marque co-construite en mode user-centric
- Identité
- Key visual
- Packaging design



# Germline

Imposer son leadership d'acteur de la  
« living food »

- Décodage du marché et des needstates
- Plateforme de marque
- Identité visuelle
- Univers graphique
- Structuration de gamme et packaging design



Expert de la living food



# Léa Nature BIOSYSTEM

- Plateforme de marque
- Création d'identité et univers graphique
- Création gammes produit
- Applications

